

ISSN 2409-8647

www.aurora-group.eu
www.nbpublish.com

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ и ПРИКЛАДНАЯ ЭКОНОМИКА

AURORA Group s.r.o.
nota bene

Выходные данные

Номер подписан в печать: 07-10-2024

Учредитель: Даниленко Василий Иванович, w.danilenko@nbpublish.com

Издатель: ООО <НБ-Медиа>

Главный редактор: Дегтярев Александр Николаевич, доктор экономических наук, кандидат технических наук, Aleks-degt@yandex.ru

ISSN: 2409-8647

Контактная информация:

Выпускающий редактор - Зубкова Светлана Вадимовна

E-mail: info@nbpublish.com

тел.+7 (966) 020-34-36

Почтовый адрес редакции: 115114, г. Москва, Павелецкая набережная, дом 6А, офис 211.

Библиотека журнала по адресу: http://www.nbpublish.com/library_tariffs.php

Publisher's imprint

Number of signed prints: 07-10-2024

Founder: Danilenko Vasiliy Ivanovich, w.danilenko@nbpublish.com

Publisher: NB-Media ltd

Main editor: Degtyarev Aleksandr Nikolaevich, doktor ekonomicheskikh nauk, kandidat tekhnicheskikh nauk, Aleks-degt@yandex.ru

ISSN: 2409-8647

Contact:

Managing Editor - Zubkova Svetlana Vadimovna

E-mail: info@nbpublish.com

тел.+7 (966) 020-34-36

Address of the editorial board : 115114, Moscow, Paveletskaya nab., 6A, office 211 .

Library Journal at : http://en.nbpublish.com/library_tariffs.php

Редакционный совет

Батьковский Александр Михайлович – доктор экономических наук, АО Центральный научно-исследовательский институт экономики, систем управления и информации «Электроника», советник генерального директора, 127299, Москва, ул. Космонавта Волкова, 12, batkovskiy_a@instel.ru

Морозко Наталья Иосифовна – доктор экономических наук, профессор Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, профессор, 49, Ленинградский проспект, г. Москва, 125993. NIMorozko@fa.ru

Овчаров Антон Олегович – доктор экономических наук, доцент, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, 603950, г. Нижний Новгород, проспект Гагарина, 23, anton19742006@yandex.ru

Стрыгин Андрей Вадимович – доктор экономических наук, профессор кафедры «Мировая экономика» МАДИ, профессор факультета логистики и общетранспортных проблем, директор Центра РАС ООН в МАДИ «международная транспортная политика» 125319. г. Москва, Ленинградский пр., 64, оф. 346. strygin@inbox.ru

Ефименко Дмитрий Борисович – доктор технических наук, доцент по кафедре транспортной телематики, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), декан факультета логистики и общетранспортных проблем, заведующий кафедрой «Правовое и таможенное регулирование на транспорте» МАДИ, 125319. г. Москва, Ленинградский пр., 64, оф. 207л. ed2002@mail.ru

Шульц Владимир Леопольдович – член-корреспондент Российской академии наук, заместитель президента Российской академии наук, доктор философских наук, директор Центра исследования проблем безопасности РАН, председатель редакционного совета. 119991 Россия, г. Москва, Ленинский проспект, 32;

Дегтярев Александр Николаевич – доктор экономических наук, кандидат технических наук, вице-президент Академии наук Республики Башкортостан, профессор Уфимского государственного нефтяного технического университета, заслуженный деятель науки РБ. 450008, Россия, г. Уфа, ул. Кирова, 15. Академия наук Республики Башкортостан

Дудов Азнаур Сапарович - доктор экономических наук, профессор, ректор Кисловодского института экономики и права, заслуженный деятель науки Карачаево-Черкесской республики. 357700, Россия, ул. Розы Люксембург, 42, г. Кисловодск, Ставропольский край.

Епифанцев Сергей Николаевич - доктор социологических наук, профессор, Южный федеральный университет, член президиума РАЕН. 344006, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42.

