Прогрессивная

экономика

Международный
научно-исследовательский
журнал

№ 9 / 2023

Главный редактор журнала:

Рощина Лидия Николаевна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

Заместитель главного редактора:
Куликова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

Научный редактор:
Бенсон Изабель Назиховна, кандидат экономических наук, финансовый аналитик, ООО «Чипконтакт», Санкт-Петербург, Россия

Члены редакционной коллегии:

по направлению 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика:

Алексеева Наталья Анатольевна, доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой «Организация производства и экономический анализ», Удмуртский государственный аграрный университет, Ижевск, Россия
Бабина Юлия Витальевна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Промышленная экология», РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина, Москва, Россия
Боткин Игорь Олегович, доктор экономических наук, профессор кафедры «Разработка и эксплуатация нефтяных и газовых месторождений» (РЭНГМ), заместитель директора по научной работе Института нефти и газа им. М.С. Гуцериева, Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия
Власова Екатерина Яковлевна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Природообустройство и водопользование», Уральский государственный горный университет, Екатеринбург, Россия
Качалова Елена Шайдатовна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, Институт технологий управления, МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия
Леденёва Марина Викторовна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Экономика и управление», Волгоградский институт бизнеса, Волгоград, Россия
Махошева Салима Александровна, доктор экономических наук, профессор, заведующая отделом «Экономика знаний и опережающее региональное развитие» Института информатики и проблем регионального управления – филиала ФГБНУ «Федеральный научный центр «Кабардино-Балкарский научный центр РАН», Нальчик, Кабардино-Балкарская Республика, Россия
Пономаренко Наталья Шахрияровна, доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой информационных систем управления, Донецкий государственный университет, Донецк, Донецкая Народная Республика, Россия
Таймасханов Хасан Элимсултанович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономическая теория и государственное управление», Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова, Грозный, Чеченская Республика, Россия
Азиева Раиса Хусаиновна, доцент, заместитель заведующего кафедрой «Экономическая теория и государственное управление», Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова, Грозный, Чеченская Республика, Россия
Гаврилова Татьяна Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Экономика и промышленный менеджмент», Коломенский институт (филиал) «Московский политехнический университет», Коломна, Россия
Секисов Александр Николаевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры технологии, организации, экономики строительства и управления недвижимостью Кубанского государственного технологического университета и доцент кафедры строительного производства Кубанского государственного аграрного университета им. И. Т. Трубилина, Краснодар, Россия

по направлению: 5.2.4. Финансы

Боткин Игорь Олегович, доктор экономических наук, профессор кафедры «Разработка и эксплуатация нефтяных и газовых месторождений» (РЭНГМ), заместитель директора по научной работе Института нефти и газа им. М.С. Гуцериева, Удмуртский государственный университет, Ижевск, Россия
Качалова Елена Шайдатовна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики, Институт технологий управления, МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия
Магомаева Лейла Румановна, доктор экономических наук, заведующая кафедрой «Информационные системы в экономике», директор института цифровой экономики и технологического предпринимательства», Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова, Грозный, Чеченская Республика, Россия
Токаев Нох Хасанбиевич, доктор экономических наук, профессор, действительный член Нью-Йоркской академии наук, заведующий кафедрой «Финансы и кредит» факультета экономики и управления, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, Владикавказ, Россия
Шамрай-Курбатова Лидия Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, проректор по учебной работе и управлению качеством, профессор РАЕ, Волгоградский институт бизнеса, Волгоград, Россия

по направлению: 5.2.5. Мировая экономика

Леденёва Марина Викторовна, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Экономика и управление», Волгоградский институт бизнеса, Волгоград, Россия
Рощина Лидия Николаевна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия
Таранов Петр Владимирович, доктор экономических наук, профессор кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия
Хапилин Станислав Анатольевич, доктор экономических наук, профессор кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

по направлению: 5.2.6. Менеджмент

Лазарев Владимир Николаевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент», Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия
Осипов Анатолий Константинович, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Менеджмент и право», Удмуртский государственный аграрный университет, Ижевск, Россия
Соколова Надежда Геннадьевна, доктор экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент», Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова, Ижевск, Россия
Столярова Алла Николаевна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Менеджмент и экономика», Государственный социально-гуманитарный университет, Коломна, Россия

ИНН / ОГРНИП: 310263101740 / 321312300063333
ISSN электронной версии: 2713-1211
Регистрационный номер СМИ: ЭЛ № ФС77-82380 выдан 23.12.2021 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Префикс DOI: 10.54861
E-mail: progressive-science@yandex.ru
Сайт: https://progressive-economy.ru
© Прогрессивная экономика, 2023 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Пономаренко Н.Ш., Балдынюк А.И.
ИННОВАЦИОННЫЕ ДОМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ 5

Баженов К.С., Баженов В.С.
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ..... 31

Азиева Р.Х.
ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КИТАЯ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА 49

Куликова И.В., Украинцева И.В., Рощина Л.Н.
РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ С КИТАЕМ И ИНДИЕЙ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОГНОЗЫ 68

Музычко А.С., Панасюк М.А., Львова Н.А.
СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД К КЛИМАТИЧЕСКОМУ СТРЕСС-ТЕСТИРОВАНИЮ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИИ 81

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

DOI: 10.54861/27131211_2023_9_5

Специальность ВАК: 5.2.3

УДК 330.341:332

ИННОВАЦИОННЫЕ ДОМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Пономаренко Н.Ш., доктор экономических наук, Донецкий государственный университет, г. Донецк, Россия

Балдынюк А.И., старший преподаватель, Донецкий государственный университет, г. Донецк, Россия

Аннотация. В настоящей статье охарактеризована сущность и определена роль импортозамещения на современном этапе развития экономики России. Охарактеризованы основные тенденции и перспективы реализации стратегии импортозамещения отечественными предприятиями. Разработана модель базовых составляющих формирования стратегии инновационного импортозамещения, в которой инновации рассматриваются как ключевая компонента, а интеллектуальный потенциал выступает фундаментом инновационного импортозамещения. Предложена модель комплексного задействования интеллектуального потенциала при реализации стратегии импортозамещения. Сформирована система институциональных факторов стратегии инновационного импортозамещения. Аргументировано, что главным институтом инновационной деятельности является само предприятие, поскольку оно аккумулирует возможности и мотивации

создания инноваций. Обосновано значение инновационной активности предприятий пищевой промышленности в условиях импортозамещения. Идентифицированы ключевые доминанты формирования стратегии импортозамещения предприятий пищевой промышленности. Предложен авторский подход к формированию матрицы паттернов стратегии импортозамещения, который позволяет не только определить оптимальный тип стратегии для предприятия пищевой промышленности с учетом достигнутого конкурентного уровня инновационности («нишевика», последователя претендент на лидерство или лидера), но и установить стратегический вектор ее модификации. Полученные выводы могут быть обобщены на предприятия других отраслей промышленного производства.

Ключевые слова: импортозамещение в пищевой промышленности, инновационное развитие, интеллектуальный потенциал, инновационное импортозамещение, инновационная стратегия.

INNOVATIVE DOMINANTS OF THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF THE IMPORT SUBSTITUTION STRATEGY AT FOOD INDUSTRY ENTERPRISES

Ponomarenko N.S., Doctor of Economics, Donetsk State University, Donetsk, Russia

Baldynyuk A.I., senior lecturer, Donetsk State University, Donetsk, Russia

Abstract. The article characterizes the essence and defines the role of import substitution at the present stage of development of the Russian economy. The main trends and prospects of the implementation of the import substitution strategy by domestic enterprises are characterized. A model of the basic components of the formation of an innovative import substitution strategy has been developed, in which innovations are considered as a key component, and intellectual potential acts as the foundation of innovative import substitution. A model of the integrated use of

intellectual potential in the implementation of the import substitution strategy is proposed. A system of institutional factors of the innovative import substitution strategy has been formed. It is argued that the main institution of innovation activity is the enterprise itself, since it accumulates opportunities and motivations for creating innovations. The importance of innovative activity of food industry enterprises in the context of import substitution is substantiated. The key dominant forms are identified

Keywords: import substitution in the food industry, innovative development, intellectual potential, innovative import substitution, innovative strategy.

JEL classification: *O32, L51, M15.*

Для цитирования: *Пономаренко Н.Ш., Балдынюк А.И. Инновационные доминанты формирования и реализации стратегии импортозамещения на предприятиях пищевой промышленности // Прогрессивная экономика. 2023. № 9. С. 5–30.*

Введение

Неотъемлемой частью современной модели экономического роста России является инновационность, которая в условиях курса на развитие отечественных производств и импортозамещения является решающим фактором, определяющим эффективность и стабильность экономики. Инновации помогают развивать собственные производственные возможности, создавать новые продукты и технологии, а также снижать зависимость от импорта. В данном аспекте определяющее значение имеет уровень инновационной активности промышленных предприятий, поскольку именно в реальном секторе экономики осуществляется процесс поэтапного импортозамещения путем «…создания инновационных бизнес-моделей предприятий» [17, с. 93], реализация которых позволяет выводить на

отечественный потребительский рынок конкурентоспособную продукцию отечественного производства.

Повышение уровня инновационной активности способствует усилению конкурентоспособных позиций субъектов реального сектора экономики, и выступаем системным условием противодействия рискам импортозависимости.

Обзор литературы

Различные теоретические и практические аспекты импортозамещения являются предметом активных научных дискуссий среди отечественных ученых-экономистов, среди которых следует отметить исследования: В. Абрамова, Ю. Маркиной, Д. Камынина [1], В. Антонова [2], Д. Венедиктова [6], Е. Волкодавовой [8], М. Демидовой, А. Кондратьева,

Б. Лазарева [5], И. Калининой, Р. Фаткуллина [13], А. Котова [16], А. Овчинникова [19], Ю. Туманян, М. Индустриева [25], Р. Ухановой, М. Райской [26], М. Шаталова, С. Мычка [27] и других. Достаточно комплексно и всесторонне освещены аспекты инновационного развития предприятий в исследованиях ученых: Г. Батова [3], Д. Бахман [4], Е. Ветровой, Е. Кабановой [7], В. Гайдаровой [9], А. Зяблова [5], Е. Кравченко [18], Н. Пономаренко [20], Е. Попова, М. Власова [21]. Тем не менее, недостаточно освещенными остаются принципиально важные вопросы, связанные с разработкой стратегии импортозамещения с учетом инновационного аспекта деятельности предприятий пищевой промышленности.

Материалы и методы

В статье используются методы сбора и анализа открытых данных, их синтеза и обобщения для достижения поставленной цели исследования. Особое место в методологии исследования отводится дедуктивному и индуктивному методу, абстрагированию и наблюдению, которые совокупно позволяют обобщить имеющиеся данные об инструментах развития инновационного предпринимательства Ростовской области.

Результаты и обсуждение

Импортозамещение является одним из масштабных инструментов экономической защиты и сбалансированного развития экономики России. Поиск внутренних источников замещения импорта в различных сферах способствует развитию отечественных производств, повышению уровня их инвестиционной привлекательности [16]. Импортозамещение особенно важно для предприятий пищевой промышленности, поскольку именно пищевая промышленность выступает «стержнем» продовольственной безопасности страны. Импортозамещение трактуется как «…создание современных производств, которые могут конкурировать с иностранными компаниями и выпускать товары, которые вытеснят зарубежные аналоги» [24].

Следует отметить, что драйвером разработки и реализации отраслевых программ импортозамещения в российской экономике стало введение санкционных ограничений со стороны недружественных стран. Беспрецедентные санкции обусловили необходимость активизации интеллектуального потенциала предприятий различных сфер деятельности с целью создания прототипов продукции, которая ранее импортировалась. Так, переход российской экономики на импортозамещение способствовал созданию ряда новых производств и росту имеющихся производственных мощностей, налаживания собственного производства и увеличению объёмов выпускаемых отечественных товаров.

На уровне государства был принят ряд нормативных правовых актов [22; 23; 24], направленных на поддержку российского бизнеса и усиление импортозамещения. Данные постановления фокусируют внимание на приоритете отечественных товаров перед иностранными при осуществлении закупок. Государственные меры поддержки отечественного производителя предусматривают: льготное налогообложение, налоговые льготы, программы льготного кредитования и субсидирования др.

Министерством цифрового развития и Минпромторга разработана и в настоящее время достаточно эффективно функционирует электронная

цифровая площадка «Биржа импортозамещения» – «…новый сервис, основанный на базе Государственной информационной системы промышленности, позволяющий проводить закупки импортозамещающих товаров отечественного производства, аналогов санкционной продукции и оригинальных товаров, произведённых в Российской Федерации» [5]. На данной цифровой площадке предпринимателям предоставлен широкий перечень отечественных аналогов санкционных товаров и импортозамещающей продукции, что значительно упрощает процесс производства и создания потребительской ценности.

Вместе с тем для ряда отраслей существуют определённые проблемы импортозамещения. Так, «…в пищевой промышленности 100% импорт консервантов (бензойной кислоты, лимонной кислоты и их солей). При этом сырье, из которого производятся консерванты (толуол, пшеница, кукуруза и крахмал), добываются в избытке на территории Российской Федерации. Также есть сложности с производством модифицированных продуктов (например, крахмала), который применяют как загуститель» [6]. С учетом вышеизложенного можно констатировать, что решение задач импортозамещения и производства конкурентной продукции требует повышения уровня инновационной активности отечественных предприятий с целью создания.

Управление процессами импортозамещения становится ключевой проблемой, которая требует принятия мер на различных уровнях для увеличения эффективности производства и повышения качества продукции. Основным фактором формирования ключевых факторов успеха, обеспечивающим успешную реализацию стратегии импортозамещения, является переход на инновационную модель развития, что возможно путем разработки и активного внедрения инноваций, интегрирующих различные технологии и научные разработки. Именно инновации способствуют совершенствованию сети бизнес-процессов, систем управления и конкретных продуктов. В данном аспекте, следует полностью согласиться с позицией

Г.Х. Батова, который утверждает, что: «…важным условием успешного импортозамещения является создание и поддержание устойчивого функционирования региональных полноценных технологических цепочек «от производителей до конечного потребителя» [3, с.100].

Безусловно, формирование и реализация стратегии импортозамещения не может учитывать отдельные аспекты, она является комплексной и предполагает «… создание и реализацию импортозамещающих идей и разработок через создание новых технологий» [26, с. 79], требует трансформации всех звеньев цепочки создания потребительской ценности на основе разработки экономически обоснованной «…технологии принятия управленческих решений в системе инновационного развития предприятий» [18, с. 811]. Базовыми компонентами формирования стратегии инновационного импортозамещения являются: инновации, интеллектуальный потенциал и интеллектуальная собственность, инновационная инфраструктура, инновационная институциональная среда и целенаправленная инновационная политика государства (рис. 1).



Рис. 1. Модель базовых составляющих формирования стратегии инновационного импортозамещения

Источник: составлено авторами по данным [8]

Многогранность и специфика новой экономики требуют нового подхода к ее управлению как на микро-, так и на макроуровнях. В этом контексте именно инновации формируют фундамент для реализации стратегии

импортозамещения. Кроме того, инновации являются средством динамичной конкурентной борьбы, а также основой современных научно-технических революций. Необходимым первичным условием инновационного развития является интеллектуальная основа, которая обеспечивается через формирование, приращение и использование интеллектуального потенциала предприятия. Авторская позиция сводится к тому, что любой готовый продукт, является результатом интеллектуальной деятельности, а созданную ценность можно характеризовать как инновационную. Исходя из этого, интеллектуальный потенциал можно считать фундаментом инновационного импортозамещения.

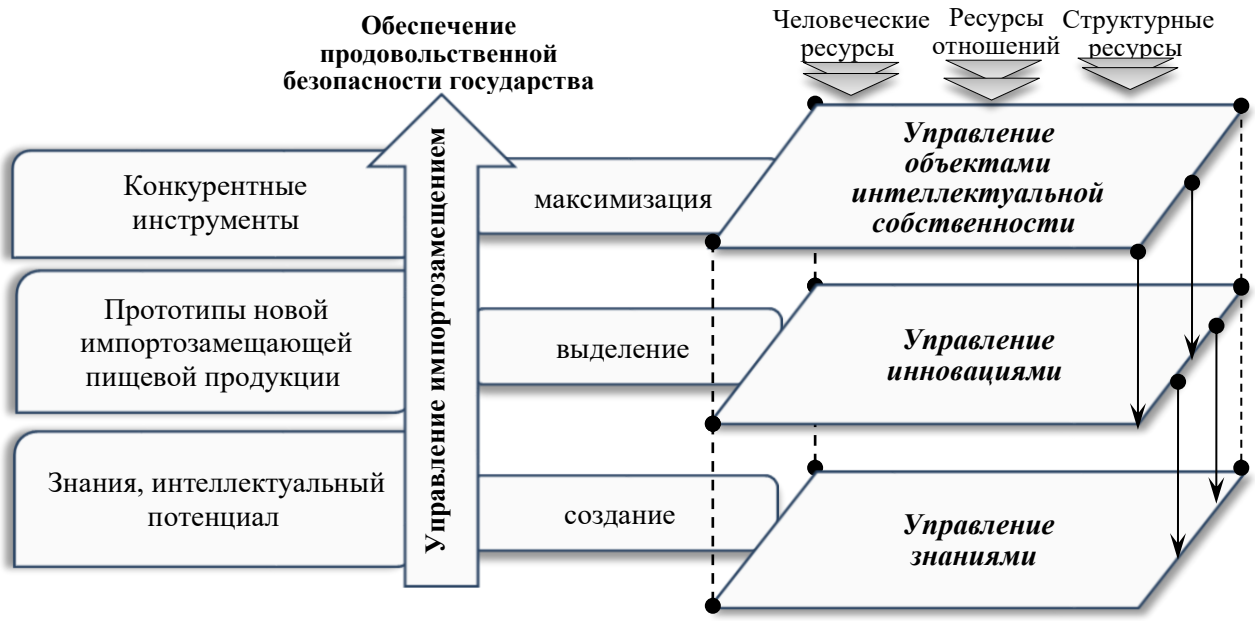


Рис. 2. Модель комплексного задействования интеллектуального потенциала при реализации стратегии импортозамещения

Источник: составлено авторами

Характеризуя представленную на рис. 2 модель, следует отметить, что имеющиеся в распоряжении предприятия пищевой промышленности ресурсы (человеческие, структурные и ресурсы отношений) являются источником для производства, операционной, инновационной деятельности и выступают в качестве «ресурсов знаний». Фокус управления направлен на человеческие

ресурсы (поскольку именно персонал является основным носителем, «генератором» и обработчиком знаний и инновационных идей).

На втором этапе идентифицированный ранее интеллектуальный потенциал трансформируется через сеть бизнес-процессов в прикладных знаниях, которые могут быть имплементированы на создание прототипов новой импортозамещающей продукции. На данном этапе созданная стоимость материализуется в форме идей и концепций, генерируемых персоналом, через контакт с потребителями. Третий этап предполагает управление объектами интеллектуальной собственности, которые можно четко выделить, описать, идентифицировать и использовать в качестве конкурентного преимущества или рыночного продукта. Соответственно на этой стадии основное внимание направлено на структурный интеллектуальный капитал для достижения конечной цели инновационного процесса – коммерциализации инноваций.

Процесс создания инноваций осуществляется непосредственно с участием соответствующего институционального комплекса, в состав которого входят: образование, наука, нормативно-правовая база, институты финансовой поддержки инновационной деятельности, общественные нормы и традиции. Рассматривая инновационную деятельность и формирование интеллектуального капитала, российские ученые Е. Попов и М. Власов в качестве основы формирования и развития институтов инновационной деятельности рассматривают предпринимательскую активность индивида в создании соответствующих результатов научного поиска с целью получения прибыли.

В данном аспекте при формировании стратегии импортозамещения ключевую роль отводится предприятию, которое рассматривается нами как «…генератор и инкубатор институтов производства новых знаний» [21, с. 8]. На основе обобщения существующих подходов к систематизации институциональных факторов, с учетов разработок Г. Клейнера [14], нами выделены основные институциональные факторы стратегии инновационного импортозамещения (табл. 1).

Таблица 1

Институциональные факторы стратегии инновационного импортозамещения

Качества	**Группы институтов**
целостность предприятия; внутренняя консолидация и координация основных, обеспечивающих и управленческих бизнес-процессов; влияние рыночных сигналов; социальная ответственность предприятия; рост конкурентоспособности, оптимизация производственных процессов	институты минимизации трансакционных затрат; институты бизнес-планирования и стратегического менеджмента; институты маркетинга и конкуренции; институты социальной репутации предприятия; институты НИОКР, продуктирование новых знаний
Эндогенные	**Экзогенные**
институт финансирования производства знаний; институт преобразования знаний; институт экстернальных эффектов; институт управления знаниями; институт ресурсообеспечения; институт организации деятельности предприятия	институт оценки рисков; институт оценки влияния рыночной ситуации; институт агентского взаимодействия; институт ценообразования на рынке новых знаний; институт доверия; институт распределения ответственности между ассоциированными субъектами

Источник: составлено авторами по данным [14]

Функционируя в рыночной экономической системе, институт интеллектуального капитала порождает институты интеллектуального предпринимательства. Институционализация инновационной сферы означает трансформацию намерений субъектов хозяйствования относительно создания благоприятной среды для инноваций путем разработки и внедрения соответствующих правил и норм посредством механизмов экономико-правовой регулирующей деятельности органов власти.

В свою очередь, государственное регулирование импортозамещения может осуществляться путем модернизации и развития внутреннего производства, повышения покупательной способности и изменения покупательских приоритетов население (административные методы экономического управления), а также тарифного и нетарифного (административного, регуляторного, фискального, антимонопольного, ценового, др.) ограничений импорта. Авторская позиция сводится к тому, что главным институтом инновационной деятельности является само

предприятие, поскольку оно аккумулирует возможности и мотивации создания инноваций. Этот институт осуществляет трансформацию ресурсов в продукт, но пытается делать это с наименьшими затратами, то есть является запрограммированным на инновации.

Принимая во внимание тот факт, что именно инновации позволяют совершенствовать технологии производства, бизнес-процессы управления и повышать качество продукции, «…собственники и руководители отечественных предприятий пищевой промышленности сегодня стремятся достаточно активно внедрять инновации в производственную деятельность с целью создания основы для роста финансовых показателей бизнеса и повышения уровня потребительской лояльности к производимой продукции» [4, с. 31]. Принимая во внимание достаточно широкий спектр возможных преимуществ и эффектов от реализации стратегии импортозамещения, достаточно актуальной становится задача задействования имеющихся ресурсов с целью повышения инновационной активности предприятий. Повышение уровня инновационной активности предприятий пищевой промышленности в условиях импортозамещения по мнению ряда ведущих отечественных ученых-экономистов [11; 13; 15; 19; 20] способствует: развитию новых продуктов и технологий, улучшению производственных процессов, а также разработке альтернативных сырьевых материалов.

Развитие новых продуктов и технологий. Инновационная активность позволяет пищевой промышленности разрабатывать новые продукты и технологии, которые ранее импортировались. Это включает разработку инновационных ингредиентов, новых методов производства и упаковки. Разработка и внедрение новых продуктов и технологий способствуют диверсификации производства, укреплению конкурентоспособности отечественных производителей и сокращению зависимости от импорта.

Улучшение производственных процессов. Инновации также играют важную роль в улучшении производственных процессов в пищевой промышленности. Внедрение новых технологий, автоматизации и

цифровизации процессов позволяет повысить эффективность и гибкость производства, снизить затраты и повысить качество продукции [1, с. 136]. Применение автоматизированных систем управления, робототехники и аналитики данных позволяет оптимизировать процессы и улучшить контроль качества продукции.

Разработка альтернативных сырьевых материалов. Инновационная активность также способствует разработке альтернативных сырьевых материалов в пищевой промышленности. Разработка и использование новых источников сырья, таких как растительные и белковые заменители, способствует снижению зависимости от импорта и обеспечивает возможность создания инновационных продуктов с улучшенными характеристиками. Разработка альтернативных сырьевых материалов позволяет пищевой промышленности «…диверсифицировать и расширить свой источник сырья, снижая риски, связанные с импортными поставками» [19, с. 307]. Это также способствует устойчивому развитию и созданию продуктов, которые соответствуют современным потребностям и требованиям рынка. Внедрение инноваций в области сырьевых материалов позволяет пищевой промышленности быть более конкурентоспособной, устойчивой и инновационной в условиях импортозамещения.

Повышение уровня инновационной активности предприятий пищевой промышленности создает перспективы для развития отечественного производства продуктов питания, снижения зависимости от импорта и повышения конкурентоспособности отечественной продукции. Это также способствует разнообразию предложения, укреплению позиций отечественных производителей и улучшению благосостояния населения через доступ к качественной и безопасной продукции. Инновационный процесс состоит из четырех этапов «…начиная от поиска новых знаний и заканчивая полноценным внедрением инноваций в производственный цикл» [28, с. 57]. Важно отметить, что управление инновациями предприятия не ограничивается этим процессом и требует дальнейшего внимания и развития.

Обоснуем перспективы развития инновационной деятельности для российских предприятий пищевой промышленности в условиях импортозамещения. Основной целью экономического развития предприятий пищевой промышленности в России является поиск новых факторов повышения уровня инновационной активности как отдельных категорий персонала, так и в целом предприятия. Для определения наиболее эффективных инструментов управления процессом импортозамещения на предприятиях пищевой промышленности должны быть разработаны стратегические программы повышения уровня инновационной активности [9, с. 53]. Фокус внимания на инновационном аспекте деятельности предприятий пищевой промышленности можно пояснить следующими тенденциями:

1. Цифровая трансформация способствует разработке новых инновационных идей, и технологий [2, с. 49] (что касается пищевой промышленности, то следует отметить также производство инновационных видов продуктов питания), а также «…меняет функциональную форму цепочки создания стоимости, предполагает развертывание новых производств за счет цифровой интеграции компонентов» [12];

2. Курс государства на импортозамещение приведет к созданию новых рабочих специальностей и профессий, а также повышению уровня компетенций персонала [4, с. 156]. Это обеспечит эффективность труда на предприятиях, ориентированных на инновационное развитие;

3. Институционализация инновационной сферы позволит создать благоприятную инвестиционную среду и сформировать благоприятный инновационный и климат среды для инноваций;

4. Государственное регулирование импортозамещения (нормативно-правовое обеспечение, субсидии, льготное кредитование, налоговые льготы и т.д.) будет стимулировать развитие внутреннего производства [19, с. 310].

Для принятия обоснованных управленческих решений по реализации стратегии импортозамещения считаем целесообразным учитывать фактор риска, который предлагается определять на основе метода бета-коэффициента.

Бета-коэффициент позволяет определить величину рыночного риска, как соотношения между темпом роста товарооборота по отельным товарным группам импортозамещающей продукции и темпам роста рынка в целом. Учет фактора риска позволит оценить перспективность инвестиций в производство прототипов новой импортозамещающей продукции. Расчет осуществляется по формуле (1):

$$R_{ППИ} = \frac{Cov(R_g, R_s)}{Var(R_s)} \quad (1)$$

где $R_{ППИ}$ – величина риска инвестиций в производство новой импортозамещающей продукции;

Cov(Rg, Rs) – ковариация между темпом роста объемов реализации группы импортозамещающей продукции (Rg) и темпом роста объема реализованной продукции в целом (Rs);

Var(Rs) – дисперсия темпа прироста объема реализации пищевой продукции внутреннего рынка.

Значение коэффициента $R_{ППИ}$ интерпретируется следующим образом:

– если коэффициент риска инвестиций в производство новой импортозамещающей продукции $R_{ППИ} > 1$ это свидетельствует о том, что в условиях роста рынка товарная группа импортозамещающей продукции растет быстрее и соответствует требованиям реального сектора экономики;

– если $R_{ППИ} \leq 1$, товарная группа импортозамещающей продукции не соответствует требованиям потребительского рынка.

При обосновании стратегии импортозамещения достаточно аргументированным, с экономической точки зрения, является также учет показателя эластичности спроса по цене на импортозамещающую продукцию на рынке ($E^{P}_{d(И)}$). Данный показатель показывает, на сколько процентов изменяется в среднем спрос на продовольственную продукцию вследствие снижения цены на нее при импортозамещении на 1%. Расчёт показателя осуществляется по формуле [8, с. 283]:

$$E^{P}_{d(И)} = \frac{\Delta q}{q} \div \frac{\Delta p}{p} \quad (2)$$

где Δq – изменение величины спроса при изменении цены вследствие импортозамещения, выраженное в процентах (%);

Δp – изменение цены на продукцию вследствие импортозамещения, выраженное в процентах (%).

Если $E^{P}_{d(И)} > 1$ – спрос на импортозамещающую продукцию эластичный, если $E^{P}_{d(И)} < 1$ – спрос на импортозамещающую продукцию неэластичный, при условии: $E^{P}_{d(И)} = 1$ – отмечается единичная эластичность спроса (на отдельные виды импортозамещающей продукции).

Немаловажным фактором формирования стратегии импортозамещения, по нашему мнению, является учет благоприятности внешнего инновационного климата, расчет которого осуществляется по формуле:

$$K^{C} = \frac{\sqrt{\left(p^{C} - K^{I}\right) \times \left(p^{C} - K^{II}\right) \times \left(p^{c} - K^{III}\right)}}{p^{C}} \quad (3)$$

где K^{C} – коммутатор благоприятности внешнего инновационного климата для предприятия пищевой промышленности;

K^{I} – комплексный показатель благоприятности влияния факторов макросреды на инновационную активность предприятия пищевой промышленности;

K^{II} – комплексный показатель благоприятности влияния факторов мезосреды на инновационную активность предприятия пищевой промышленности;

K^{III} – комплексный показатель благоприятности влияния факторов микросреды на инновационную активность предприятия пищевой промышленности;

p^{C} – периметр коммутатора благоприятности внешнего инновационного

климата.

$$\mathbf{p}^{c} = \frac{\mathbf{K}^{I} + \mathbf{K}^{II} + \mathbf{K}^{III}}{k} \quad (4)$$

где k – количество индикаторов оценки благоприятности внешнего инновационного климата.

Как было отмечено выше, необходимым первичным условием реализации стратегии импортозамещения является инновационная активность предприятия пищевой промышленности ($L^{ИА}$), высокий уровень которой, в свою очередь, может быть обеспечен на основе реализации интеллектуального потенциала предприятия. При этом ключевой значение имеет эффективная организация командной работы относительно разработки прототипов импортозамещающей продукции и их реализации на потребительском рынке. Стоит сфокусировать внимание на организации командной работы персонала предприятия пищевой промышленности относительно разработки инновационных нововведений и обеспечении эффективности переходных процессов на предприятии в новое качество.

В данном аспекте особое значение имеет развитие профессиональных компетенций для роста инновационной зрелости работников. Выбор оптимального типа стратегии импортозамещения на предприятии пищевой промышленности предлагаем осуществлять с учетом следующих доминирующих факторов:

– Риска инвестиций в производство новой импортозамещающей продукции ($R_{ППИ}$).

– Эластичности спроса по цене на импортозамещающую продукцию ($E^{P}_{d(И)}$).

– Инновационной активности предприятия пищевой промышленности (L^{IA}).

– Благоприятности внешнего инновационного климата (K^{C}).

– Индекса коммуникабельности (I^{K}), который характеризующего

способность предприятия пищевой промышленности к инновационному переформатированию производства.

Критерии возможных значений доминант для определения стратегии импортозамещения приведены в табл.2.

Таблица 2

Критерии возможных значений доминант для определения стратегии импортозамещения

Доминанты формирования стратегии импортозамещения	Возможные значения		
Величина риска инвестиций в производство новой мпортозамещающей продукции ($R_{ППИ}$)	$R_{ППИ(1)}$	$R_{ППИ(2)}$	$R_{ППИ(3)}$
	высокий	*допустимый*	*приемлемый*
Эластичность спроса по цене на импортозамещающую продукцию ($E^{P}_{d(И)}$)	$E^{P}_{d(И)\,(1)}$	$E^{P}_{d(И)\,(2)}$	$E^{P}_{d(И)\,(3)}$
	эластичный	*неэластичный*	*с единичной эластичностью*
Уровень инновационной активности предприятия пищевой промышленности (L^{IA})	$L^{IA}_{(1)}$	$L^{IA}_{(2)}$	$L^{IA}_{(3)}$
	высокий	*средний*	*низкий*
Характеристика благоприятности внешнего инновационного климата (K^C)	$K^C_{(1)}$	$K^C_{(2)}$	$K^C_{(3)}$
	компромиссная	*консервативная*	*агрессивная*
Индекс коммуникабельности (I^K)	$I^K_{(1)}$	$I^K_{(2)}$	$I^K_{(3)}$
	начальный	*профессиональный*	*комптентностный*

Источник: составлено авторами

В экономической литературе для выбора определенного типа стратегии в основном применяется матричный подход, позволяющий отразить различные сочетания рассматриваемых аттракторов. Однако в литературе описываются в основном двухфакторные матрицы, не позволяющие в полной мере охватить все доминанты определения стратегии импортозамещения. Принимая во внимание необходимость учета приведенных в табл. 2 доминант, при выборе стратегии импортозамещения предлагается сформировать паттерн (устойчивая характеристика [15, с. 314]) стратегии импортозамещения. Матрица паттернов стратегии импортозамещения представлена на рис. 3.

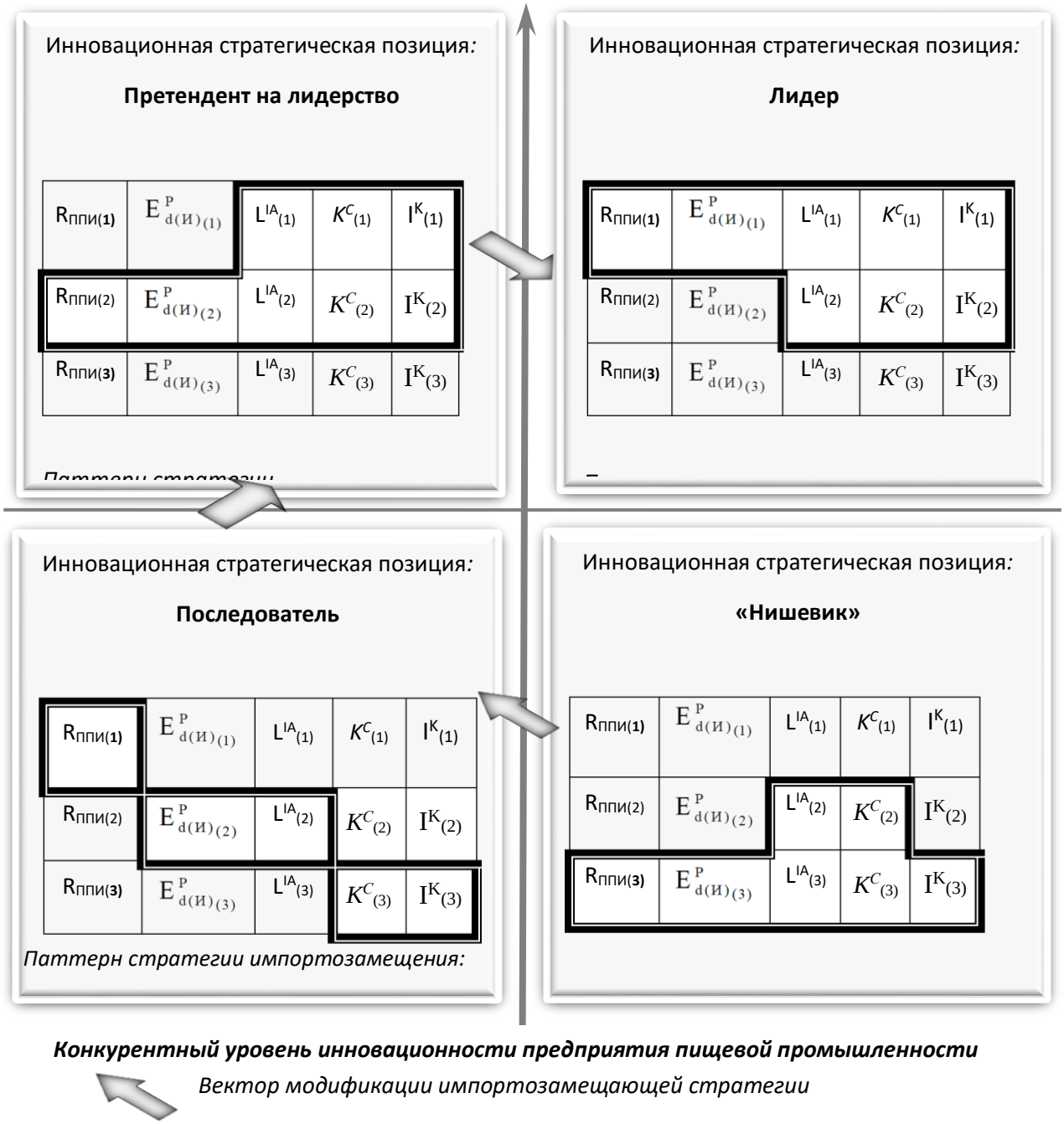


Рис. 3. Матрица паттернов стратегии импортозамещения предприятия пищевой промышленности

Источник: составлено авторами

Паттерн стратегии импортозамещения обуславливает ее выбор на основе текущего уровня системы доминантов. Совокупность паттернов стратегии импортозамещения сформирована согласно конкурентному подходу, предложенному Ф. Котлером – лидер, претендент, последователь и нишевик [15] и вектора трансформации импортозамещающей стратегии,

указывающей направление движения от позиции «нишера» к позиции лидера. Предложенный подход к формированию матрицы паттернов стратегии импортозамещения позволяет не только определить оптимальный тип стратегии для предприятия пищевой промышленности с учетом достигнутого конкурентного уровня инновационности («нишевика», последователя претендент на лидерство или лидера), но и установить стратегический вектор ее модификации.

Результаты и обсуждение

Внедрение инноваций в предприятия пищевой промышленности является фундаментом для устойчивого социально-экономического развития России. Инновационная активность способствует росту экономической эффективности производства и финансовых результатов бизнеса, что, в свою очередь, обеспечивает ресурсное обеспечение инновационной деятельности, включая проведение фундаментальных и прикладных исследований. Основное значение инновационной активности в пищевой промышленности в контексте реализации стратегии импортозамещения состоит в следующем:

– способствуют повышению экономической стабильности и сокращению рисков импортозависимости для отечественных предприятий. Развивая собственные производственные возможности и внедряя новейшие технологии, предприятия становятся более устойчивыми к мировым колебаниям цен на продукцию, сырье и технологии, что обеспечивает более предсказуемый и устойчивый экономический рост;

– способствуют укреплению национальной безопасности страны;

– уменьшая зависимость от импорта продуктов питания, повышается уровень продовольственной безопасности в стране, снижаются риски возникновения геополитических и экономических конфликтов, связанных с поставками сырья для производства и самих продуктов питания из-за рубежа;

– позволяют создавать новые продукты, адаптированные к потребностям и предпочтениям национальных потребителей. Это открывает новые рыночные возможности для отечественных предприятий пищевой

промышленности и способствует расширению их доли на внутреннем и мировом рынках;

– способствуют повышению уровня конкурентоспособности отечественных производителей пищевой промышленности.

Практическая реализация разработанной модели комплексного задействования интеллектуального потенциала при реализации стратегии импортозамещения позволит определить ключевые виды ресурсов (человеческих, структурных и ресурсов отношений) для целенаправленного управления объектами интеллектуальной собственности, инновациями и знаниями, путем задействования конкурентных инструментов для создания новой импортозамещающей пищевой продукции.

Заключение

Предложенный подход к определению оптимального типа стратегии импортозамещения для предприятия пищевой промышленности, в отличие от существующих (согласно которым, внимание акцентируется в основном на двух или трех наиболее значимых факторах), создает возможность комплексного учета ключевых доминантов (риска инвестиций в производство импортозамещающей продукции, эластичности спроса по цене на импортозамещающую продукцию, инновационной активности предприятия пищевой промышленности, благоприятности внешнего инновационного климата, индекса коммуникабельности, характеризующего способность предприятия пищевой промышленности к инновационному переформатированию производства), которые согласно позиции авторов, являются определяющими при продвижении импортозамещающей продукции предприятия пищевой промышленности на конкурентном рынке и модифицируются в направлении рекомендуемого вектора паттерна стратегий (от позиции «нишера» к лидеру). Полученные выводы могут быть обобщены на предприятия других отраслей промышленного производства.