Зайнашева Зарима Гафаровна - доктор экономических наук, профессор Уфимского государственного университета экономики и сервиса, Почетный работник высшего образования России, 450000, Россия, ул. Чернышевского, 145. г. Уфа, Республика Башкортостан.

Кульба Владимир Васильевич – доктор технических наук, профессор, заведующий отделом Института проблем управления имени В.А. Трапезникова. Россия, 117997, Россия, г. Москва, Профсоюзная, 65;

Локосов Вячеслав Вениаминович – доктор социологических наук, профессор, директор Института социально-экономических проблем народонаселения Российской академии наук. 117218, Россия, г. Москва, Нахимовский проспект, 32;

Кормишкина Людмила Александровна - доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой теоретической экономики и экономической безопасности, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева

Кормишкин Евгений Данилович - доктор экономических наук, профессор кафедры теоретической экономики и экономической безопасности, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева

Бурда Алексей Григорьевич - доктор экономических наук, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина», Заведующий кафедрой экономической кибернетики, 350044, Россия, Краснодарский край, г. Краснодар, ул. им. Калинина, 13, корпус 44, кв. 9, agburda@mail.ru

Каменева Татьяна Николаевна - доктор социологических наук, ФГБОУ ВО Государственный университет управления, Профессор кафедры социологии, психологии управления и истории, ФГБОУ ВО Финансовый университет при Правительстве РФ, Профессор Департамента социологии, 109542, Россия, г. Москва, ул. Рязанский проспект, 99, kalibri0304@yandex.ru

Крюков Сергей Владимирович - доктор экономических наук, ФГАОУ ВО "Южный федеральный университет", профессор экономического факультета, 344013, Россия, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, ул. Пестеля, 43, кв. 1, svkrukov@sfedu.ru

Кузнецов Николай Владимирович - доктор экономических наук, ФГБОУ ВО "Государственный университет управления", Заведующий кафедрой "Статистика", ФГБОУ ВО "Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации", Директор Центра стратегического прогнозирования и планирования, 107014, Россия, г. Москва, ул. 4-я Сокольническая, 3, кв. 82, nkuznetsov@outlook.com

Леденёва Марина Викторовна - доктор экономических наук, Волгоградский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова, Профессор кафедры менеджмента и маркетинга, АНО ВО "Волгоградский институт бизнеса", Профессор кафедры экономики и управления, 404127, Россия, Волгоградская область, г. Волжский, ул. Дружбы, 45, кв. 121, mledenjova@yandex.ru

Мурзин Антон Дмитриевич - доктор технических наук, Южный федеральный университет, доцент, зам. декана факультета управления, Донской государственный технический университет, доцент, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Профессор, 344012, Россия, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42, каб. 216, admurzin@yandex.ru

Овчаров Антон Олегович - доктор экономических наук, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»,

профессор кафедры бухгалтерского учета, главный научный сотрудник Центра макро и микроэкономики, 603135, Россия, г. Нижний Новгород, проспект Ленина, 45 корпус 3, кв. 47, anton19742006@yandex.ru

Ширинкина Елена Викторовна - доктор экономических наук, Сургутский государственный университет, заведующий кафедрой менеджмента и бизнеса, 628412, Россия, г. Сургут, ул. Гагарина, 12, кв. 201, shirinkina86@yandex.ru

Editorial collegium

Batkovsky Alexander Mikhailovich – Doctor of Economics, JSC Central Research Institute of Economics, Control Systems and Information "Electronics" , Advisor to the General Director, 12 Kosmonavta Volkova str., 127299, Moscow, batkovskiy_a@instel.ru

Morozko Natalia Iosifovna – Doctor of Economics, Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Professor, 49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993. NIMorozko@fa.ru

Ovcharov Anton Olegovich – Doctor of Economics, Associate Professor, National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky, 603950, Nizhny Novgorod, Gagarin Avenue, 23 , anton19742006@yandex.ru

Andrey V. Strygin – Doctor of Economics, Professor of the Department of "World Economy" MADI, Professor of the Faculty of Logistics and General Transport Problems, Director of the UN RAS Center in MADI "International Transport Policy" 125319. Moscow, Leningradsky ave., 64, of. Z46. strygin@inbox.ru