Литература

1. Абрамов В.И., Маркина Ю.В., Камынин Д.А. Реализация политики импортозамещения как фактор активизации инновационных процессов // Экономика и предпринимательство. 2017. №1 2 (1). С. 134–137.

2. Антонов В.Н. Цифровизация импортозамещения: перспективы и прогноз // Социально-экономические процессы: новое видение, вызовы, тенденции: монография. Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука», 2022. С. 45–61.

3. Батов Г.Х. Роль инноваций в импортозамещении продукции (на примере Северо-Кавказского ФО) // Проблемы прогнозирования. 2017. № 1. С. 98–102.

4. Бахман Д.А. Перспективы развития цифровой экономики // Новые технологии. 2019. №2. С. 149–157.

5. Биржа импортозамещения. URL: https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/.

6. Венедиктов Д. Импортозамещение в России: востребованные ниши для бизнеса в 2022 году. URL: https://www.business.ru/article/4087-importozameshchenie-2022.

7. Ветрова Е.А., Кабанова Е.Е. Инновационное развитие отраслевых предприятий пищевой промышленности России: региональный аспект // Управленческий учет. 2023. № 1. С. 29–37.

8. Волкодавова Е.В. Реализация стратегии импортозамещения продукции на российских промышленных предприятиях // Экономические науки. 2009. №12. С. 281–286.

9. Гайдарова В.В. Инновации на промышленных предприятиях // Символ науки. 2016. № 4 (1). С. 51–55.

10. Демидова А.М., Кондратьев А.В., Лазарев Б.А. Современные особенности реализации стратегии импортозамещения в Российской Федерации // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15. № 1. URL: https://esj.today/PDF/96FAVN123.p.

11. Зяблов А.А. Инновационное развитие пищевой промышленности России: возможности и ограничения // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. № 2. С. 136–150.

12. Импортозамещение в России: вчера и завтра. URL: https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/814560067.pdf.

13. Калинина И.В., Фаткуллин Р.И. Инновационное развитие предприятий пищевой отрасли: проблемы и перспективы // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Пищевые и биотехнологии. 2015. № 3. С. 17–22.

14. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем. URL: www.kleiner.ru/skrepk/predst.pdf.

15. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Дж. Сондерс, В.Вонг. – 2-е европ. изд. М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. 656 с.

16. Котов А.В. Стратегия импортозамещения в экпортоориентированном регионе России // Российский внешнеэкономический вестник. 2023. № 1. С. 64–73.

17. Кравченко Е.С., Овсянникова В.В. Организационное проектирование инновационных бизнес-моделей предприятий // Торговля и рынок. 2021. № 4–2 (60). С. 92–102.

18. Кравченко Е.С. Технология принятия управленческих решений в системе инновационного развития предприятий сферы торговли // Экономика и предпринимательство. 2022. № 4 (141). С. 810–819.

19. Овчинников А.П. Перспективные направления инновационной активности в условиях импортозамещения // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т 11. № 9–1. С. 307–313.

20. Пономаренко Н.Ш. Актуализация трансформации продовольственного комплекса в контексте цифровизации экономики // Торговля и рынок. 2019. Т. 2. № 3 (51). С. 142–148.

21. Попов Е.В., Власов М.В. Экономические институты инвенций //

Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 18. С. 2–12.

22. Постановление Правительства РФ от 30.04.2020 № 616 (ред. от 31.05.2023) «Об установлении запрета на допуск промышленных товаров, происходящих из иностранных государств, для целей осуществления закупок для государственных и муниципальных нужд, а также промышленных товаров, происходящих из иностранных государств для целей осуществления закупок для нужд обороны страны и безопасности государства» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351809/.

23. Постановление Правительства РФ от 16.09.2016 № 925 (ред. от 16.05.2022) «О приоритете товаров российского происхождения, работ, услуг, выполняемых, оказываемых российскими лицами, по отношению к товарам, происходящим из иностранного государства, работам, услугам, выполняемым, оказываемым иностранными лицами» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_204736/.

24. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 328 (ред. от 01.09.2023) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» // СПС Консультант Плюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162176/.

25. Туманян Ю.Р., Индустриев М.А. Импортозамещение как фактор инновационного развития экономики России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. 2022. Т 22. № 4. С. 396–405.

26. Уханова Р. М., Райская М.В. Модель обеспечения инновационного импортозамещения в промышленности России // Вестник экономики, права и социологии. 2016. № 3. С. 78–81.

27. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Механизм экономического развития государства в современных условиях на основе внедрения инновационного подхода // Вестник ЮГУ. 2015. № S 3–2 (38). С. 55–59.

References

1. Abramov V.I., Markina YU.V., Kamynin D.A. Realizaciya politiki importozameshcheniya kak faktor aktivizacii innovacionnyh processov // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2017. №1 2 (1). S. 134–137.

2. Antonov V.N. Cifrovizaciya importozameshcheniya: perspektivy i prognoz // Social'no-ekonomicheskie processy: novoe videnie, vyzovy, tendencii: monografiya. Petrozavodsk: Mezhdunarodnyj centr nauchnogo partnerstva «Novaya Nauka», 2022. S. 45–61.

3. Batov G.H. Rol' innovacij v importozameshchenii produkcii (na primere Severo-Kavkazskogo FO) // Problemy prognozirovaniya. 2017. № 1. S. 98–102.

4. Bahman D.A. Perspektivy razvitiya cifrovoj ekonomiki // Novye tekhnologii. 2019. №2. S. 149–157.

5. Birzha importozameshcheniya. URL: https://etpgpb.ru/portal/import-substitution/.

6. Venediktov D. Importozameshchenie v Rossii: vostrebovannye nishi dlya biznesa v 2022 godu. URL: https://www.business.ru/article/4087-importozameshchenie-2022.

7. Vetrova E.A., Kabanova E.E. Innovacionnoe razvitie otraslevyh predpriyatij pishchevoj promyshlennosti Rossii: regional'nyj aspekt // Upravlencheskij uchet. 2023. № 1. S. 29–37.

8. Volkodavova E.V. Realizaciya strategii importozameshcheniya produkcii na rossijskih promyshlennyh predpriyatiyah // Ekonomicheskie nauki. 2009. №12. S. 281–286.

9. Gajdarova V.V. Innovacii na promyshlennyh predpriyatiyah // Simvol nauki. 2016. № 4 (1). C. 51–55.

10. Demidova A.M., Kondrat'ev A.V., Lazarev B.A. Sovremennye osobennosti realizacii strategii importozameshcheniya v Rossijskoj Federacii // Vestnik evrazijskoj nauki. 2023. T. 15. № 1. URL: https://esj.today/PDF/96FAVN123.p.

11. Zyablov A.A. Innovacionnoe razvitie pishchevoj promyshlennosti Rossii: vozmozhnosti i ogranicheniya // Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra. 2016. № 2. S. 136–150.

12. Importozameshchenie v Rossii: vchera i zavtra. URL: https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/814560067.pdf.

13. Kalinina I.V., Fatkullin R.I. Innovacionnoe razvitie predpriyatij pishchevoj otrasli: problemy i perspektivy // Vestnik YUzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pishchevye i biotekhnologii. 2015. № 3. C. 17–22.

14. Klejner G.B. Evolyuciya institucional'nyh sistem. URL: www.kleiner.ru/skrepk/predst.pdf.

15. Kotler F. Osnovy marketinga: Per. s angl. / F. Kotler,

G. Armstrong, Dzh. Sonders, V.Vong. – 2-e evrop. izd. M.: Izdatel'skij dom «Vil'yams», 2007. 656 s.

16. Kotov A.V. Strategiya importozameshcheniya v ekportoorientirovannom regione Rossii // Rossijskij vneshneekonomicheskij vestnik. 2023. № 1. S. 64–73.

17. Kravchenko E.S., Ovsyannikova V.V. Organizacionnoe proektirovanie innovacionnyh biznes-modelej predpriyatij // Torgovlya i rynok. 2021. № 4–2 (60). S. 92–102.

18. Kravchenko E.S. Tekhnologiya prinyatiya upravlencheskih reshenij v sisteme innovacionnogo razvitiya predpriyatij sfery torgovli // Ekonomika i predprinimatel'stvo. 2022. № 4 (141). S. 810–819.

19. Ovchinnikov A.P. Perspektivnye napravleniya innovacionnoj aktivnosti v usloviyah importozameshcheniya // Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra. 2021. T 11. № 9–1. S. 307–313.

20. Ponomarenko N.SH. Aktualizaciya transformacii prodovol'stvennogo kompleksa v kontekste cifrovizacii ekonomiki // Torgovlya i rynok. 2019. T. 2. № 3 (51). S. 142–148.

21. Popov E.V., Vlasov M.V. Ekonomicheskie instituty invencij //

Ekonomicheskij analiz: teoriya i praktika. 2013. № 18. S. 2–12.

22. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 30.04.2020 № 616 (red. ot 31.05.2023) «Ob ustanovlenii zapreta na dopusk promyshlennyh tovarov, proiskhodyashchih iz inostrannyh gosudarstv, dlya celej osushchestvleniya zakupok dlya gosudarstvennyh i municipal'nyh nuzhd, a takzhe promyshlennyh tovarov, proiskhodyashchih iz inostrannyh gosudarstv dlya celej osushchestvleniya zakupok dlya nuzhd oborony strany i bezopasnosti gosudarstva» // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_351809/.

23. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 16.09.2016 № 925 (red. ot 16.05.2022) «O prioritete tovarov rossijskogo proiskhozhdeniya, rabot, uslug, vypolnyaemyh, okazyvaemyh rossijskimi licami, po otnosheniyu k tovaram, proiskhodyashchim iz inostrannogo gosudarstva, rabotam, uslugam, vypolnyaemym, okazyvaemym inostrannymi licami» // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_204736/.

24. Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 15.04.2014 № 328 (red. ot 01.09.2023) «Ob utverzhdenii gosudarstvennoj programmy Rossijskoj Federacii «Razvitie promyshlennosti i povyshenie ee konkurentosposobnosti» // SPS Konsul'tant Plyus. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162176/.

25. Tumanyan YU.R., Industriev M.A. Importozameshchenie kak faktor innovacionnogo razvitiya ekonomiki Rossii // Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Ekonomika. Upravlenie. Pravo. 2022. T 22. № 4. S. 396–405.

26. Uhanova R. M., Rajskaya M.V. Model' obespecheniya innovacionnogo importozameshcheniya v promyshlennosti Rossii // Vestnik ekonomiki, prava i sociologii. 2016. № 3. S. 78–81.

27. SHatalov M.A., Mychka S.YU. Mekhanizm ekonomicheskogo razvitiya gosudarstva v sovremennyh usloviyah na osnove vnedreniya innovacionnogo podhoda // Vestnik YUGU. 2015. № S 3–2 (38). S. 55–59.

DOI: 10.54861/27131211_2023_8_31

Специальность ВАК: 5.2.3

УДК 339:659.4

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ОНЛАЙН-ТОРГОВЛЕ

Баженов К.С., аспирант, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Россия

Баженов В.С., аспирант, Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, г. Гатчина, Россия

Аннотация. Целью статьи является разработка практических рекомендаций для использования маркетинговых инноваций в процессе управления торговыми организациями в сфере онлайн-торговли. На примере онлайн-ритейла (сегмент B2C) показано, что маркетинговые инновации играют важную роль в увеличении конкурентоспособности торговых предприятий, поскольку позволяют организациям более результативно взаимодействовать с клиентами, оптимизировать рекламные кампании, исследовать рынок и привлекать новых клиентов. Обосновано, что применение инноваций, таких как персонализированный маркетинг, прогнозирование трендов рынка, интеллектуальная реклама, использование чат-ботов, виртуальных ассистентов и др., позволяют расширить маркетинговые возможности фирмы и усилить рыночные позиции за счет обеспечения высокой эффективности маркетинговых коммуникаций. Результатом исследования является разработка стратегии маркетингового продвижения предприятия в сфере онлайн-ритейла. Стратегия включает в себя следующие этапы: анализ рынка и целевой аудитории, формирование

уникального торгового предложения, использование инструментов персонализации, взаимодействие с аудиторией посредством социальных медиа, применение мобильного маркетинга, а также анализ результативности и оптимизация реализуемой стратегии. Использование новых и современных методов, маркетинговых инструментов и технологий на каждом из этапов лежит в основе создания конкурентных преимуществ и усиления рыночной власти фирмы. Описанные маркетинговые инновации могут быть успешно применены в различных сегментах онлайн-торговли, включая B2B, маркетплейсы и также онлайн-сервисы, которые могут повысить коммерческую эффективность за счет применения предложенных маркетинговых инноваций.

Ключевые слова: маркетинговые инновации, цифровой маркетинг, рыночные возможности, факторы конкурентоспособности, инновации в онлайн-торговле.

MARKETING INNOVATIONS AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS IN ONLINE TRADING

Bazhenov K.S., Postgraduate student, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia

Bazhenov V.S., Postgraduate student, State Institute of Economics, Finance, Law and Technology, Gatchina, Russia

Abstract. The purpose of the article is to develop practical recommendations for the use of marketing innovations in the management of trade organizations in the field of online commerce. Using the example of online retail (B2C segment), it is shown that marketing innovations play an important role in increasing the competitiveness of retail enterprises, since they allow organizations to interact more effectively with customers, optimize advertising campaigns, explore the market and attract new customers. It is proved that the use of innovations, such as personalized

marketing, forecasting market trends, intelligent advertising, the use of chatbots, virtual assistants, etc., can expand the marketing capabilities of the company and strengthen market positions by ensuring high efficiency of marketing communications. The result of the research is the development of a marketing promotion strategy for the company in the field of online retail. The strategy includes the following stages: analysis of the market and the target audience, the formation of a unique sales offer, the use of personalization tools, interaction with the audience through social media, the use of mobile marketing, as well as performance analysis and optimization of the strategy being implemented. The use of new and modern methods, marketing tools and technologies at each stage is the basis for creating competitive advantages and strengthening the firm's market power. The described marketing innovations can be successfully applied in various segments of online commerce, including B2B, marketplaces and also online services that can increase commercial efficiency through the application of the proposed marketing innovations.

Keywords: marketing innovations, digital marketing, market opportunities, competitiveness factors, innovations in online commerce.

JEL classification: M31, L81, F14.

Для цитирования: *Баженов К.С., Баженов В.С. Маркетинговые инновации как фактор конкурентоспособности в онлайн-торговле // Прогрессивная экономика. 2023. № 9. С. 31–48.*

Введение

Онлайн-торговля представляет собой сектор экономики, в котором процессы выбора, покупки и продажи товаров осуществляются через интернет. Онлайн-торговля становится неотъемлемой частью современной мировой экономики, поскольку постоянно развивается с развитием интернет-технологий и изменением потребительских привычек. Онлайн-торговля

включает в себя различные виды бизнес-моделей: продажа товаров и услуг конечным потребителям через интернет (B2C), торговлю между компаниями через интернет (B2B), продажу товаров и услуг между самими потребителями (C2C), а также маркетплейсы, онлайн-сервисы и подписки.

В условиях глобализации, предприятия, ведущие деятельность в сфере онлайн-торговли, сталкиваются с изменениями в предпочтениях потребителей, а также с трансформационными изменениями в секторе экономической деятельности. Так, согласно результатам исследования консалтингового агентства Gartner, в сфере маркетинговых технологий наблюдается снижение показателей отдачи инвестиций в маркетинг с 58% в 2020 году до 42% в 2022 году [9]. При этом на фоне сокращения показателей отдачи от инвестирования в маркетинговое продвижение, с ростом конкуренции постепенно увеличивается и стоимость размещения рекламных сообщений. Так, за 2021 год средняя стоимость клика на российском рынке интернет-рекламы увеличилась на 40%, а за 2022 год на 26% [6]. Следовательно, тренд на увеличение маркетинговых расходов обуславливает актуальность исследований, направленных на повышение эффективности стратегий рыночного продвижения в онлайн-торговле, особенно в сегменте B2C. Согласно подходу С.А. Тулуповой и Н.С. Лустова, поиск каналов продаж и построение маркетинговой коммуникации с потребителями играют первостепенную роль на уровне долгосрочного стратегического планирования на предприятиях в сфере онлайн-торговли [8].

Именно в силу важности поиска и совершенствования маркетинговых каналов в эпоху цифровых технологий все большее число компаний, ведущих деятельность в онлайн-торговле, стремящихся расширить собственные рыночные позиции, осуществляют маркетинговые инновации. Е.Ю. Камчатова и соавторы определяют маркетинговые инновации как новаторские подходы, стратегии, методы и технологии, используемые в маркетинге с целью привлечения потребителей, улучшения позиционирования продуктов или услуг на рынке и увеличения эффективности маркетинговых кампаний&

Маркетинговые инновации помогают компаниям оставаться конкурентоспособными, привлекать новых клиентов и удерживать существующих, а также адаптироваться к изменяющимся требованиям и ожиданиям рынка [3].

Поскольку предприятия в секторе онлайн-торговли ведут деятельность в условиях высокой конкуренции, то для того, чтобы выделяться среди конкурентов, они вынуждены постоянно использовать новые методы продвижения, собирать данные о потребителях, учитывать их предпочтения и т.д. Таким образом, в основе конкурентных преимуществ современной онлайн торговли находится именно инновационная деятельность, которая заключается не только в совершенствовании продукта, но и методов, используемых для продажи. Маркетинговые инновации являются важным элементом стратегий развития торговых организаций в секторах онлайн и офлайн торговли. Следовательно, целью настоящей статьи является разработка практических рекомендаций для использования маркетинговых инноваций в процессе управления торговыми организациями в сфере онлайн-торговли. Поскольку сфера онлайн-торговли является достаточно широкой, анализ в настоящей статье сфокусирован на исследовании инноваций в сегменте B2C (онлайн-ритейла), где потребители могут покупать товары напрямую у продавца. На основании результатов анализа авторами делается обобщение на другие сегменты онлайн-торговли.

Обзор литературы

Рассматривая сущность маркетинговых инноваций, необходимо определить их место в инновационной системе. Современные авторы придерживаются следующей классификации, согласно которой инновации могут быть разделены на технологические и нетехнологические. Технологические инновации включают в себя продуктовые и процессные инновации, а нетехнологические - маркетинговые и организационные (рис. 1). Маркетинговые инновации в данной классификации представляют собой изменения в дизайне и упаковке потребительских товаров, работ или услуг,

подразумевают использование принципиально новых методов продаж и продвижения товаров на рынках сбыта, а также формирование новых ценовых стратегий. Маркетинговые инновации фокусируются на изменениях в нетехнологических аспектах деятельности организаций и не требуют модернизации технологического процесса или новых конструкторских решений [2].

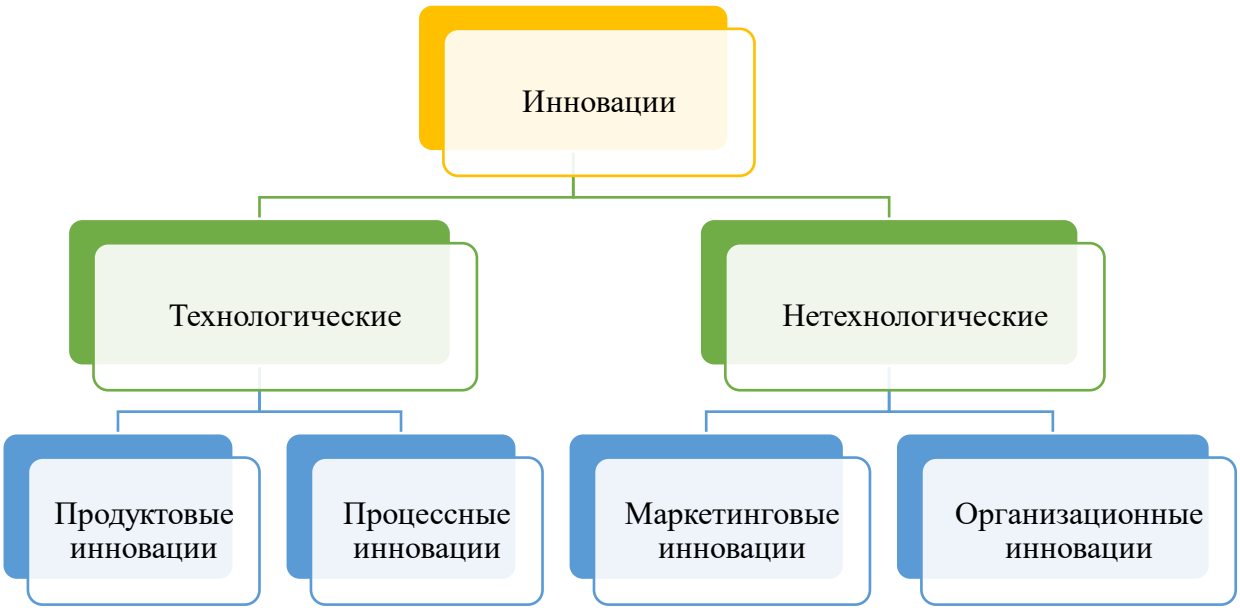


Рис. 1. Классификация инноваций

Источник: составлено авторами по данным [2]

Согласно определению O. Ungerman, J. Dedkova и K. Gurinova, маркетинговые инновации определяются как поиск креативных и новых решений проблем и удовлетворения потребностей клиентов [11]. Иными словами, маркетинговая инновация представляет собой внедрение нового маркетингового метода, включающего значительные изменения в дизайне продукта или упаковке, размещении продукта, продвижении продукта или ценообразовании. Маркетинговые инновации играют ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности, поскольку позволяют дифференцировать продукты конкретной фирмы от продукции конкурентов. Также важно отметить, что маркетинговые инновации не требуют изменений

в бизнес-процессах, однако их влияние на показатели хозяйственной деятельности является значительным.

Отраслевую специфику маркетингового инструментария в сфере розничной онлайн-торговли исследуют И.А. Красюк, А.И. Барбарук и М.А. Шейнина. Авторы вводят понятие торгового (розничного) маркетинга, который представляет собой область маркетинга, связанную с продвижением и продажей товаров непосредственно конечным потребителям через розничные точки продаж, такие как интернет-магазины или карточки товаров на маркетплейсах. Основная цель торгового маркетинга в данном контексте заключается в убеждении потребителей приобрести товары или услуги у данного конкретного продавца, а также в обеспечении положительного опыта покупки [5]. Таким образом, интернет-продавцам необходимо учитывать особенности потребительского поведения для создания грамотной маркетинговой стратегии продвижения своих товаров или собственного бренда.

А.И. Сахбиева приходит к выводу, что основным трендом в экономике электронной торговли сегмента B2C является снижение уровня приверженности покупателя к определенным брендам, сокращается доля целенаправленного поиска и потребление определяется не предпочтениями индивида, а персонализированными алгоритмами подбора. Таким образом, компании на рынке онлайн-торговли продвигаются посредством использования настраиваемой (таргетированной) рекламы, учитывающей потребности конкретного пользователя (рис. 2).

Согласно подходу автора, цифровые технологии способны увеличивать рыночную власть каждого отдельного продавца за счет реализации грамотной маркетинговой стратегии.



Рис. 2. Стратегия продвижения товаров или услуг с применением цифровых технологий

Источник: составлено авторами по данным [7]

Вопросы формирования комплекса маркетинговых мероприятий для предприятий розничной торговой сети исследует Д. Э. Возиянов. Автором обоснована целесообразность применения омниканального маркетинга, направленного на приобретение покупателями непрерывного и согласованного опыта покупок. Согласно автору, данный подход позволяет достичь следующих целей: создание долгосрочных отношений с клиентами и управление лояльностью, обеспечение удобства для клиентов, а также увеличение показателей продаж [1].

Выводы автора являются релевантными и полезными в контексте онлайн-торговли, поскольку продавцы могут собирать и анализировать информацию о предшествующих покупках, а также данные поведении клиентов, чтобы позволяет предлагать им более релевантные предложения. Также на данном этапе развития цифровых технологий, участники сегмента онлайн-торговли могут обеспечить согласованный и непрерывный опыт покупок через различные каналы, включая веб-сайт, мобильное приложение и

социальные медиа. Онлайн-торговля предоставляет уникальные возможности для анализа данных клиентов и последующей персонализации, что делает омниканальные стратегии наиболее эффективными.

На основании произведенного обзора научных источников можно прийти к выводу о том, в сфере онлайн-торговли важными являются как традиционные методы маркетинга, так и использование современных цифровых технологий и омниканальных стратегий для обеспечения успешных продаж и удовлетворения потребностей клиентов. Также можно заключить, что инновации в маркетинге позволяют компаниям более эффективно привлекать и удерживать клиентов, оптимизировать процессы и адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка. Для сохранения конкурентоспособности и улучшения финансовых показателей, продавцы должны постоянно разрабатывать новые продукты, а также стратегии продвижения. Участники рынка онлайн-торговли должны постоянно оптимизировать использование как существующих, так и новых маркетинговых технологий для повышения рентабельности инвестиций в маркетинговое продвижение.

Материалы и методы

Для достижения цели данного исследования авторами произведен анализ научных источников по теме маркетинговых инноваций и их влияния на сферу онлайн-торговли. Материалами исследования выступают статья S. Jung и V. Shegai в которой авторы оценивают влияние инноваций в цифровом маркетинге на эффективность фирмы, а также экспертно-аналитические материалы Digital-агентства Demis Group.

Результаты и обсуждение

Рассматривая проблематику внедрения маркетинговых инноваций в сегменте B2C онлайн-торговли (онлайн-ритейла), необходимо отметить, что согласно данным экспертно-аналитического агентства Data Insight, этап интенсивного роста в данном сегменте уже пройден. Несмотря на постоянное увеличение абсолютных объемов продаж через интернет, темпы роста имеют

явную тенденцию к сокращению (рис. 3). Прогнозируется, что по итогам 2023 года объем онлайн продаж на российском рынке достигнет отметки в 7,4 трлн. руб., а темп роста составит 30%.

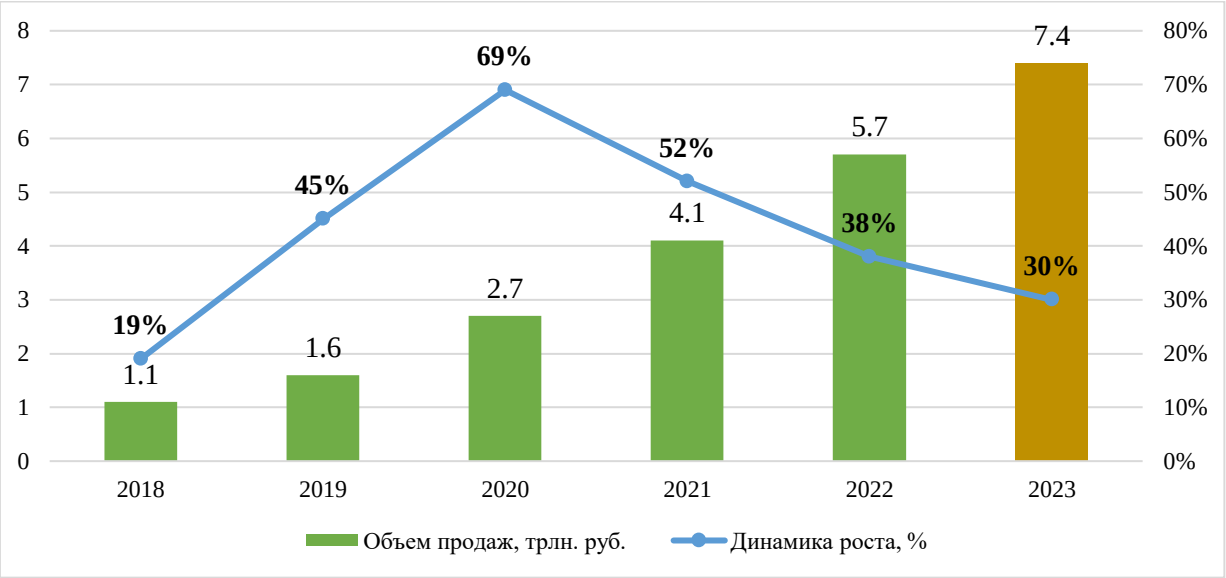


Рис. 3. Динамика объемов продаж на рынке интернет-торговли

Источник: составлено авторами по данным [6]

Также аналитики Data Insight указывают на следующие тренды развития российского рынка интернет-торговли в 2023 году: сокращение доли импульсных покупок, ускорение перетока продаж на маркетплейсы, сокращение средней стоимости покупок, а также интенсивный рост вложений средств на маркетинговое продвижение [6].

Исходя из анализа современных тенденций, чтобы получать конкурентные преимущества и улучшать собственные финансовые показатели, современные продавцы вынуждены постоянно разрабатывать новые продукты и стратегии для привлечения новых клиентов, а также удовлетворения потребностей существующих. Инновации в сфере маркетинга становятся все более популярными в онлайн-ритейле, что вызвано растущей зависимостью современных коммуникаций от цифровых каналов. При этом, в условиях цифровизации возрастает важность инноваций в цифровом маркетинге, который позволяет положительно повлиять на эффективность деятельности компаний, позволяя им охватить более широкую аудиторию,

повысить вовлеченность клиентов и собрать ценные данные для таргетированной рекламы.

Цифровой маркетинг относится к методам продвижения, основанным на цифровых технологиях, таких как социальные сети, поисковая оптимизация (SEO) и платная онлайн-реклама. Данные методы позволяют вовлекать конкретную аудиторию в зависимости от ее интересов, поведения или географического местоположения. Инновации в цифровом маркетинге могут повысить узнаваемость бренда, увеличить продажи и улучшить качество обслуживания клиентов. Эффективные инновации лежат в основе общей эффективности компании организации, однако маркетинговые возможности с точки зрения достаточности человеческих и финансовых ресурсов, технологий и стратегий могут оказать существенное влияние на способность фирмы стимулировать рост доходов и обеспечивать улучшение финансовых показателей.

Согласно S. Jung и V. Shegai, именно маркетинговые возможности (соотношение потребительских запросов и возможностей их удовлетворения) лежат в основе успешной инновационной деятельности. Однако авторы отмечают, что малые предприятия, ведущие деятельность в сфере онлайн-ритейла, могут сталкиваться с барьерами, которые заключаются в недостаточности рекламных бюджетов, недостаточности опыта, отсутствия необходимых навыков, трудностями идентификации целевой аудитории – что указывает на ограниченность путей развития, благодаря которым организация может получить конкурентные преимущества. Но несмотря на то, что малые фирмы располагают ограниченными ресурсами и сталкиваются с высокой конкуренцией, именно инновации могут помочь им дифференцироваться и получить преимущества [10].

Таким образом, в сфере онлайн-ритейла менеджеры по маркетингу должны акцентировать внимание на развитии маркетинговых возможностей с помощью инструментов и технологий цифрового продвижения. Основываясь

на выводах данного исследования, можно разработать стратегию продвижения алого предприятия на рынке интернет-ритейла (рис. 4).

Предложенная стратегия состоит из 6 этапов, на каждом из которых возможно применение маркетинговых инноваций. Так, маркетинговые инновации начинаются с анализа рыночной среды и целевой аудитории. На данном этапе сущность инноваций заключается в использовании современных аналитических инструментов и технологий, таких как анализ больших данных, машинное обучение и использование искусственного интеллекта для более глубокого понимания потребительских требований, поведения и трендов на рынке. Примером маркетинговой инновации выступает использование машинного обучения для прогнозирования трендов рынка и определения будущего объема спроса.

Сущность второго этапа заключается в создании уникального продукта или торгового предложения. На третьем этапе стратегии необходимо предложить продукт потенциальному потребителю, таким образом, чтобы мотивировать его на совершение покупки. Маркетинговые инновации на данном этапе позволяют создавать персонализированные стратегии, учитывающие собранные данные о клиентах. Примером маркетинговой инновации является использование искусственного интеллекта для создания персонализированных рекламных сообщений. Согласно данным Digital-агентства Demis Group, персонализированные торговые предложения являются трендом 2023 годы и тенденция к персонализации с высокой вероятностью сохранится в будущем [3]. Инновационный подход к персонализации торговых предложений заключается в использовании алгоритмов и технологий, позволяющих предоставлять клиентам индивидуальные предложения и рекомендации для обеспечения взаимодействия с продавцом.



Рис. 4. Стратегия маркетингового продвижения малого предприятия в сфере онлайн-ритейла

Источник: составлено авторами

Следующим трендом маркетинга по версии Demis Group является интерактивность коммуникаций. Данный тренд подразумевает регулярные публикации контента, с которым может взаимодействовать пользователь социальных сетей [3]. Соответственно, на четвертом этапе маркетинговой стратегии необходимо использовать социальные медиа для эффективных

коммуникаций. Маркетинговые инновации в сфере социальных медиа и контента могут включать в себя создание интерактивного и визуально привлекательного контента, создание виртуальных магазинов и использование иных креативных способов привлечения и удержания внимания аудитории. В качестве примера маркетинговых инноваций можно привести чат-ботов и виртуальных ассистентов, которые могут общаться с клиентами, отвечать на их вопросы и помогать в процессе покупки.

На пятом этапе предлагаемой стратегии, инновации в мобильном маркетинге могут включать в себя разработку мобильных приложений, использование данных геолокации для таргетирования рекламы, а также мобильных платежных решений. Так, например, геолокационный маркетинг подразумевает использование мобильных данных для определения местоположения клиентов в определенных географических районах.

Заключительный шестой этап включает мониторинг и оценку эффективности маркетинговой стратегии. Маркетинговые инновации на данном этапе включают в себя использование современных инструментов аналитики и расчет специализированных метрик (например, показатель конверсии, стоимости привлечения клиента и др.), необходимых для оценки эффективности маркетинговых кампаний в реальном времени. Использование инноваций на этапе анализа и оптимизации позволяет быстро реагировать на изменения в рыночной среде и оптимизировать стратегию, повышая рациональность расходования рекламных бюджетов.

Использование предложенной стратегии продвижения позволяет расширить маркетинговые возможности малых предприятий, ведущих деятельность в сфере электронной коммерции. Инновации в цифровом маркетинге позволяют более точно настраивать маркетинговые кампании, делая их эффективными и релевантными для целевой аудитории, а персонализация позволяет достигать более высоких показателей конверсии.

Полученные выводы могут быть обобщены и на другие сегменты онлайн-торговли. Так, компании сегмента B2B могут использовать анализ

данных о клиентах для предложения индивидуальных решений и услуг, включая рекомендации по продуктам и оптимизацию заказов. Оптовые покупатели в сегменте B2B могут использовать прогнозные значения спроса для управления запасами с целью оптимизации издержек. Также компании в сегменте B2B могут использовать интеллектуальную рекламу для таргетирования рекламных кампаний на профессиональных платформах с целью привлечения внимания со стороны представителей бизнеса. Маркетплейсы, а также онлайн-сервисы могут повысить коммерческую эффективность за счет применения описанных маркетинговых инноваций.

Заключение

По результатам проведенного анализа удалось установить, что сущность маркетинговых инноваций заключается в применении новых и современных методов, инструментов и технологий для достижения высокой эффективности и конкурентоспособности маркетинговых стратегий. Маркетинговые инновации направлены на улучшение способов взаимодействия с клиентами, оптимизацию рекламных кампаний, повышение лояльности клиентов и, как следствие, достижение более высоких показателей прибыли. Результатами применения маркетинговых инноваций являются увеличение выручки, повышение рентабельности, обеспечение высокой лояльности клиентов, а также усиление позиций на рынке онлайн-торговли.

Получен вывод, что инновации в цифровом маркетинге, такие как персонализированный маркетинг, прогнозирование трендов рынка, интеллектуальная реклама, использование чат-ботов, виртуальных ассистентов и др., могут повлиять на конкурентоспособность за счет расширения маркетинговых возможностей отдельной фирмы. Цифровой маркетинг, основанный на анализе больших данных и расширенной аналитике, позволяет организациям эффективно сегментировать аудиторию и отправлять персонализированные рекламные сообщения, что приводит к увеличению коэффициента конверсии, повышению вовлеченности клиентов

и, как следствие, к увеличению рентабельности инвестиций в маркетинговое продвижение.

Таким образом, инновационные подходы в цифровом маркетинге предоставляют предприятиям в сегменте онлайн-торговли ряд инструментов, необходимых для взаимодействия с клиентами. Торговые организации, создавая вовлекающий и интерактивный опыт для клиентов, а также выстраивая маркетинговые коммуникации, могут обеспечить высокую лояльность, что особенно актуально для малых и средних предприятий. Направлением дальнейших исследований авторов является определение наиболее эффективных инновационных инструментов цифрового маркетинга для организаций, ведущих коммерческую деятельность на маркетплейсах.

Литература

1. Возиянов Д.Э. Комплекс маркетинга и подходы к разработке отдельных элементов стратегии экосистемного цифрового маркетинга в предприятии розничной торговой сети // Торговля и рынок. 2022. Т. 2. № 3–1 (63). С. 103–116.

2. Година О.В., Максименко Л.С., Такташева Э.В. Инновационные и маркетинговые технологии как инструменты экологизации розничного бизнеса // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2021. № 6 (87). С. 57–68.

3. Камчатова Е.Ю., Бурлаков В.В., Яхъяев М.А. Роль маркетинговых инноваций в повышении конкурентоспособности предприятия // Инновации и инвестиции. 2023. № 3. С. 4–7.

4. Карта цифровых коммуникаций // Demis Group. URL: https://demis.ru/upload/pdf/karta-tsifrovykh-kommunikatsiy-Demis_Group.pdf.

5. Красюк И.А., Барбарук А.И., Шейнина М.А. Инновационные маркетинговые технологии в организации розничной торговли // Практический маркетинг. 2018. № 11 (261). С. 25–30.

6. Маркетинговое исследование Онлайн-продажи 2023: тренды и драйверы // Data Insight. URL: https://datainsight.ru/DI-FedorVirin-OnlineSales2023_trends_drivers.

7. Сахбиева А.И. Современные тренды потребительских предпочтений в условиях пандемии // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации: сборник статей XII Международной научно-практической конференции, Пенза. 2021. С. 283–286.

8. Тулупова С.А., Лустов Н.С. Инновации в маркетинге для продвижения товаров и услуг // Труды университета. 2020. № 2 (79). С. 123–127.

9. The Essential Guide to Crafting a Marketing Budget // Gartner. URL: https://www.gartner.com/en/marketing/topics/marketing-budget.

10. Jung S., Shegai V. The Impact of Digital Marketing Innovation on Firm Performance: Mediation by Marketing Capability and Moderation by Firm Size // Sustainability. 2023. № 15 (7). P. 5711.

11. Ungerman O., Dedkova J., Gurinova K. The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterprises in the context of industry 4.0 // Journal of Competitiveness. 2018. № 10 (2). P. 132–148.

References

1. Voziyanov D.E. Kompleks marketinga i podhody k razrabotke otdel'nyh elementov strategii ekosistemnogo cifrovogo marketinga v predpriyatii roznichnoj torgovoj seti // Torgovlya i rynok. 2022. T. 2. № 3–1 (63). S. 103–116.

2. Godina O.V., Maksimenko L.S., Taktasheva E.V. Innovacionnye i marketingovye tekhnologii kak instrumenty ekologizacii roznichnogo biznesa // Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta. 2021. № 6 (87). S. 57–68.

3. Kamchatova E.YU., Burlakov V.V., YAh"yaev M.A. Rol' marketingovyh innovacij v povyshenii konkurentosposobnosti predpriyatiya // Innovacii i investicii. 2023. № 3. S. 4–7.

4. Karta cifrovyh kommunikacij // Demis Group. URL: https://demis.ru/upload/pdf/karta-tsifrovykh-kommunikatsiy-Demis_Group.pdf.

5. Krasyuk I.A., Barbaruk A.I., SHejnina M.A. Innovacionnye marketingovye tekhnologii v organizacii roznichnoj torgovli // Prakticheskij marketing. 2018. № 11 (261). S. 25–30.

6. Marketingovoe issledovanie Onlajn-prodazhi 2023: trendy i drajvery // Data Insight. URL: https://datainsight.ru/DI-FedorVirin-OnlineSales2023_trends_drivers.

7. Sahbieva A.I. Sovremennye trendy potrebitel'skih predpochtenij v usloviyah pandemii // Formirovanie i realizaciya strategii ustojchivogo ekonomicheskogo razvitiya Rossijskoj Federacii: sbornik statej XII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Penza. 2021. S. 283–286.

8. Tulupova S.A., Lustov N.S. Innovacii v marketinge dlya prodvizheniya tovarov i uslug // Trudy universiteta. 2020. № 2 (79). S. 123–127.