Efimenko Dmitry Borisovich – Doctor of Technical Sciences, Associate Professor at the Department of Transport Telematics, Moscow Automobile and Road State Technical University (MADI), Dean of the Faculty of Logistics and General Transport Problems, Head of the Department of "Legal and Customs Regulation in Transport" MADI, 125319. Moscow, Leningradsky Ave., 64, office 207I. ed2002@mail.ru

Vladimir Leopoldovich Shultz – Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Deputy President of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Philosophy, Director of the Center for Security Research of the Russian Academy of Sciences, Chairman of the Editorial Board. 32 Leninsky Prospekt, Moscow, 119991 Russia;

Degtyarev Alexander Nikolaevich – Doctor of Economics, Candidate of Technical Sciences, Vice-President of the Academy of Sciences of the Republic of Bashkortostan, Professor of Ufa State Petroleum Technical University, Honored Scientist RB. 450008, Russia, Ufa, Kirova str., 15. Academy of Sciences of the Republic of Bashkortostan

Dudov Aznaur Saparovich - Doctor of Economics, Professor, Rector of the Kislovodsk Institute of Economics and Law, Honored Scientist of the Karachay-Cherkess Republic. 357700, Russia, Rosa Luxemburg str., 42, Kislovodsk, Stavropol Territory.

Epifantsev Sergey Nikolaevich - Doctor of Sociology, Professor, Southern Federal University, Member of the Presidium of the Russian Academy of Sciences. 344006, Russia, Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya str., 105/42.

Zainasheva Zarima Gafarovna - Doctor of Economics, Professor of Ufa State University of Economics and Service, Honorary Worker of Higher Education of Russia, 450000, Russia, Chernyshevsky str., 145. Ufa, Republic of Bashkortostan.

Kulba Vladimir Vasilyevich – Doctor of Technical Sciences, Professor, Head of the Department of the V.A. Trapeznikov Institute of Management Problems. Russia, 117997, Russia, Moscow, Trade Union, 65;

Vyacheslav V. Lokosov – Doctor of Sociology, Professor, Director of the Institute of Socio-Economic Problems of Population of the Russian Academy of Sciences. 32 Nakhimovsky Prospekt, Moscow, 117218, Russia;

Lyudmila Kormishkina - Doctor of Economics, Professor, Head of the Department, Department of Theoretical Economics and Economic Security, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education N. P. Ogarev Mordovian State University

Kormishkin Evgeny Danilovich - Doctor of Economics, Professor of the Department of Theoretical Economics and Economic Security, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education N. P. Ogarev Mordovian State University

Burda Alexey Grigorievich - Doctor of Economics, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin", Head of the Department of Economic Cybernetics, 350044, Russia, Krasnodar Krai, Krasnodar, Kalinin str., 13, building 44, sq. 9, agburda@mail.ru

Tatyana Nikolaevna Kameneva - Doctor of Sociology, State University of Management, Professor of the Department of Sociology, Psychology of Management and History, Financial University under the Government of the Russian Federation, Professor of the Department of Sociology, 99 Ryazansky Prospekt, Moscow, 109542, Russia, kalibri0304@yandex.ru

Sergey V. Kryukov - Doctor of Economics, Southern Federal University, Professor of the Faculty of Economics, Rostov-on-Don, 43 Pestel str., sq. 1, 344013, Russia, Rostov Region, Rostov-on-Don, svkryukov@sfedu.ru

Kuznetsov Nikolay Vladimirovich - Doctor of Economics, State University of Management, Head of the Department of Statistics, Financial University under the Government of the Russian Federation, Director of the Center for Strategic Forecasting and Planning, 107014, Russia, Moscow, 4th Sokolnicheskaya str., 3, sq. 82, nkuznetsov@outlook.com

Ledeneva Marina Viktorovna - Doctor of Economics, Volgograd Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Professor of the Department of Management and Marketing, ANO VO "Volgograd Institute of Business", Professor of the Department of Economics and Management, 404127, Russia, Volgograd region, Volzhsky, Druzhby str., 45, sq. 121, mledenjova@yandex.ru

Anton Dmitrievich Murzin - Doctor of Technical Sciences, Southern Federal University, Associate Professor, Deputy Dean of the Faculty of Management, Don State Technical University, Associate Professor, Plekhanov Russian University of Economics, Professor, 344012, Russia, Rostov Region, Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya str., 105/42, office 216, admurzin@yandex.ru

Ovcharov Anton Olegovich - Doctor of Economics, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky", Professor of Accounting Department, Chief Researcher of the Center for Macro and Microeconomics, 603135, Russia, Nizhny Novgorod, Lenin Avenue, 45 building 3, sq. 47, anton19742006@yandex.ru

Shirinkina Elena Viktorovna - Doctor of Economics, Surgut State University, Head of the Department of Management and Business, 628412, Russia, Surgut, Gagarina str., 12, sq. 201, shirinkina86@yandex.ru

Требования к статьям

Журнал является научным. Направляемые в издательство статьи должны соответствовать тематике журнала (с его рубрикатором можно ознакомиться на сайте издательства), а также требованиям, предъявляемым к научным публикациям.

Рекомендуемый объем от 12000 знаков.

Структура статьи должна соответствовать жанру научно-исследовательской работы. В ее содержании должны обязательно присутствовать и иметь четкие смысловые разграничения такие разделы, как: предмет исследования, методы исследования, апелляция к оппонентам, выводы и научная новизна.

Не приветствуется, когда исследователь, трактуя в статье те или иные научные термины, вступает в заочную дискуссию с авторами учебников, учебных пособий или словарей, которые в узких рамках подобных изданий не могут широко излагать свое научное воззрение и заранее оказываются в проигрышном положении. Будет лучше, если для научной полемики Вы обратитесь к текстам монографий или диссертационных работ оппонентов.

Не превращайте научную статью в публицистическую: не наполняйте ее цитатами из газет и популярных журналов, ссылками на высказывания по телевидению.

Ссылки на научные источники из Интернета допустимы и должны быть соответствующим образом оформлены.

Редакция отвергает материалы, напоминающие реферат. Автору нужно не только продемонстрировать хорошее знание обсуждаемого вопроса, работ ученых, исследовавших его прежде, но и привнести своей публикацией определенную научную новизну.

Не принимаются к публикации избранные части из диссертаций, книг, монографий, поскольку стиль изложения подобных материалов не соответствует журнальному жанру, а также не принимаются материалы, публиковавшиеся ранее в других изданиях.

В случае отправки статьи одновременно в разные издания автор обязан известить об этом редакцию. Если он не сделал этого заблаговременно, рискует репутацией: в дальнейшем его материалы не будут приниматься к рассмотрению.

Уличенные в плагиате попадают в «черный список» издательства и не могут рассчитывать на публикацию. Информация о подобных фактах передается в другие издательства, в ВАК и по месту работы, учебы автора.

Статьи представляются в электронном виде только через сайт издательства <http://www.e-notabene.ru> кнопка "Авторская зона".

Статьи без полной информации об авторе (соавторах) не принимаются к рассмотрению, поэтому автор при регистрации в авторской зоне должен ввести полную и корректную информацию о себе, а при добавлении статьи - о всех своих соавторах.

Не набирайте название статьи прописными (заглавными) буквами, например: «ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ...» — неправильно, «История культуры...» — правильно.

При добавлении статьи необходимо прикрепить библиографию (минимум 10–15 источников, чем больше, тем лучше).

При добавлении списка использованной литературы, пожалуйста, придерживайтесь следующих стандартов:

- [ГОСТ 7.1-2003 Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления.](#)
- [ГОСТ 7.0.5-2008 Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления](#)

В каждой ссылке должен быть указан только один диапазон страниц. В теле статьи ссылка на источник из списка литературы должна быть указана в квадратных скобках, например, [1]. Может быть указана ссылка на источник со страницей, например, [1, с. 57], на группу источников, например, [1, 3], [5-7]. Если идет ссылка на один и тот же источник, то в теле статьи нумерация ссылок должна выглядеть так: [1, с. 35]; [2]; [3]; [1, с. 75-78]; [4]....