9. The Essential Guide to Crafting a Marketing Budget // Gartner. URL: https://www.gartner.com/en/marketing/topics/marketing-budget.

10. Jung S., Shegai V. The Impact of Digital Marketing Innovation on Firm Performance: Mediation by Marketing Capability and Moderation by Firm Size // Sustainability. 2023. № 15 (7). R. 5711.

11. Ungerman O., Dedkova J., Gurinova K. The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterprises in the context of industry 4.0 // Journal of Competitiveness. 2018. № 10 (2). P. 132–148.

DOI: 10.54861/27131211_2023_9_49

Специальность ВАК: 5.2.3

УДК 338.4:339.37:658.5

ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА РОССИИ И КИТАЯ В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Азиева Р.Х., кандидат экономических наук, Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщикова, г. Грозный, Чеченская Республика, Россия

Аннотация. Целью статьи является определение перспектив развития российского топливно-энергетического комплекса на основе анализа сценариев изменения спроса на газ. Показано, что российско-китайский альянс оказывает положительное воздействие на развитие российского топливно-энергетического комплекса за счет повышения его конкурентоспособности, а также обеспечения энергетической безопасности и экономической стабильности России. Анализ тенденций показал, что потребность китайской экономики в первичной энергии к 2030 году составит 186,47 эксаджоулей, при этом, согласно экологической повестке, использование угля будет снижаться за чет увеличения использования природного газа с 8,5% в 2020 году до 13% к 2030 году. Получен вывод, что сценарий перехода экономики Китая на траекторию низкоуглеродного развития может выступить в качестве драйвера российского ТЭК, поскольку переход к более экологичным источникам энергии приведет к увеличению объема спроса на газ до показателя в 2030 году до 600 млрд куб. м в год, а потребность экономики в импорте составит 401 млрд куб. м в год, что существенно выше предельных возможностей имеющейся инфраструктуры. Высокая

потребность в импорте указывает на целесообразность инвестиций в строительство газопровода «Сила Сибири-2», а также на необходимость реализации дополнительного проекта аналогичной мощности, что позволит покрыть 37% потребности экономики Китая в импорте природного газа и 25% потребности в поставках газа как первичного энергетического ресурса.

Ключевые слова: топливно-энергетический комплекс, российско-китайское сотрудничество, «Сила Сибири-2», энергетические ресурсы.

PROSPECTS FOR COOPERATION BETWEEN RUSSIA AND CHINA IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX

Azieva R.H., Candidate of Economic Sciences, Grozny State Petroleum Technical University named after M.D. Millionshchikova, Grozny, Chechen Republic, Russia.

Abstract. The purpose of the article is to determine the prospects for the development of the Russian fuel and energy complex based on the analysis of scenarios of changes in gas demand. It is shown that the Russian-Chinese alliance has a positive impact on the development of the Russian fuel and energy complex by increasing its competitiveness, as well as ensuring energy security and economic stability of Russia. Trend analysis has shown that the demand of the Chinese economy for primary energy by 2030 will amount to 186.47 exajoules, while, according to the environmental agenda, the use of coal will decrease due to an increase in the use of natural gas from 8.5% in 2020 to 13% by 2030. It is concluded that the scenario of the transition of China's economy to a low-carbon development trajectory can act as a driver of the Russian fuel and energy sector, since the transition to more environmentally friendly energy sources will lead to an increase in gas demand to 600 billion cubic meters in 2030. m per year, and the economy's need for imports will amount to 401 billion cubic meters. m per year, which is

significantly higher than the limits of the existing infrastructure. The high demand for imports indicates the expediency of investments in the construction of the Power of Siberia-2 gas pipeline, as well as the need to implement an additional project of similar capacity, which will cover 37% of the economy's needs for natural gas imports and 25% of the Chinese economy's needs for gas supplies as a primary energy resource.

Keywords: fuel and energy complex, Russian-Chinese cooperation, «Power of Siberia-2», energy resources.

JEL classification: Q47, F53, L71.

Для цитирования: *Азиева Р.Х. Перспективы сотрудничества России и Китая в контексте развития топливно-энергетического комплекса // Прогрессивная экономика. 2023. № 9. С. 49–67.*

Введение

В условиях санкционного давления и нестабильности на мировом энергетическом рынке, углубление экономического сотрудничества между Россией и Китаем приобретает все большую стратегическую важность. Согласно заявлению Председателя КНР Си Цзиньпина на четвертом российско-китайском энергетическом бизнес-форуме, Россия и Китай на фоне глобальной экономической нестабильности углубляют отношения в энергетической сфере и ведут совместную деятельность для достижения общих целей в энергетической безопасности и устойчивом развитии. Данное заявление свидетельствует о намерении обеих стран продолжать углубление энергетического сотрудничества с целью обеспечения стабильности в производственных и поставочных цепочках [6].

Российско-китайский альянс оказывает значительное воздействие на развитие топливно-энергетического комплекса России, поскольку растущий

спрос со стороны Китая на энергоносители лежит в основе роста добычи и производства энергоресурсов.

Целью настоящей статьи является определение перспектив развития российского топливно-энергетического комплекса на основе анализа сценариев изменения спроса на газ.

Обзор литературы

Россия и Китай поддерживают долгосрочное партнерство в энергетической сфере, начиная с поставок угля и электроэнергии и продвигаясь к поставкам углеводородов с вводом в эксплуатацию магистральных нефтепроводов и газопроводов. Помимо этого, Китай активно участвует в различных перспективных энергетических проектах на востоке России. Важно отметить, что основная часть контрактов между Россией и Китаем в настоящее время связана с именно нефтегазовым сектором [5].

Ключевые направления сотрудничества России и Китая в сфере энергетики рассматривают Чжан Тиншо и Р.В. Кашбразиев. Авторы показывают, что в целях достижения энергетической безопасности, а также обеспечения растущих потребностей экономики Китая в энергоносителях, страны активно реализуют проекты совместной добычи полезных ископаемых, осуществляют вложения в инфраструктуру, а также расширяют государственные гарантии для создания прозрачных и предсказуемых условий для сотрудничества России и Китая [7].

В.Б. Кашин в своей статье анализирует особенности российско-китайского сотрудничества в 2022 году и приходит к выводу, что роль Китая не ограничивается импортом энергоносителей и экспортом товаров потребительского назначения. Сотрудничество с Китаем позволяет снизить негативное воздействие санкций, удовлетворить спрос на продукцию промышленного назначения и технологии, а также обеспечить стабильность рынков сбыта. Иными словами, сотрудничество с Китаем позволяет российским предприятиям обновлять собственную производственную базу, что является необходимым условием сохранения конкурентоспособности [4].

Таким образом, можно заключить, что взаимодействие России и Китая имеет высокий антисанкционный потенциал, поскольку китайские хозяйствующие субъекты не только экспортируют в Россию товары, а также принимают активное участие в реализации инвестиционных проектов на территории страны, способствуя развитию как топливно-энергетической отрасли, так и региональному развитию.

Согласно подходу А.Н. Захарова и А.А. Карповой, российско-китайское взаимодействие открывает перспективы для развития топливно-энергетического сектора, который имеет стратегическое значение для экономического прогресса как России, так и Китая. Россия в рамках энергетического партнерства получает необходимое финансирование для крупных проектов в сфере энергетики. Китайские инвесторы вкладывают средства в обновление материально-технической базы, совместные проекты по разработке месторождений, а также в развитие и модернизацию необходимой инфраструктуры, способствуя тем самым созданию новых рабочих мест и стимулируя экономический рост [2].

Аспекты сотрудничества России и Китая в контексте развития топливно-энергетического комплекса на примере угольной промышленности исследуют В.В. Карлусов и Д.А. Ярков. Согласно подходу авторов, сдвиги в топливно-энергетическом балансе России, связанные с экологически приоритетным развитием газовой промышленности и газификацией территории, привели к снижению внутренних потребностей экономики в энергетическом угле, что оказывает значительное влияние на энергетический сектор за счет повышения экспортных возможностей отрасли [3]. Так, согласно данным статистики, экспортные поставки из России в 2022 году выросли на 25% до 67,1 млн т., и Россия стала вторым по величине экспортером угля в Китай после Индонезии [10], а более высокая ценность угля и относительно низкие цены являются ключевыми преимуществами России как экспортера.

Однако необходимо отметить, что российско-китайское сотрудничество в рамках угольной промышленности возможно только лишь в среднесрочной

перспективе, поскольку в настоящее время правительством Китая решаются задачи декарбонизации экономики и сокращения объемов выбросов парниковых газов. Так, китайским Институтом изменения климата и устойчивого развития анонсируется задача сократить использование загрязняющих видов топлива, таких как уголь, и перейти к менее углеродоемким источникам энергии, таким как природный газ [9]. Интерес экономики Китая к низкоуглеродному развитию и достижению нулевых выбросов обуславливает проведение исследований, основанных на определении перспектив экономического сотрудничества между странами в контексте развития российского топливно-энергетического комплекса.

На основе проведенного обзора научных источников можно сделать вывод о том, что экономическое сотрудничество России и Китая обладает высоким потенциалом стимулирования развития российского топливно-энергетического комплекса, обеспечения устойчивости и увеличения доходов от экспорта энергоносителей, а также содействия технологическому развитию отрасли.

Проведенный анализ также указывает на то, что определение будущих результатов развития российского ТЭК целесообразно производить в контексте анализа спроса ключевого торгового партнера на энергоносители, что обуславливает актуальность определения тенденций в изменении объемов и структуры спроса китайской экономики на энергоносители.

Материалы и методы

Для достижения поставленной цели в рамках данного исследования используются следующие методы научного познания, а именно: сравнительный и системный анализ, обобщение, математическое моделирование и метод сценариев развития. Основными используемыми источниками данных являются данные таможенной статистики Китая, данные информационно-аналитического портала Statista, а также материалы Шведского национального китайского цента.

Результаты и обсуждение

В современных условиях, характеризующихся макроэкономической нестабильностью, Россия и Китай успешно развивают внешнеэкономическое сотрудничество. Согласно данным таможенной статистики, в 2022 году объем торговли между Россией и Китаем составил 190,27 миллиарда долларов, что больше аналогичного показателя 2021 года на 29,3% [10]. При этом анализ структуры внешней торговли указывает на то, что 75% российского экспорта в Китай составляют энергоносители (рис.1). По данным Сибирской угольной энергетической компании, в 2022 году экспорт российской нефти в Китай увеличился на 8% до 86,25 миллиона метрических тонн; сжиженного природного газа – на 43,9% до 6,5 миллиона тонн; трубопроводного газа – до 15,5 миллиарда кубометров; угля – на 20%, а объем экспорта данного ресурса превысил 60 миллионов тонн [12].

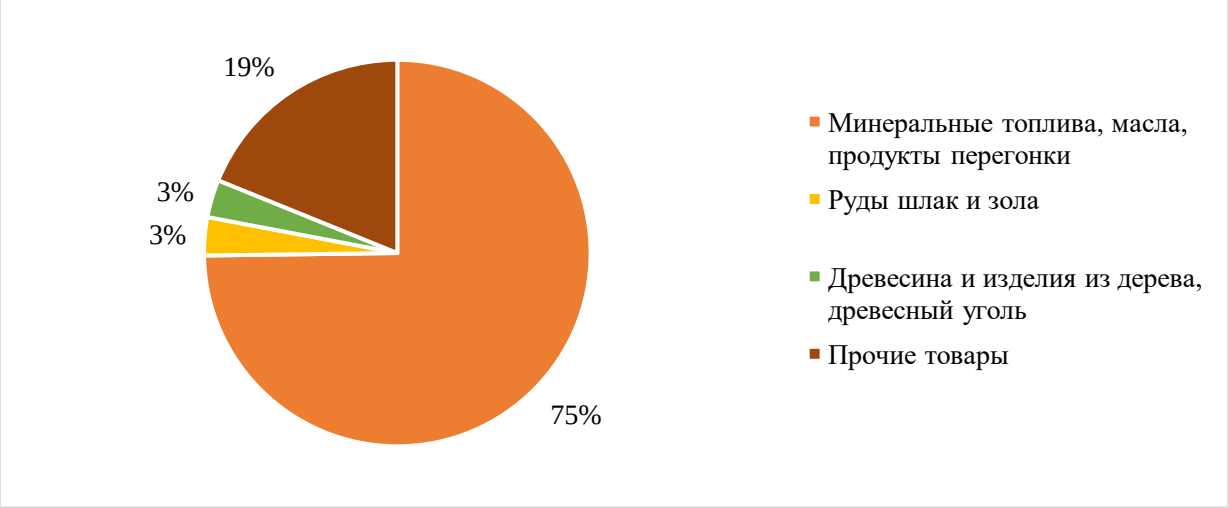


Рис. 1. Структура российско-китайского экспорта в 2022 г., %

Источник: составлено автором по данным [10]

Как показывает практика сотрудничества, страны активно реализуют крупные инфраструктурные проекты, которые включают в себя два китайско-российских нефтепровода между Мохэ и Дацином, проект «Ямал сжиженный природный газ», Тяньваньскую атомную электростанцию, использующая российские реакторы, а также строящийся китайско-российский газопровод Хэйхэ – Шанхай. В феврале 2022 года «Газпром» и Китайская национальная

нефтегазовая корпорация (CNPC) подписали газовое соглашение на дополнительные 10 миллиардов кубометров (миллиардов кубометров), в результате чего российские мощности по экспорту в Китай выросли до 48 миллиардов кубометров [7].

Однако в контексте развития топливно-энергетического комплекса, Россия заинтересована в более амбициозных проектах, таких как сеть трубопроводов из Сибири и Монголии в Китай (действующий проект «Сила Сибири» с пропускной способностью в 48 млрд куб. м в год) и трубопровод Союз-Восток (проект, находящийся в стадии ведения переговоров и согласований «Сила Сибири-2» с пропускной способностью в 50 млрд куб. м в год) [1]. Несмотря на наличие неопределенности, связанной со строительством газопровода Союз-Восток, российско-китайское энергетическое сотрудничество во многом отвечает национальным интересам России. В частности, сотрудничество с Китаем освобождает российскую экономику от негативного воздействия западных санкций. Так, анализ структуры российского импорта из Китая (рис. 2) указывает на то, что поставки оборудования промышленного назначения имеют высокий антисанкционный потенциал, позволяющий обеспечить экономическую устойчивость капиталоемкой топливно-энергетической отрасли.

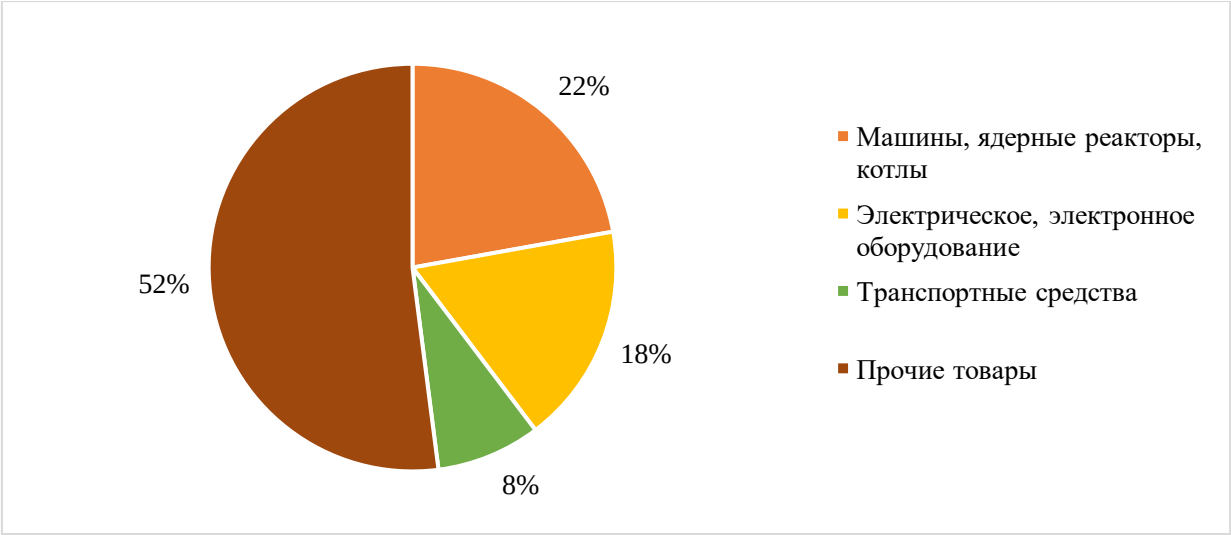


Рис. 2. Структура российско-китайского импорта в 2022 г., %

Источник: составлено автором по данным [10]

Прочность и долгосрочный характер энергетического сотрудничества России и Китая обусловлен высокими значениями показателя энергоемкости китайского ВВП. Так, анализ динамики потребления первичной энергии экономикой Китая (рис. 3) указывает, что за период с 2010 по 2021 годы, данный показатель увеличился в 1,5 раза с 104,29 до 157,76 эксаджоулей (ЭДж). Анализ тенденций показывает, что потребление превечной энергии экономикой Китая растет линейно и может быть описано уравнением (1):

$$Y=4{,}186X + 102{,}75 \quad (1)$$

где Y – это потребление энергии в экономике Китая, а X – номер периода. Показатель R-квадрат для данной модели составляет 0,97. Следовательно, уравнение модели объясняет 97% вариаций зависимой переменной. Основываясь на результатах моделирования, можно заключить, что показатель потребления энергии в 2022 году составит 157,17 эксаджоулей и увеличится до 173,91 эксаджоулей к 2026 году. Потребность экономики в первичной энергии в 2030 году составит 186,47 эксаджоулей.

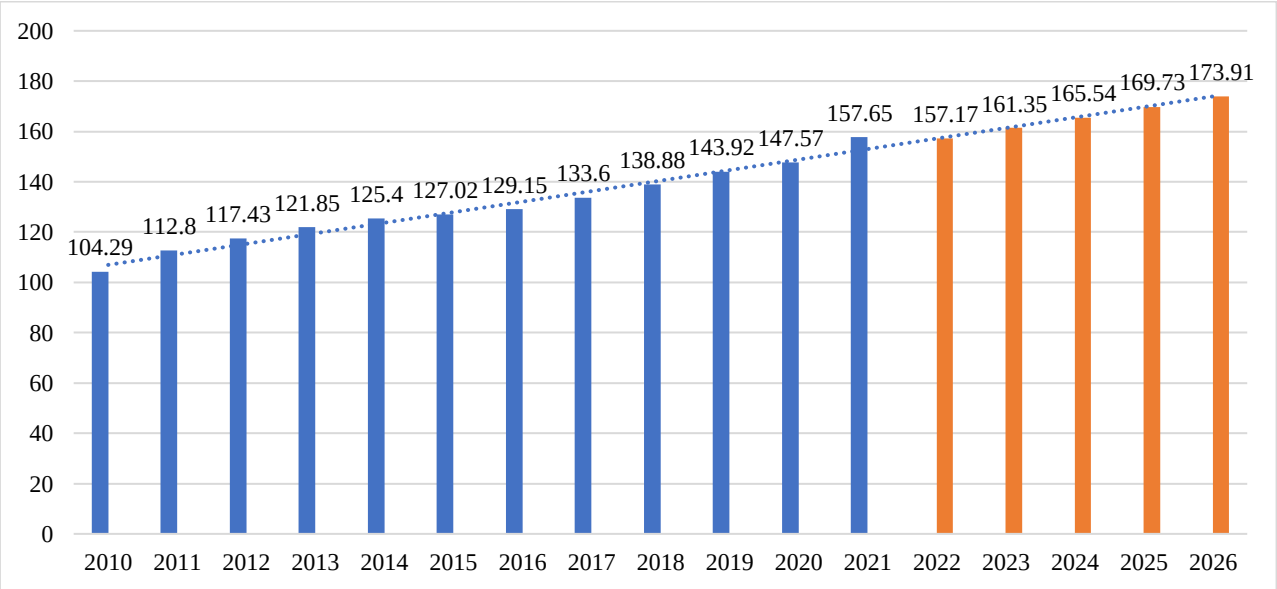


Рис. 3. Потребление экономикой Китая первичной энергии, ЭДж

Источник: составлено автором по данным [13]

С ростом потребления энергии в Китае возникает проблематика контроля уровня выбросов парниковых газов, поскольку на китайскую экономику приходится 57% мирового потребления угля и более 50% потребности экономики в первичной энергии покрывается именно за счет данного вида ресурса. Согласно низкоуглеводной повестке, к 2025 году в экономике Китая планируется сократить потребление ископаемого топлива за счет увеличения потребления газа как первичного энергоресурса и за счет развития отрасли атомной энергетики. Согласно прогнозу, представленному в научной статье В.Б. Кашина, пик потребления газа в Китае ожидается на 2026 год [4].

Исследование, проведенное Институтом изменения климата и устойчивого развития Университета Цинхуа, определяет путь Китая к низкоуглеродному развитию и достижению нулевых выбросов к 2050 году. Одной из ключевых целей устойчивого развития экономики Китая является ограничение потребления угля уже к 2025 году. Сокращение потребления угля планируется за счет увеличения доли природного газа в энергетическом балансе Китая с 8,5% в 2020 году до 11% к 2025 году, а затем до 13% к 2030 году [9].

Реализация данной стратегии прослеживается во внешнеэкономической деятельности Китая. Так, согласно докладу Шведского национального китайского центра, импорт трубопроводного газа из России достиг 18,9 млрд куб. м/год в декабре 2022 года, а в перспективе к 2025 году планируется рост объемов поставок до 38 млрд куб. м/год. При этом, доля российского газа в структуре трубопроводного импорта Китая быстро растет: с 25% в 2022 году до 34% в апреле 2023 года [14]. Российский трубопроводный газ в настоящее время является самым дешевым источником газа в Китае. Данный энергоресурс закупается по долгосрочным контрактам, которые индексируются с учетом мировых цен на нефть.

Таким образом, средние импортные цены на трубопроводный газ выросли не так резко, как спотовые цены на сжиженный природный газ (СПГ).

Средняя импортная цена российского трубопроводного газа составляла 5,4 доллара за миллион метрических тонн британских тепловых единиц (MMBtu) в декабре 2021 года. Согласно оценкам Шведского национального китайского центра, в 2022 году средние цены на трубопроводный российский газ составили 8,9 долл./млн БТЕ в декабре 2022 г., что является незначительным увеличением по сравнению с изменениями цен на газ в Европе, которые достигли максимума в 54 долл./млн БТЕ в августе 2022 года [14].

Таким образом, в текущем контексте Китай становится ключевым партнером для России в области газовых поставок, что усиливает конкурентные позиции российского топливно-энергетического комплекса. Российский трубопроводный газ остается конкурентоспособным благодаря своей относительной доступности и стабильным ценам. Однако в условиях усиления зависимости российского ТЭК от ключевого покупателя в лице Китая, необходимо произвести анализ объемов спроса на газ, что позволит определить дальнейшие перспективы его развития. В таблице 1 представлены три сценария реализации импортной стратегии Китая в перспективе на 2030 год с учетом энергетическою перехода к более экологичным видам топлива, таким как газ. Данные сценарии предполагают низкие объемы импорта газа на фоне удовлетворения спроса на первичную энергию со стороны отрасли атомной энергетики и развития собственного производства данного вида ресурса. В рамках первого сценария, Китаем ежегодно планируется импорт 141 млрд куб. м газа. В рамках второго сценария объем импорта оценивается в 206 млрд куб. м., а в рамках третьего – 401 млрд куб. м газа в год. Источником данных для оценки потребности экономики Китая в энергоносителях является доклад Шведского национального китайского центра [14].

Анализ показал, что российские мощности по поставкам газа зависят от результатов строительства необходимой инфраструктуры. Так, в случае отсутствия согласования условий строительства газопровода «Сила Сибири-2», экспортные мощности России будут ограничены объёмом 48 млрд куб. м в год (рис. 4). В данном случае российскими поставщиками будет покрываться

34% от общей потребности в импорте и удовлетворяться 12% общего спроса экономики Китая на газ. Однако в случае согласования строительства и ввода в эксплуатацию газопровода «Сила Сибири-2» к 2030 году, российскими поставщиками будет покрываться 70% потребности в импорте и 24% общего спроса на газ. Третий вариант развития предполагает строительство и ввод в эксплуатацию дополнительного газопровода с мощностью аналогичной пропускной способности газопровода «Сила Сибири-2».



Рис. 4. Экспортные мощности России к 2030 году

Источник: составлено автором

Анализ сценария с низкими объемами импорта (см. табл. 1) указывает на зависимость результатов развития российского ТЭК от потребностей экономики Китая в первичном энергоресурсе. Так, в рамках данного сценария наблюдается превышение объемов импорта над фактическими показателями потребности, что влечет за собой экономические последствия для российского топливно-энергетического комплекса. Так, в рамках данного сценария строительство дополнительных газопроводов не целесообразно, поскольку спрос полностью покрывают долгосрочные контракты на поставки СПГ и имеющиеся мощности газопровода «Сила Сибири».

Рассматривая второй сценарий, можно отметить, что при росте потребности экономики до 443 млрд куб. м в год, потребность в импорте составит 206 млрд куб. м в год. Данный спрос также может быть покрыт за счет заключенных контрактов на поставки СПГ и мощностей эксплуатируемых трубопроводов. Следовательно, сценарий средних объемов импорта также указывает на нецелесообразность строительства дополнительных газопроводов из России в Китай.

Однако в рамках третьего сценария возникает превышение потребности в поставках газа над экспортными возможностями ключевых торговых партнеров Китая. Третий сценарий подразумевает успешную реализацию политики перехода к более экологичным источникам первичной энергии и возрастание объема спроса на газ до показателя в 600 млрд куб. м в год. Потребность в импорте составит 401 млрд куб. м в год. Данная потребность не может быть покрыта за счет существующей инфраструктуры и долгосрочных контрактов на сжиженный природный газ. Высокая потребность в импорте указывает на целесообразность инвестиций в строительство газопровода «Сила Сибири-2» и дополнительного проекта аналогичной мощности. Реализация данных двух проектов позволит покрыть 37% потребности экономики в импорте природного газа и 25% потребности китайской экономики в поставках газа как первичного энергетического ресурса.

Следовательно, сценарий перехода экономики Китая на траекторию низкоуглеродного развития может выступить в качестве драйвера развития топливно-энергетического комплекса России поскольку на фоне растущего спроса на трубопроводный газ, предприятия российского ТЭК должны будут увеличить мощности и осуществить ввод в эксплуатацию новой инфраструктуры. Таким образом, перспективы развития российского топливно-энергетического комплекса тесно связаны с потребностями и спросом на энергетические ресурсы со стороны Китая.

Таблица 1

Сценарии импорта газа Китаем на 2030 год

Показатели	Сценарии								
	Низкие объемы импорта			Средние объемы импорта			Высокие объемы импорта		
Спрос Китая на газ, млрд куб. м в год	406			443			600		
Внутреннее производство, млрд куб. м в год	265			237			199		
Потребность в импорте, млрд куб. м в год	141			206			401		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Российские трубопроводы, млрд куб. м в год	48	98	148	48	98	148	48	98	148
Не Российские трубопроводы, млрд куб. м в год	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Контракты на поставки СПГ, млрд куб. м в год	120	120	120	120	120	120	120	120	120
Общий объем импорта, млрд куб. м в год	265	315	365	265	315	365	265	315	365
Баланс (общий объем импорта - потребность в импорте), млрд куб. м в год	124	174	224	59	109	159	-136	-86	-36
Доля потребности в импорте, покрываемая российским трубопроводным газом, %	34%	70%	105%	23%	48%	72%	12%	24%	37%
Доля спроса Китая на российские трубопроводы, %	12%	24%	36%	11%	22%	33%	8%	16%	25%

Источник: составлено автором по данным [14]

Заключение

Исходя из анализа различных сценариев, описывающих потребности экономики Китая в импорте природного газа, можно сделать следующие выводы о перспективах развития российского топливно-энергетического комплекса:

1. Строительство крупных инфраструктурных проектов, таких как «Сила Сибири-2», играют решающую роль в расширении поставок газа между Россией и Китаем в области энергетики. Однако инвестиции в строительство газопроводов являются целесообразными только в случае увеличения спроса на газ в Китае, который не может быть удовлетворен текущими мощностями и долгосрочными контрактами на поставки сжиженного природного газа (СПГ). Анализ показал, что третий сценарий, предполагающий достижение высоких объемов импорта, обуславливает необходимость строительства дополнительных газопроводов, которые могут позволить России увеличить поставки и удовлетворить значительную часть потребности Китая в импорте газа.

2. Результаты развития российского топливно-энергетического комплекса зависят от баланса спроса и предложения на рынке газа Китая. Нецелесообразное строительство и ввод в эксплуатацию избыточных мощностей может привести к превышению предложения над спросом, но в то время, отсутствие необходимых мощностей может ограничить экспортные возможности России.

3. Перспективы развития российского ТЭК связаны с потребностями и спросом на энергетические ресурсы со стороны Китая. Правильное управление крупными инфраструктурными проектами с учетом динамики спроса, Россия может усилить собственные позиции как поставщика энергии для Китая и обеспечить стабильное сотрудничество в этой области в будущем.

Литература

1. Газпром ответил на данные FT о затягивании Китаем стройки «Силы Сибири-2» // РБК. URL: https://www.rbc.ru/business/25/05/2023/646f78319a7947daefb08375.

2. Захаров А.Н., Карпова А.А. Торгово-экономическое сотрудничество России и Китая в нефтегазовой сфере в условиях новой геополитической обстановки // Деловой журнал Neftegaz.RU. 2022. № 11 (131). С. 94–99.

3. Карлусов В.В., Ярков Д.А. Китайский фактор развития ТЭК России (на примере угольной промышленности) // Modern Economy Success. 2020. № 3. С. 207–214.

4. Кашин В.Б. Россия, Китай и украинский кризис // Россия в глобальной политике. 2022. Т. 20. № 2 (114). С. 204–212.

5. Крюков В.А., Крюков Я.В. ТЭК Китая и России в контексте перехода на траекторию низкоуглеродного развития // Пространственная экономика. 2022. Т. 18. № 3. С. 141–167.

6. Полюс стабильности и роста на фоне мирового энергокризиса // Neftegaz.ru. URL: https://neftegaz.ru/news/partnership/760722-polyus-stabilnosti-i-rosta-na-fone-mirovogo-energokrizisa-rossiya-i-kitay-vstretilis-na-4-m-energeti/.

7. Чжан Тиншо, Кашбразиев Р.В. Российско-китайское сотрудничество в энергетической сфере в XXI веке // Прогрессивная экономика. 2022. № 2. С. 5–22.

8. China-Russia Energy Cooperation // Institute Montaigne. URL: https://www.institutmontaigne.org/en/expressions/china-trends-3-china-russia-energy-cooperation-hot-or-cold.

9. China’s Long-Term Low-Carbon Development Strategy and Pathway // Tsinghua ICCSD. URL: https://mp.weixin.qq.com/s/S_8ajdq963YL7X3sRJSWGg.

10. Coverage of Major Imports & Exports // China's General Administration of Customs. URL: http://english.customs.gov.cn/statistics/Statistics?ColumnId=6.

11. Karlusov V., Yarkov D. Cooperation between Russia and China in the oil and gas energy sector: common prerequisites, political and legal framework, key areas and development projects // Economic Annals-XXI. 2021. № 193 (9–10). P. 15–24.

12. New opportunities in Russian and Chinese energy cooperation // China Daily. URL: https://epaper.chinadaily.com.cn/a/202305/24/WS646d399fa310b1dea957eb79.html.

13. Primary energy consumption in China 2000 to 2021 // Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/265580/primary-energy-consumption-in-china-since-1998/#:~:text=China's%20primary%20energy%20consumption%20amounted,peak%20in%20the%20latter%20year.

14. Russia-China energy relations since 24 February: Consequences and options for Europe // Swedish National China Centre. URL: https://www.ui.se/globalassets/ui.se-eng/publications/sceeus/russia-china-energy-relations-since-24-february.pdf.

References

1. Gazprom otvetil na dannye FT o zatyagivanii Kitaem strojki «Sily Sibiri-2» // RBK. URL: https://www.rbc.ru/business/25/05/2023/646f78319a7947daefb08375.

2. Zaharov A.N., Karpova A.A. Torgovo-ekonomicheskoe sotrudnichestvo Rossii i Kitaya v neftegazovoj sfere v usloviyah novoj geopoliticheskoj obstanovki // Delovoj zhurnal Neftegaz.RU. 2022. № 11 (131). S. 94–99.

3. Karlusov V.V., YArkov D.A. Kitajskij faktor razvitiya TEK Rossii (na primere ugol'noj promyshlennosti) // Modern Economy Success.2020. № 3. S. 207–214.

4. Kashin V.B. Rossiya, Kitaj i ukrainskij krizis // Rossiya v global'noj politike. 2022. T. 20. № 2 (114). S. 204–212.

5. Kryukov V.A., Kryukov YA.V. TEK Kitaya i Rossii v kontekste perekhoda na traektoriyu nizkouglerodnogo razvitiya // Prostranstvennaya ekonomika. 2022. T. 18. № 3. S. 141–167.

6. Polyus stabil'nosti i rosta na fone mirovogo energokrizisa // Neftegaz.ru. URL: https://neftegaz.ru/news/partnership/760722-polyus-stabilnosti-i-rosta-na-fone-mirovogo-energokrizisa-rossiya-i-kitay-vstretilis-na-4-m-energeti/.

7. CHzhan Tinsho, Kashbraziev R.V. Rossijsko-kitajskoe sotrudnichestvo v energeticheskoj sfere v XXI veke // Progressivnaya ekonomika. 2022. № 2. S. 5–22.

8. China-Russia Energy Cooperation // Institute Montaigne. URL: https://www.institutmontaigne.org/en/expressions/china-trends-3-china-russia-energy-cooperation-hot-or-cold.

9. China’s Long-Term Low-Carbon Development Strategy and Pathway // Tsinghua ICCSD. URL: https://mp.weixin.qq.com/s/S_8ajdq963YL7X3sRJSWGg.

10. Coverage of Major Imports & Exports // China's General Administration of Customs. URL: http://english.customs.gov.cn/statistics/Statistics?ColumnId=6.

11. Karlusov V., Yarkov D. Cooperation between Russia and China in the oil and gas energy sector: common prerequisites, political and legal framework, key areas and development projects // Economic Annals-XXI. 2021. № 193 (9–10). P. 15–24.

12. New opportunities in Russian and Chinese energy cooperation // China Daily. URL:

https://epaper.chinadaily.com.cn/a/202305/24/WS646d399fa310b1dea957eb79.html.

13. Primary energy consumption in China 2000 to 2021 // Statista. URL: https://www.statista.com/statistics/265580/primary-energy-consumption-in-china-since-1998/#:~:text=China's%20primary%20energy%20consumption%20amounted,peak%20in%20the%20latter%20year.

14. Russia-China energy relations since 24 February: Consequences and options for Europe // Swedish National China Centre. URL: https://www.ui.se/globalassets/ui.se-eng/publications/sceeus/russia-china-energy-relations-since-24-february.pdf.

DOI: 10.54861/27131211_2023_9_68

Специальность ВАК: 5.2.5

УДК 330:339.97

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ С КИТАЕМ И ИНДИЕЙ: ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОГНОЗЫ

Куликова И.В., кандидат экономических наук, доцент, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия

Украинцева И.В., кандидат экономических наук, доцент, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия

Рощина Л.Н., доктор экономических наук, доцент, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация. Целью данной статьи является определение перспективных направлений экономического сотрудничества России с Китаем и Индией. Показано, что сотрудничество российско-индийское и российско-китайское экономическое взаимодействие выступает в качестве фактора ослабления вводимой в отношении России санкционной политики. На основании анализа получен вывод о том, что сокращение темпов роста товарооборота между Россией и Китаем может негативно отразиться на финансировании совместных проектов и инвестиционной активности, а дисбаланс в торговле между Россией и Индией приводит к накоплению индийских рупий, что требует реализации политики, направленной на решение данной проблемы. Несмотря на выявленные ограничения, Китай остается крупным торговым

партнером России, следовательно, развитие экономических отношений включает импорт потребительских товаров и товаров промышленного назначения. Также перспективными направлениями выступают энергетическое сотрудничество, сотрудничество в сфере обмена технологиями, а также строительство инфраструктурных проектов. Высокие темпы роста экономики Индии открывают возможности для развития торгово-экономических отношений, которые включают российские инвестиции в экономику Индии, а также расширение номенклатуры импорта из Индии. Прогнозируется, что российская экономика продолжит выступать в качестве поставщика энергетических ресурсов для Индии и Китая, а также ожидается увеличение объемов и расширение номенклатуры российского импорта из данных стран.

Ключевые слова: российско-индийские отношения, российско-китайские отношения, внешняя торговля России, торгово-экономические отношения, поворот на восток.

DEVELOPMENT OF RUSSIA'S ECONOMIC RELATIONS WITH CHINA AND INDIA: PROSPECTS AND FORECASTS

Kulikova I.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don, Russia

Ukraintseva I.V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don, Russia

Roschina L.N., Doctor of Economics, Associate Professor, Rostov State University of Economics (RINH), Rostov-on-Don, Russia

Abstract. The purpose of this article is to identify promising areas of economic cooperation between Russia and China and India. It is shown that Russian-Indian and Russian-Chinese economic cooperation is a factor in weakening the

sanctions policy imposed on Russia. Based on the analysis, it was concluded that the reduction in the growth rate of trade turnover between Russia and China may negatively affect the financing of joint projects and investment activity, and the imbalance in trade between Russia and India leads to the accumulation of Indian rupees, which requires the implementation of policies aimed at solving this problem. Despite the revealed restrictions, China remains a major trading partner of Russia, therefore, the development of economic relations includes the import of consumer goods and industrial goods. Also promising areas are energy cooperation, cooperation in the field of technology exchange, as well as the construction of infrastructure projects. The high growth rates of the Indian economy open up opportunities for the development of trade and economic relations, which include Russian investments in the Indian economy, as well as the expansion of the range of imports from India. It is predicted that the Russian economy will continue to act as a supplier of energy resources for India and China, and it is also expected to increase the volume and expand the range of Russian imports from these countries.

Keywords: Russian-Indian relations, Russian-Chinese relations, Russia's foreign trade, trade and economic relations, a turn to the east.

JEL classification: F15, F17, P28.

Для цитирования: *Куликова И.В., Украинцева И.В., Рощина Л.Н. Развитие экономических отношений России с Китаем и Индией: перспективы и прогнозы // Прогрессивная экономика. 2023. № 9. С. 68–80.*

Введение

Российская экономика испытывает негативное воздействие санкций, направленных на финансовую, энергетическую, авиационную, топливно-энергетическую сферы, а также на секторы производства потребительских товаров. В данных условиях сотрудничество России с Китаем и Индией является фактором ослабления вводимой в отношении России санкционной

политики. Азиатские экономики выступили в качестве альтернативных направлений для российского экспорта, а также новых источников импорта.

Так, в 2022 году объемы внешней торговли России с Китаем оцениваются в 190 миллиардов долларов США, а объемы российского экспорта в Индию за девять месяцев 2022 года составили 32,88 миллиардов долларов США. Индия и Китай в настоящее время выступают в качестве крупнейших импортеров российских углеводородов. Согласно данным статистики, в январе 2022 года европейские страны импортировали из России 1,3 миллиона баррелей нефти в день, а азиатские покупатели покупали 1,2 миллиона, однако к январю 2023 года российские продажи в Европу упали ниже 100 000 баррелей в день, на экспорт в Азию вырос до 2,8 миллионов [9]. Данные указывают на то, что азиатский спрос полностью компенсирует потерю экспорта углеводородов в европейские страны, а Индия и Китай становятся крупнейшими покупателями российской нефти [4]. Также внешняя торговля России с Индией и Китаем позволяет России удовлетворить спрос на товары потребительского и промышленного назначения, прямой импорт которых из ряда стран невозможен вследствие влияния санкций.

Важно отметить, что Китай и Индия представляют собой государства, занимающие прочные политические и экономические позиции, а на территории данных государств проживает треть населения мира. Согласно прогнозам социально-экономического развития, к 2050 году Китай и Индия станут лидерами по показателю производимого ВВП с суммарной долей в 30% от общемирового показателя [2]. Таким образом, высокий экономический потенциал Китая и Индии, а также углубление их экономического сотрудничества с Россией указывают на то, что восточный вектор российской внешней экономической политики приобретает ключевое значение, а исследования прогнозов и перспектив сотрудничества представляет собой актуальную исследовательскую задачу. Следовательно, *целью* данной статьи является определение перспективных направлений экономического сотрудничества России с Китаем и Индией.