А в библиографии они должны отображаться так:

[1]

[2]

[3]

[4]....

Постраничные ссылки и сноски запрещены. Если вы используете сноску, не содержащую ссылку на источник, например, разъяснение термина, включите сноску в текст статьи.

После процедуры регистрации необходимо прикрепить аннотацию на русском языке, которая должна состоять из трех разделов: Предмет исследования; Метод, методология исследования; Новизна исследования, выводы.

Прикрепить 10 ключевых слов.

Прикрепить саму статью.

Требования к оформлению текста:

- Кавычки даются уголками (« ») и только кавычки в кавычках — лапками (" ").
- Тире между датами дается короткое (Ctrl и минус) и без отбивок.
- Тире во всех остальных случаях дается длинное (Ctrl, Alt и минус).
- Даты в скобках даются без г.: (1932–1933).
- Даты в тексте даются так: 1920 г., 1920-е гг., 1540–1550-е гг.
- Недопустимо: 60-е гг., двадцатые годы двадцатого столетия, двадцатые годы XX столетия, 20-е годы XX столетия.
- Века, король такой-то и т.п. даются римскими цифрами: XIX в., Генрих IV.
- Инициалы и сокращения даются с пробелом: т. е., т. д., М. Н. Иванов. Неправильно: М.Н. Иванов, М.Н. Иванов.

ВСЕ СТАТЬИ ПУБЛИКУЮТСЯ В АВТОРСКОЙ РЕДАКЦИИ.

По вопросам публикации и финансовым вопросам обращайтесь к администратору
Зубковой Светлане Вадимовне

E-mail: info@nbpublish.com

или по телефону +7 (966) 020-34-36

Подробные требования к написанию аннотаций:

Аннотация в периодическом издании является источником информации о содержании статьи и изложенных в ней результатах исследований.

Аннотация выполняет следующие функции: дает возможность установить основное

содержание документа, определить его релевантность и решить, следует ли обращаться к полному тексту документа; используется в информационных, в том числе автоматизированных, системах для поиска документов и информации.

Аннотация к статье должна быть:

- информативной (не содержать общих слов);
- оригинальной;
- содержательной (отражать основное содержание статьи и результаты исследований);
- структурированной (следовать логике описания результатов в статье);

Аннотация включает следующие аспекты содержания статьи:

- предмет, цель работы;
- метод или методологию проведения работы;
- результаты работы;
- область применения результатов; новизна;
- выводы.

Результаты работы описывают предельно точно и информативно. Приводятся основные теоретические и экспериментальные результаты, фактические данные, обнаруженные взаимосвязи и закономерности. При этом отдается предпочтение новым результатам и данным долгосрочного значения, важным открытиям, выводам, которые опровергают существующие теории, а также данным, которые, по мнению автора, имеют практическое значение.

Выводы могут сопровождаться рекомендациями, оценками, предложениями, гипотезами, описанными в статье.

Сведения, содержащиеся в заглавии статьи, не должны повторяться в тексте аннотации. Следует избегать лишних вводных фраз (например, «автор статьи рассматривает...», «в статье рассматривается...»).

Исторические справки, если они не составляют основное содержание документа, описание ранее опубликованных работ и общеизвестные положения в аннотации не приводятся.

В тексте аннотации следует употреблять синтаксические конструкции, свойственные языку научных и технических документов, избегать сложных грамматических конструкций.

Гонорары за статьи в научных журналах не начисляются.

Цитирование или воспроизведение текста, созданного ChatGPT, в вашей статье

Если вы использовали ChatGPT или другие инструменты искусственного интеллекта в своем исследовании, опишите, как вы использовали этот инструмент, в разделе «Метод» или в аналогичном разделе вашей статьи. Для обзоров литературы или других видов эссе, ответов или рефератов вы можете описать, как вы использовали этот инструмент, во введении. В своем тексте предоставьте prompt - командный вопрос, который вы использовали, а затем любую часть соответствующего текста, который был создан в ответ.