Обзор литературы

Исследование состояния и перспектив трехстороннего взаимодействия России, Индии и Китая является актуальной темой научной дискуссии. При этом, в научных статьях М.С. Рещиковой, С.В. Уянаева, Z. Munir, R. Keshari и др. особое внимание уделяется политической составляющей взаимодействия между рассматриваемыми странами. Так, в М.С. Рещикова, исследуя особенности взаимоотношений России с данными странами указывает на то, что Индия и Китай вступают в роли российских стратегических партнеров как в азиатском направлении, так и в контексте глобального сотрудничества. Однако автором подчеркивается, что индийско-китайские проблемы и противоречия выступают в качестве сдерживающих факторов международной интеграции. С точки зрения автора, важной составляющей внешней политики России является деятельность по нормализации внешнеэкономических отношений Индии и Китая [2]. К аналогичному выводу в контексте развития диалога России, Индии и Китая (РИК) приходит С.В. Уянаев. Решение территориальных споров и снижение напряженности между Индией и Китаем является критическими для продвижения сотрудничества в формате РИК [3].

В статье Z. Munir и R. Keshari показано, что влияние России на двусторонние индийско-китайские отношения является важным аспектом в контексте геополитической динамики в Азии и мировом масштабе. Так, авторы указывают, что росийско-китайские и российско-индийские отношения основаны на политическом и экономическом сотрудничестве, однако отношения Китая и Индии осложнены территориальными спорами и конкуренцией за влияние в регионе. Россия в данном контексте может выступать в качестве посредника, способствующего смягчению политической напряженности и обеспечению экономической стабильности [10].

Особенности экономического взаимодействия России, Индии и Китая исследует L. Kulik. Автором показано, что объем торговли между Россией и Индией в настоящее время стремительно растет в связи со значительным увеличением экспорта энергоносителей, удобрений, железа и стали, изделий

из древесины, растительных и животных масел из России в Индию. Также автор указывает на замедление темпов роста двухсторонней торговли России и Китая, что вызвано замедлением темпов роста китайской экономики. Однако несмотря на тенденцию к замедлению, Китай выступает в качестве рынка сбыта российских топливно-энергетических ресурсов, а также в роли ключевого поставщика продукции потребительского и промышленного назначения [8]. Согласно данным статистики, начиная с 2022 года, Индия активно наращивает масштабы сотрудничества с Россией. Согласно представленным на рис. 1 данным, объем товарооборота России и Индии увеличился в 2022 году относительно уровня 2021 года на 242%, в то время как рост товарооборота с Китаем увеличился на 27%.

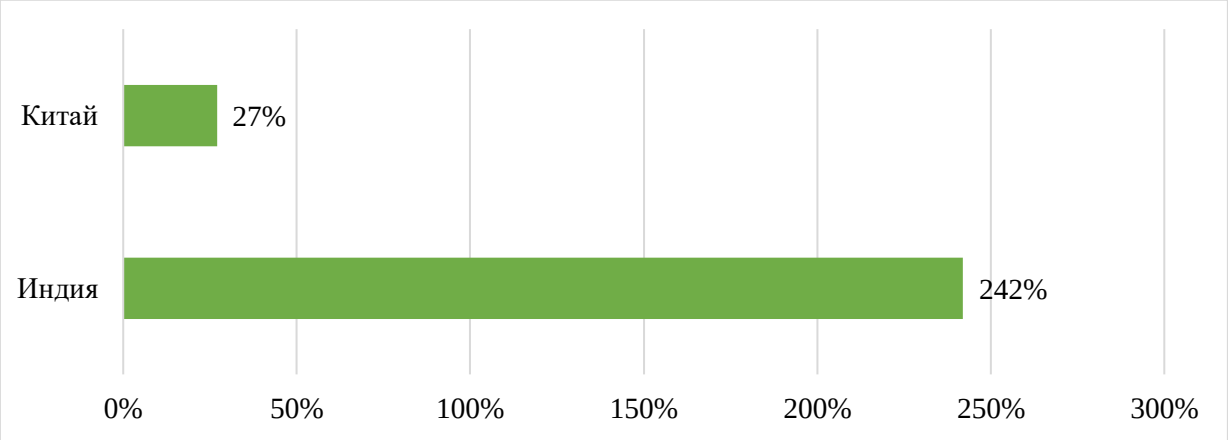


Рис. 1. Темпы роста товарооборота России с Индией и Китаем в 2022 году, %

Источник: составлено авторами по данным [5]

Исследование научных публикаций указывает на то, что фокус исследователей сосредоточен именно на внешнеэкономических отношениях России и Китая. Так, за период с 2020 по 2023 годы в научной электронной библиотеке Elibrary опубликованы более 8,5 тысяч научных трудов, посвященных российско-китайским отношениям, а количества исследований, касающихся анализа экономического сотрудничества России и Индии, составляет 1,7 тысяч. Основываясь на результатах проведенного исследования, можно заключить, что исследование экономических отношений

в рамках трехстороннего взаимодействия России, Индии и Китая представляет собой актуальную исследовательскую задачу.

Материалы и методы

Для достижения цели исследования, которая заключается в определении перспективных направлений экономического сотрудничества России с Китаем и Индией, используются следующие методы научного познания: анализ и систематизация информации, обобщение, аналогия, а также конкретизация. Материалами исследования являются данные таможенной статистики, Федеральной службы государственной статистики, а также научные статьи по тематике исследования.

Результаты и обсуждение

Индия и Китай играют ключевые роли в азиатском и глобальном контексте, и их отношения имеют важное значение для экономики России. Рассматривая структуру внешней торговли России с Китаем и Индией, следует отметить, что российская экономика выступает в роли ключевого поставщика энергетических ресурсов для Индии и Китая. За период с января 2021 года по январь 2023 года экспорт минерального топлива из России в Китай увеличился на 140% (показатель января 2021 года является базисным и составляет 100%). При этом за аналогичный период объемы экспорта в Индию увеличились в 151,4 раз. Анализ показывает, что самым быстрорастущим новым покупателем российской нефти является Индия, наиболее высокие темпы роста экспорта минерального сырья в Индию наблюдались в период с января по октябрь 2022 года (стоимость экспорта увеличилась в 6,25 раз), а динамика торговли углеводородами с Китаем демонстрирует относительно невысокий, но стабильный и положительный темп роста.

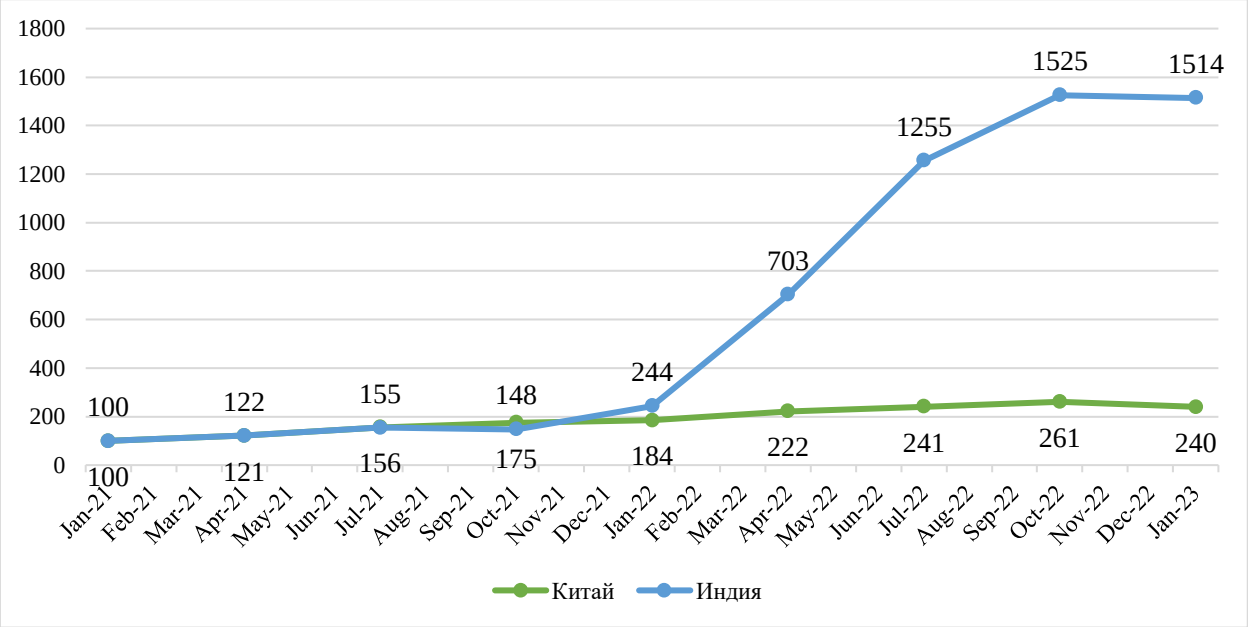


Рис. 1. Темп роста стоимости российского экспорта минерального топлива в Индию и Китай, %

Источник: составлено авторами по данным [5]

Несмотря на то, что Индия стала крупным покупателем российской нефти, экономическая зависимость России от Китая является существенно более глубокой. Торговля с Китаем составила 22% от общего объема внешней торговли России в 2022 году, увеличившись на 29% в годовом исчислении до 190 миллиардов долларов. По данным китайской таможни, в 2023 году сохраняется положительная динамика роста, поскольку в период с января по май двусторонняя торговля достигла показателя в 94 миллиардов долларов. Прогнозируется увеличение объемов торговли до 200 миллиардов долларов к 2024 году [6].

Можно ожидать, что в среднесрочной перспективе объемы двусторонней торговли между Россией и Китаем будут увеличиваться, поскольку китайский импорт позволяет замещать поставки из стран, присоединившихся к санкциям в отношении России. Однако замедление темпов социально-экономического развития Китая отразится на темпах прироста взаимной торговли, в частности, наблюдается сокращение темпов роста российского экспорта топливно-энергетических ресурсов в Китай.

Рассматривая особенности экономических отношений России и Индии, необходимо отметить, что в период пандемии Covid-19 объемы двусторонней торговли сократились с 11,20 млрд долларов в 2019 году до 9,26 млрд долларов в 2020. Восстановление и рост объемов внешней торговли России с Индией наблюдается на фоне обострения геополитических противоречий и поиска рынков сбыта российских углеводородов. Так, с апреля 2022 года по февраль 2023 года двусторонняя торговля достигла 45 миллиардов долларов, а Россия переместилась с 25-го на 7-е место среди торговых партнеров Индии после США, Китая, Объединенных Арабских Эмиратов (ОАЭ), Саудовской Аравии, Ирака и Индонезии.

В 2021 году Россия экспортировала в Индию товаров на сумму 9,13 млрд долларов, при этом 30% объема составила минеральная продукция (в том числе руда и топливо), 20% экспорта приходятся на машины, оборудование и транспортные средства, 18% экспорта в денежном выражении составили драгоценные металлы и камни, доля продукции химической промышленности составила 16%. Индия в 2021 году экспортировала в Российскую Федерацию товаров на сумму 4,43 миллиарда долларов.
В структуре российского импорта из Индии преобладают химическая продукция (31,7%), машины, оборудование и транспортные средства (29,9%), продукты питания и сельскохозяйственное сырье (16,34%), металлы и изделия из них (7,69%), текстиль и обувь (7,31%) [1].

Санкции, введенные в 2022 году в отношении России, а также перенаправление потоков энергоносителей внесли изменения в структуру российско-индийской внешней торговли. Так, в 2022 году Индия вытеснила Европу с позиции основного покупателя морской нефти из России, многократно увеличив импорт топливно-энергетических ресурсов. Тенденция усиления торгово-экономических отношений сохраняется и в текущем 2023 году: экспорт в I квартале 2023 года составил 15,5 миллиарда долларов, что в 5 раз превышает аналогичный показатель 2022 года. Экспорт товаров из Индии в Россию за рассматриваемый период составил 946,6 миллионов

долларов (увеличился на 30% относительно I квартала 2022 года), а общий товарооборот вырос составил 16,45 миллиардов долларов [7].

Дисбаланс во внешней торговле России и Индии является источником трудностей, связанных с накоплением индийских рупий, поскольку большие объемы поставок российской нефти в Индию в 2022 году и отказ от расчетов в долларах создали ситуацию, когда российские компании накопили огромные запасы индийской валюты, поскольку Россия не покупает такое количество товаров в Индии. Необходимость исправления возникшего дисбаланса открывает возможности развития двусторонних отношений, в частности за счет развития совместных инвестиционных проектов и увеличения импорта из Индии.

Заключение

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно заключить, что экономическое сотрудничество России с Индией и Китаем сопряжено с рядом трудностей. Так, наблюдается сокращение темпов роста российско-китайского товарооборота, что влечет за собой сокращение финансирования различных совместных проектов, а также снижение инвестиционной активности. Торговля России и Индии характеризуется наличием дисбаланса, что приводит к накоплению низколиквидной валюты (рупий) российскими предприятиями.

Однако, несмотря на выявленные трудности и ограничения, перспективными направлениями сотрудничества России и Китая выступает дальнейшее углубление торгово-экономических связей, поскольку китайская сторона выступает одним из ключевых поставщиков наукоемкой и высокотехнологичной промышленной продукции, а также товаров потребительского назначения на российский рынок. Также можно ожидать увеличения интенсивности российско-китайского экономического взаимодействия, направленного на обеспечение устойчивости экономик к негативному воздействию санкционной политики со стороны западных стран. В частности, Россия и Китай могут продолжать развивать использование

своих национальных валют (рубля и юаня) во взаиморасчетах, что позволит им уменьшить зависимость от доллара США и евро в международных сделках.

Рассматривая перспективы экономических отношений России и Индии, необходимо отметить, что высокие темпы роста экономики Индии создают благоприятные условия для российского экспорта. При этом в целях обеспечения достижения баланса во внешней торговле прогнозируется расширение номенклатуры импорта из Индии, а также инвестиции со стороны российских предприятий в индийскую экономику.

Ожидается, что продолжение поставок энергетических ресурсов, таких как нефть и газ, из России в Индию и Китай останется важным аспектом экономических отношений между странами, поскольку топливно-энергетические ресурсы являются ключевыми элементами для обеспечения энергетической безопасности Индии и Китая. Прогнозируется, что долгосрочные торговые отношения между Россией, Индией и Китаем будут продолжать развиваться, основываясь на их взаимных интересах и потребностях.

Литература

1. Внешняя торговля // Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/vneshnyaya_torgovlya.

2. Рещикова М. С. Индийско-китайские отношения: возможности и риски для России // Горизонты экономики. 2022. № 4 (70). С. 76–85.

3. Уянаев С.В. Диалоговый формат «Россия-Индия-Китай»: китайский фактор, текущие перспективы, задачи России // Азия и Африка сегодня. 2022. № 9. С. 5–11.

4. Чжан Т., Жэнь А. Экономическое сотрудничество России и Китая в энергетической отрасли // Прогрессивная экономика. 2023. № 8. С. 83–99.

5. China is trading more with Russia – but so are many US allies and partners // atlantic council. URL: https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-

atlanticist/china-is-trading-more-with-russia-but-so-are-many-us-allies-and-partners/.

6. China's Total Export & Import Values by Country // General Administration of Customs of the People's Republic of China. URL: http://english.customs.gov.cn/statics/report/preliminary.html.

7. India and Russia: The 2023 Trade and Investment Dynamics // Russia Briefing. URL: https://www.russia-briefing.com/news/india-and-russia-the-2023-trade-and-investment-dynamics.html/.

8. Kulik L. Russia-India Economic Cooperation: Current Trends and Promising Directions // MGIMO Review of International Relations. 2023. Vol. 16, № 2. P. 159–175.

9. Mulder N. Asian economic heft keeps Russia's economy afloat // East Asia Forum. 2023. Vol. 15. № 2. P. 3–5.

10. Munir Z., Keshari R. Russia As A Factor In India–China Relations // World Affairs: The Journal of International Issues. 2018. Vol. 22. № 2. P. 94–105.

References

1. Vneshnyaya torgovlya // Federal'naya sluzhba gosudarstvennoj statistiki. URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/vneshnyaya_torgovlya.

2. Reshchikova M.S. Indijsko-kitajskie otnosheniya: vozmozhnosti i riski dlya Rossii // Gorizonty ekonomiki. 2022. № 4 (70). S. 76–85.

3. Uyanaev S.V. Dialogovyj format «Rossiya-Indiya-Kitaj»: kitajskij faktor, tekushchie perspektivy, zadachi Rossii // Aziya i Afrika segodnya. 2022. № 9. S. 5–11.

4. CHzhan T., ZHen' A. Ekonomicheskoe sotrudnichestvo Rossii i Kitaya v energeticheskoj otrasli // Progressivnaya ekonomika. 2023. № 8. S. 83–99.

5. China is trading more with Russia – but so are many US allies and partners // atlantic council. URL: https://www.atlanticcouncil.org/blogs/new-atlanticist/china-is-trading-more-with-russia-but-so-are-many-us-allies-and-partners/.

6. China's Total Export & Import Values by Country // General Administration of Customs of the People's Republic of China. URL: http://english.customs.gov.cn/statics/report/preliminary.html.

7. India and Russia: The 2023 Trade and Investment Dynamics // Russia Briefing. URL: https://www.russia-briefing.com/news/india-and-russia-the-2023-trade-and-investment-dynamics.html/.

8. Kulik L. Russia-India Economic Cooperation: Current Trends and Promising Directions // MGIMO Review of International Relations. 2023. Vol. 16, № 2. P. 159–175.

9. Mulder N. Asian economic heft keeps Russia's economy afloat // East Asia Forum. 2023. Vol. 15. № 2. P. 3–5.

10. Munir Z., Keshari R. Russia As A Factor In India–China Relations // World Affairs: The Journal of International Issues. 2018. Vol. 22. № 2. P. 94–105.

DOI: 10.54861/ 27131211_2023_9_81

Специальность ВАК: 5.2.4

УДК 336.713

СЦЕНАРНЫЙ ПОДХОД К КЛИМАТИЧЕСКОМУ СТРЕСС-ТЕСТИРОВАНИЮ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИИ

Музычко А.С., студент, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Панасюк М.А., студент, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Львова Н.А., доктор экономических наук, Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, Россия

Аннотация. В настоящей статье поднимается вопрос оценки влияния климатических изменений на риски в банковской отрасли, рассматриваемые со стороны норматива достаточности собственного капитала Н1.0. Банковский сектор является самостоятельным участником и в то же время важным посредником между субъектами экономики, что привносит наибольшую актуальность в практики оценки рисков именно в системе работы кредитных организаций. Статья охватывает нераскрытую в полной мере в российском академическом сообществе тему климатического стресс-тестирования и приводит обоснование актуальности его проведения и значимости для российских банков. В исследовании была установлена связь уровня резервирования по кредитному портфелю и ВВП страны, в рамках трех сценариев перехода к низкоуглеродной экономике NGFS рассчитан прогнозный норматив достаточности собственного капитала трех крупнейших

российских банков: СберБанка, Альфа-Банка и Тинькофф Банка к 2030 и 2050 годам. Наиболее устойчивым к климатическим рискам признан СберБанк. Тинькофф Банк, в свою очередь, оказывается единственный банком, значение H1.0 которого опускается ниже допустимого с учетом надбавки за системную значимость кредитных организаций. Сохранение текущего климатического регулирования потребует от банков наращивания собственного капитала к 2050 году, вследствие чего рассмотренным кредитным организациям рекомендовано постепенно оптимизировать свой кредитный портфель с точки зрения управления климатическими рисками, включить данный вид рисков в процесс оценки вероятности дефолта заемщика и развивать инструменты зелёного финансирования.

Ключевые слова: стресс-тестирование, климатические риски, климатические риски банковского сектора, норматив достаточности капитала.

SCENARIO APPROACH TO CLIMATE STRESS TESTING IN THE RUSSIAN BANKING SECTOR

Muzychko A.S., student, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

Panasyuk M.A., student, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

Lvova N.A., Doctor of Economics, St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia

Abstract. This article raises the issue of assessing the impact of climate change on risks in the banking industry, considered from the perspective of capital adequacy ratio (CAR). Today, climate change cannot be underestimated, which affects all spheres of society, including the business sector, the state and society. The banking sector is an independent participant and, at the same time, an important intermediary between the subjects of the economy, which brings the greatest relevance to the practice of risk assessment in the system of credit organizations.

The article covers the topic of climate stress testing, which has not been fully disclosed in the Russian academic community and provides justification for its relevance and significance for Russian banks. The study established a correlation between the level of reservation on the loan portfolio and GDP, under three scenarios of transition to a low-carbon economy, developed by NGFS, and calculated the forecast capital adequacy ratio of the three largest Russian banks, SberBank, Alpha Bank and Tinkoff Bank by 2030 and 2050. SberBank has been identified as the most resilient to climate risks. Tinkoff Bank turns out to be the only bank whose value H1.0 falls below the allowed value, considering the premium for the systemic important credit organizations. Maintaining the current climate regulation will have required banks to increase their equity by 2050, and as a result, these credit institutions have been advised to gradually optimize their loan portfolio in terms of climate risk management, include this type of risk in the assessment of the borrower's probability of default and develop green finance instruments.

Keywords: stress testing; climate risks; climate risks of the banking sector; capital adequacy ratio.

JEL classification: G18, G32, D81.

Для цитирования: *Музычко А.С., Панасюк М.А., Львова Н.А. Сценарный подход к климатическому стресс-тестированию в банковском секторе России // Прогрессивная экономика. 2023. № 9. С. 81–95.*

Введение

В XXI веке стало очевидным, что для гармоничного развития общества и будущих поколений необходимо противодействовать климатическим изменениям, что объявлено первостепенной задачей века для мирового сообщества. Климатические риски на международном уровне были определены в документе Рабочей группы по вопросам раскрытия финансовой информации, связанной с изменением климата в 2016 году [9].

Вопрос климатических рисков затрагивает интересы всех участников экономической среды, но в особенности находит свое отражение в усилении рисков финансовых организаций. Финансовые организации являются связующим звеном между корпорациями, домохозяйствами и регуляторными институтами, именно поэтому климатические риски влияют на них с различных сторон, заставляя приспосабливаться к новым реалиям. Категории рисков банков подразделяются на рыночные, процентные, валютные, кредитные и риск ликвидности [4]. Основополагающим требованием существования банка с точки зрения регуляторов является достаточность капитала банка, которая подвержена влиянию, прежде всего, рыночных и операционных рисков и влечет за собой риск ликвидности.

Целью настоящего исследования является оценка влияния климатических изменений на риски в банковской отрасли, выраженные в размере норматива достаточности капитала. Для достижения цели авторами поставлены следующие *задачи*:

1. Определить понятие стресс-тестирования и его роль в банковском секторе.
2. Проанализировать влияние климатических изменений на норматив достаточности капитала на примере крупных российских банков.
3. Сформировать выводы о соблюдении норматива достаточности капитала банками при различных климатических сценариях.

Обзор литературы

Стресс-тестирование представляет собой метод оценки потенциального влияния исключительных, но возможных событий на финансовое состояние организации. Его значимость как инструмента оценки климатических рисков продолжает расти, при этом важную роль играют не только используемые сценарии, но и экспертность при проведении процедуры стресс-тестирования, качество данных и отраслевые тренды.

Проведение банками тестирования необходимо как для управления отдельными видами рисков, так и для понимания интегрированного влияния

рисков на финансовые показатели банка. В проведении стресс-тестирования кроме самой банковской организации заинтересован ряд лиц, куда можно включить прямых инвесторов, обращающих внимание на все факторы стабильности компании, государство и банковские регуляторы, активно внедряющие стресс-тестирование в качестве необходимого параметра деятельности, и бизнес-сектор, ориентирующийся одновременно на настроения инвесторов, правила регуляторов и тренды, задаваемые конкурентами и фирмами в других отраслях.

Согласно исследованию компании KPMG «Stress testing A benchmark analysis of systemically important financial institutions» за 2016 год, менеджеры, принимавшие участие в опросе о стресс-тестировании, отметили наибольшее влияние стресс-тестов на планирование капитала и создание резервов по сравнению с прочими бизнес-решениями [6].

Здесь нельзя не отметить первостепенную роль устойчивости капитала и обязательного резервирования именно в банковской сфере, что позволяет сделать вывод о ключевой роли стресс-тестирований в этой отрасли. Вопрос проведения стресс-тестирования в банковской отрасли рассматривается академическим сообществом много лет, что позволяет модернизировать применяемые методологии в контексте современных условий.

Так, Шекшуева С. в статье «Стресс-тестирование современных коммерческих банков в России» предлагает авторскую методику проведения стресс-тестирования коммерческого банка [5], а Крашенников Н. в работе «Стресс-тестирование: применение к анализу финансовой устойчивости российскими и зарубежными банками» проводит обзор практики стресс-тестирования российскими и зарубежными авторами [2].

В последние годы банковские риски также рассматриваются в связи с ESG-тематикой: так, Манухин А. анализирует методы управления ESG-рисками в кредитовании малого и среднего бизнеса [3], Доронин Б. А. с соавторами разрабатывают рекомендации по продвижению ESG-банкинга в

работе «Проблемы развития ESG-банкинга и управления ESG-рисками в коммерческих банках» [1].

Однако проблематика проведения именно климатического стресс-тестирования на примере конкретных российских банков представляется не раскрытой, а вопрос влияния климатических изменений на норматив достаточности капитала банка не поднимался в академической среде. Таким образом, настоящее исследование является актуальным и практически значимым.

Материалы и методы

Для оценки влияния климатических изменений на риски в банковской отрасли была разработана и использовалась следующая методология. Основу эмпирического исследования составили предложенные Сообществом центральных банков и надзорных органов по повышению экологичности финансовой системы (NGFS) сценарии развития климатической ситуации на земле, которые можно разделить на три основных направления:

1. Hot House World (сценарий «тепличного мира») – сценарий, при котором сохраняются только реализуемые и заявленные в настоящее время экологические инициативы;

2. Disorderly (неупорядоченный переход), при котором с 2030 года предполагаются несистематические действия с целью достижения нулевых выбросов к 2050 году;

3. Orderly (упорядоченный переход), предполагающий скорейшие и амбициозные действия, ведущие к ограничению глобального потепления до 1,5°C благодаря жесткой климатической политике и инновациям и достижению нулевого уровня выбросов CO2 приблизительно к 2050 году [8].

Основные элементы методологии исследования обобщены в табл. 1.

Таблица 1

Методология исследования

Методы	Теоретический: анализ, группировка, операции с экономическими показателями. Эмпирический: изучение материалов NGFS (сообщества центральных банков и надзорных органов по повышению экологичности финансовой системы) и анализируемых банков, построение эконометрической модели, разработка выводов и рекомендаций.
Данные	ВВП РФ в млрд долл. по ППС, средневзвешенные значения уровня резервирования по кредитному портфелю, прогнозные значения ВВП по сценариям NGFS [10], норматив достаточности капитала Н1, величина собственных средств банков [7].
Информационная база исследования	Network for Greening the Financial System: сценарии Hot House World, Orderly, Disorderly [8; 10].
Период	Базовый: 2015-2021 гг. Прогнозный: 2030, 2050.
Показатели	Прогнозные уровень резервирования по кредитному портфелю и его темп прироста, активы с учетом риска (RWA), норматив достаточности капитала Н1.

Источник: составлено авторами

Первым этапом исследования являлась проверка зависимости уровня резервирования от показателя ВВП в России: была построена регрессионная модель, демонстрирующая связь между абсолютным значением ВВП РФ и средневзвешенным значением уровня резервирования по кредитному портфелю, рассчитанным по топ-10 банкам РФ на 31 декабря 2021 года.

Второй этап, следующий после подтверждения корреляции между ВВП и уровнем резервирования, представлял собой прогнозирование уровня резервирования по кредитному портфелю, зависимого от уровня ВВП, предложенного NGFS в разрезе трех сценариев.

В рамках третьего этапа оценивалось влияние изменения уровня резервирования по кредитному портфелю на норматив достаточности собственных средств (капитала) банка (Н1.0). Для анализа были выбраны три

крупных банка РФ – Сбербанк, Тинькофф Банк и Альфа-Банк. Из отчетности банков была получена информация о значении норматива Н1.0 и размерах собственных средств, что позволило рассчитать активы, взвешенные с учетом риска (RWA). Также для дальнейшего анализа потребовались значения кредитного портфеля банка, уровня резервирования и абсолютное значение резервов. Финальным показателем, рассчитанным на третьем этапе, стал темп прироста средневзвешенного значения уровня резервирования при каждом сценарии для всего банковского сектора.

На четвертом этапе практической части исследования были рассчитаны дополнительные расходы для каждого банка по сценариям в 2030 и 2050 годах как произведение абсолютного значения резервов конкретного банка и темпа прироста средневзвешенного значения уровня резервирования кредитного портфеля для всего банковского сектора. Зная дополнительные расходы каждого банка в 2030 и 2050 году, был произведен расчет норматива Н1.0 для каждого банка по трем сценариям (см. табл. 5). Расчет можно представить виде формулы (1):

$$H1.0 = \frac{\text{Собственные средства} - \text{Дополнительные расходы по резервированию}}{RWA} \quad (1)$$

Результаты и обсуждение

Результатом проведения первого этапа исследования является получена нелинейная модель (2), описывающая взаимосвязь между показателем уровня резервирования по кредитному портфелю и показателем ВВП:

$$Ln(\text{Y}) = -10{,}7441 + 0{,}00414 * X - 0{,}0000005 * X^2 \quad (2)$$

где Y – средневзвешенный уровень резервирования по кредитному портфелю (в долях), X – величина ВВП (в млн. долл. США). Данная модель является значимой в целом и её отдельные коэффициенты также являются

статистически значимыми на 5% уровне. Все предпосылки теоремы Гауса-Маркова выполняются, в модели нет автокорреляции и гетероскедастичности. Коэффициент детерминации R^2 равный 0,84, демонстрирует достаточно высокую объясняющую способность модели. Таким образом, зависимость уровня резервирования по кредитному портфелю от ВВП была подтверждена. Результаты расчета уровня резервирования по кредитному портфелю, в зависимости от прогнозного уровня ВВП, предложенного NGFS в разрезе трех сценариев, представлены в таблице 2.

Таблица 2

Средневзвешенный уровень резервирования по кредитному портфелю в зависимости от прогнозного уровня ВВП в рамках трех сценариев NGFS

Год	Orderly	Disorderly	Hot house world
2030	6,93%	6,79%	7,01%
2050	5,51%	6,58%	4,66%

Источник: составлено авторами

Минимальное значение уровня резервирования в 2030 году достигается при сценарии неупорядоченного перехода, это связано с тем, что в рамках данного сценария до 2030 года учитываются действия государств, которые они анонсировали, но ещё не реализовали. Так, в данном сценарии одновременно удается управлять и физическими рисками, и рисками переходного периода.

Близкие к друг другу значения при упорядоченном переходе – 6,93% и отсутствии каких-либо изменений в политике государства – 7,01% связаны с тем, что в первом сценарии высоки риски переходного периода, а во втором – физические риски. В 2050 году значения уровня резервирования в целом ниже значений 2030 года, наиболее заметное изменение происходит при сценарии сохранения текущей политики.

Полученные значения можно объяснить следующим образом: сообщество центральных банков и надзорных органов по повышению экологичности финансовой системы при составлении прогнозов исходит из того, что наиболее серьезные природные катаклизмы произойдут именно в

период с 2030 по 2040 годы, таким образом, в случае реализации данного сценария, физические риски к 2050 году будут снижаться, а риски переходного периода останутся низкими. В случае же упорядоченного и неупорядоченного перехода мы видим существенную разницу, а значит, промедление при реализации мер по переходу к углеродно-нейтральной экономике значительно увеличивает риски переходного периода. Необходимые для дальнейшего анализа финансовые показатели СберБанка, Тинькофф Банка и Альфа-Банка представлены в таблице 3.

Таблица 3

Финансовые показатели СберБанка, Тинькофф Банка и Альфа-Банка, 2021 г.

Показатель	СберБанк	Тинькофф Банк	Альфа-Банк
Н 1.0	14,175	14,249	14,208
Собственные средства	5 071 037 128	187 370 439	726 487 918
RWA	357 745 123,67 ₽	13 149 725,52 ₽	51 132 314,05 ₽
Кредитный портфель	26 456 558 848 ₽	610 274 230 ₽	3 750 167 211 ₽
Уровень резервирования по кредитному портфелю	4,60%	13,67%	5,39%
Резервы в абсолютном значении	1 217 001 707,01 ₽	83 424 487,24 ₽	202 134 012,67 ₽

Источник: составлено авторами

В таблице 4 приводятся темпы прироста уровня резервирования по кредитному портфелю в рамках трех сценариев для рассматриваемых банков.

Таблица 4

Темпы прироста прогнозного уровня резервирования по кредитному портфелю в рамках трех сценариев NGFS по сравнению с 2021 годом

Период	Orderly	Disorderly	Hot house world
2030	47,5%	44,6%	49,2%
2050	17,4%	40,1%	-0,7%

Источник: составлено авторами

Рассчитанные значения показателя норматива достаточности собственного капитала Н1.0 для рассматриваемых банков в контексте трех сценариев представлены в таблице 5.

Таблица 5

Прогнозный норматив достаточности капитала н1.0 Альфа-Банка, СберБанка и Тинькофф Банка в рамках трех сценариев NGFS, %

Банк	Orderly	Disorderly	Hot house world
	2030		
Альфа-Банк	12,33	12,45	12,26
СберБанк	12,56	12,66	12,50
Тинькофф Банк	11,23	11,42	11,13
	2050		
Альфа-Банк	13,52	12,62	14,23
СберБанк	13,58	12,81	14,20
Тинькофф Банк	13,15	11,71	14,29

Источник: составлено авторами

Банк России устанавливает минимальный размер норматива достаточности собственных средств банка на уровне – 8%. Норматив ни одного банка не снижается до указанного порога в рассматриваемые годы. Однако СберБанк, Альфа-Банк и Тинькофф Банк определены ЦБ как системно значимые кредитные организации, поэтому для них установлена надбавка на системную значимость, и Н1.0 не должен опускаться ниже 11,5%.

Среди рассмотренных банков значение норматива оказывается минимальным в 2030 году в рамках сценария сохранения текущей политики государства (hot house world), а к 2050 году при этом сценарии наблюдается максимальное значение норматива, что свидетельствует о наращивании капитала для покрытия возрастающих рисков (при моделировании использовалось предположение о сохранении RWA на уровне 2021 года). Самым устойчивым к климатическим рискам является Сбербанк, обладающий наибольшим нормативом достаточности капитала во всех рассмотренных случаях, кроме сценария «Hot house world» в 2050 году.

Тинькофф Банк является наименее устойчивым среди трех рассмотренных организаций, так как его прогнозное значение Н1.0 в 2030 году при всех сценариях опускается ниже допустимого уровня для системно значимых организаций. К 2050 году Тинькофф лучше адаптируется к климатическим рискам, хотя при сценариях упорядоченного и неупорядоченного перехода значения его норматива достаточности собственного капитала оказываются наименьшими среди рассматриваемых банков. С точки зрения авторов, это объясняется полностью частным характером бизнеса и сроком существования компании.

Заключение

Подводя итог, можно утверждать о наличии влияния климатических изменений на банковские риски, которые находят отражение в размере норматива достаточности собственного капитала. В случае сохранения текущей климатической политики к 2050 году банкам необходимо будет нарастить объем собственного капитала. Наиболее устойчивым к климатическим рискам является СберБанк, его значение Н1.0 оказывается наибольшим по сравнению с Альфа-Банков и Тинькофф Банком практически во всех сценариях в 2030 и 2050 годах. Единственным банком, норматив достаточности собственного капитала которого оказывается ниже допустимого с учетом надбавки за систему значимость, является Тинькофф. Его значение Н1.0 в 2030 году опускается ниже установленного ЦБ во всех климатических сценариях. Рассмотренным банкам рекомендуется, во-первых, постепенно оптимизировать кредитный портфель с точки зрения климатических рисков. Отказываться от финансирования наиболее уязвимых отраслей. Во-вторых, включиться климатические риски в процесс оценки вероятности дефолта заемщика. В-третьих, обратить внимание на развитие инструментов зелёного финансирования.

Исследование может быть полезным, прежде всего, для менеджмента банковских организаций при процессе управления рисками, также для регуляторов при разработке требований к стресс-тестированию и соблюдению

нормативов, для государственных и общественных организаций в вопросе противодействия изменению климата, и, наконец, для инвесторов в качестве некоторой оценки стабильности рассмотренных банков. Направлением дальнейших исследований авторов является проблематика детализации моделей управленческого менеджмента в банковской отрасли для минимизации влияния климатических рисков.

Литература

1. Доронин Б.А., Глотова И.И., Томилина Е.П. Проблемы развития ESG-банкинга и управления ESG-рисками в коммерческих банках // KANT. 2021. № 4 (41). С. 46–50.

2. Крашенинников Н. В. Стресс-тестирование: применение к анализу финансовой устойчивости российскими и зарубежными банками // Финансы и кредит. 2015. № 31 (655). С. 15–22.

3. Манухин А. И. Методы управления ESG-рисками в кредитовании малого и среднего бизнеса // Финансовые рынки и банки. 2022. № 5. С. 100–105.

4. Семукова Ю.М., Управление рисками в коммерческом банке // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 6. С. 216–222.

5. Шекшуева С. В. Стресс-тестирование современных коммерческих банков России // Современные наукоёмкие технологии. Региональное приложение. 2022. № 4 (72). С. 27–32.

6. Hinchliffe M., Smith R. Stress testing — A benchmark analysis of systemically important financial institutions // KPMG International Cooperative. URL: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2016/11/stress-testing-a-benchmarking-analysis-of-systemically-important-financial-institutions.pdf.

7. Muzychko A. Panasyuk M. Climate-related risk stress testing in the Russian banking sector under NGFS scenarios // Mendeley Data. URL: https://data.mendeley.com/datasets/bhrn8xsv2k/1.

8. Network for Greening the Financial System. NGFS Scenarios for

central banks and supervisors. // Network for Greening the Financial System. URL: https://www.ngfs.net/sites/default/files/medias/documents/ngfs_climate_scenarios_for_central_banks_and_supervisors_.pdf.pdf.

9. TCFD. Phase 1 Report of Task Force on Climate-related Financial Disclosures. // TCFD. URL: https://assets.bbhub.io/company/sites/60/2020/10/Phase_I_Report_v15.pdf.

10. World Meteorological Organization // WMO Provisional State of the Global Climate. URL: https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=11359.

References

1. Doronin B.A., Glotova I.I., Tomilina E.P. Problemy razvitiya ESG-bankinga i upravleniya ESG-riskami v kommercheskih bankah // KANT. 2021. № 4 (41). S. 46–50.

2. Krasheninnikov N. V. Stress-testirovanie: primenenie k analizu finansovoj ustojchivosti rossijskimi i zarubezhnymi bankami // Finansy i kredit. 2015. № 31 (655). S. 15–22.

3. Manuhin A. I. Metody upravleniya ESG-riskami v kreditovanii malogo i srednego biznesa // Finansovye rynki i banki. 2022. № 5. S. 100–105.

4. Semukova YU.M., Upravlenie riskami v kommercheskom banke // Ekonomika i biznes: teoriya i praktika. 2020. № 6. S. 216–222.

5. SHekshueva S. V. Stress-testirovanie sovremennyh kommercheskih bankov Rossii // Sovremennye naukoyomkie tekhnologii. Regional'noe prilozhenie. 2022. № 4 (72). S. 27–32.

6. Hinchliffe M., Smith R. Stress testing — A benchmark analysis of systemically important financial institutions // KPMG International Cooperative. URL: https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2016/11/stress-testing-a-benchmarking-analysis-of-systemically-important-financial-institutions.pdf.

7. Muzychko A. Panasyuk M. Climate-related risk stress testing in the Russian banking sector under NGFS scenarios // Mendeley Data. URL: https://data.mendeley.com/datasets/bhrn8xsv2k/1.

8. Network for Greening the Financial System. NGFS Scenarios for central banks and supervisors. // Network for Greening the Financial System. URL: https://www.ngfs.net/sites/default/files/medias/documents/ngfs_climate_scenarios_for_central_banks_and_supervisors_.pdf.pdf.

9. TCFD. Phase 1 Report of Task Force on Climate-related Financial Disclosures. // TCFD. URL: https://assets.bbhub.io/company/sites/60/2020/10/Phase_I_Report_v15.pdf.

10. World Meteorological Organization // WMO Provisional State of the Global Climate. URL: https://library.wmo.int/doc_num.php?explnum_id=11359.