К сожалению, результаты «чата» ChatGPT не могут быть получены другими читателями, и хотя невозстановимые данные или цитаты в статьях APA Style обычно цитируются как личные сообщения, текст, сгенерированный ChatGPT, не является сообщением от человека.

Таким образом, цитирование текста ChatGPT из сеанса чата больше похоже на совместное использование результатов алгоритма; таким образом, сделайте ссылку на автора алгоритма записи в списке литературы и приведите соответствующую цитату в тексте.

Пример:

На вопрос «Является ли деление правого полушария левого полушария реальным или метафорой?» текст, сгенерированный ChatGPT, показал, что, хотя два полушария мозга в некоторой степени специализированы, «обозначение, что люди могут быть охарактеризованы как «левополушарные» или «правополушарные», считается чрезмерным упрощением и популярным мифом» (OpenAI, 2023).

Ссылка в списке литературы

OpenAI. (2023). ChatGPT (версия от 14 марта) [большая языковая модель].
<https://chat.openai.com/chat>

Вы также можете поместить полный текст длинных ответов от ChatGPT в приложение к своей статье или в дополнительные онлайн-материалы, чтобы читатели имели доступ к точному тексту, который был сгенерирован. Особенно важно задокументировать точный созданный текст, потому что ChatGPT будет генерировать уникальный ответ в каждом сеансе чата, даже если будет предоставлен один и тот же командный вопрос. Если вы создаете приложения или дополнительные материалы, помните, что каждое из них должно быть упомянуто по крайней мере один раз в тексте вашей статьи в стиле APA.

Пример:

При получении дополнительной подсказки «Какое представление является более точным?» в тексте, сгенерированном ChatGPT, указано, что «разные области мозга работают вместе, чтобы поддерживать различные когнитивные процессы» и «функциональная специализация разных областей может меняться в зависимости от опыта и факторов окружающей среды» (OpenAI, 2023; см. Приложение А для полной расшифровки). .

Ссылка в списке литературы

OpenAI. (2023). ChatGPT (версия от 14 марта) [большая языковая модель].
<https://chat.openai.com/chat> Создание ссылки на ChatGPT или другие модели и программное обеспечение ИИ

Приведенные выше цитаты и ссылки в тексте адаптированы из шаблона ссылок на программное обеспечение в разделе 10.10 Руководства по публикациям (Американская психологическая ассоциация, 2020 г., глава 10). Хотя здесь мы фокусируемся на ChatGPT, поскольку эти рекомендации основаны на шаблоне программного обеспечения, их можно адаптировать для учета использования других больших языковых моделей (например, Bard), алгоритмов и аналогичного программного обеспечения.

Ссылки и цитаты в тексте для ChatGPT форматируются следующим образом:

OpenAI. (2023). ChatGPT (версия от 14 марта) [большая языковая модель].
<https://chat.openai.com/chat>

Цитата в скобках: (OpenAI, 2023)

Описательная цитата: OpenAI (2023)

Давайте разберем эту ссылку и посмотрим на четыре элемента (автор, дата, название и

источник):

Автор: Автор модели OpenAI.

Дата: Дата — это год версии, которую вы использовали. Следуя шаблону из Раздела 10.10, вам нужно указать только год, а не точную дату. Номер версии предоставляет конкретную информацию о дате, которая может понадобиться читателю.

Заголовок. Название модели — «ChatGPT», поэтому оно служит заголовком и выделено курсивом в ссылке, как показано в шаблоне. Хотя OpenAI маркирует уникальные итерации (например, ChatGPT-3, ChatGPT-4), они используют «ChatGPT» в качестве общего названия модели, а обновления обозначаются номерами версий.

Номер версии указан после названия в круглых скобках. Формат номера версии в справочниках ChatGPT включает дату, поскольку именно так OpenAI маркирует версии. Различные большие языковые модели или программное обеспечение могут использовать различную нумерацию версий; используйте номер версии в формате, предоставленном автором или издателем, который может представлять собой систему нумерации (например, Версия 2.0) или другие методы.

Текст в квадратных скобках используется в ссылках для дополнительных описаний, когда они необходимы, чтобы помочь читателю понять, что цитируется. Ссылки на ряд общих источников, таких как журнальные статьи и книги, не включают описания в квадратных скобках, но часто включают в себя вещи, не входящие в типичную рецензируемую систему. В случае ссылки на ChatGPT укажите дескриптор «Большая языковая модель» в квадратных скобках. OpenAI описывает ChatGPT-4 как «большую мультимодальную модель», поэтому вместо этого может быть предоставлено это описание, если вы используете ChatGPT-4. Для более поздних версий и программного обеспечения или моделей других компаний могут потребоваться другие описания в зависимости от того, как издатели описывают модель. Цель текста в квадратных скобках — кратко описать тип модели вашему читателю.

Источник: если имя издателя и имя автора совпадают, не повторяйте имя издателя в исходном элементе ссылки и переходите непосредственно к URL-адресу. Это относится к ChatGPT. URL-адрес ChatGPT: <https://chat.openai.com/chat>. Для других моделей или продуктов, для которых вы можете создать ссылку, используйте URL-адрес, который ведет как можно более напрямую к источнику (т. е. к странице, на которой вы можете получить доступ к модели, а не к домашней странице издателя).

Другие вопросы о цитировании ChatGPT

Вы могли заметить, с какой уверенностью ChatGPT описал идеи латерализации мозга и то, как работает мозг, не ссылаясь ни на какие источники. Я попросил список источников, подтверждающих эти утверждения, и ChatGPT предоставил пять ссылок, четыре из которых мне удалось найти в Интернете. Пятая, похоже, не настоящая статья; идентификатор цифрового объекта, указанный для этой ссылки, принадлежит другой статье, и мне не удалось найти ни одной статьи с указанием авторов, даты, названия и сведений об источнике, предоставленных ChatGPT. Авторам, использующим ChatGPT или аналогичные инструменты искусственного интеллекта для исследований, следует подумать о том, чтобы сделать эту проверку первоисточников стандартным процессом. Если источники являются реальными, точными и актуальными, может быть лучше прочитать эти первоисточники, чтобы извлечь уроки из этого исследования, и перефразировать или процитировать эти статьи, если применимо, чем использовать их интерпретацию модели.

Материалы журналов включены:

- в систему Российского индекса научного цитирования;
- отображаются в крупнейшей международной базе данных периодических изданий Ulrich's Periodicals Directory, что гарантирует значительное увеличение цитируемости;
- Всем статьям присваивается уникальный идентификационный номер Международного регистрационного агентства DOI Registration Agency. Мы формируем и присваиваем всем статьям и книгам, в печатном, либо электронном виде, оригинальный цифровой код. Префикс и суффикс, будучи прописанными вместе, образуют определяемый, цитируемый и индексируемый в поисковых системах, цифровой идентификатор объекта — digital object identifier (DOI).

[Отправить статью в редакцию](#)

Этапы рассмотрения научной статьи в издательстве NOTA BENE.



Содержание

Шпрыгов Ю.Ю. Условия необходимые для появления в России ценового хаба СПГ	1
Охрименко И.В. О современном этапе реализации экологических принципов концепции ESG крупнейшими страховщиками Западной Европы	18
Кирко В.И., Кононова Е.С., Лукьянова А.А. Образование как инструмент управления развитием человеческого капитала в новых макроэкономических условиях	30
Комиссарова А.В. Лесопромышленный комплекс России: особенности формирования, состояния, развития и роли	39
Ведерникова М.И. Современные аспекты кросс-промо в российских компаниях	59
Англоязычные метаданные	75

Contents

Shprygov I. The conditions necessary for the emergence of an LNG price hub in Russia	1
Okhrimenko I.V. On the current stage of implementation of the environmental principles of the ESG by the largest insurers in Western Europe	18
Kirko V.I., Kononova E.S., Luk'yanova A.A. Education as a tool for managing the development of human capital in new macroeconomic conditions	30
Komissarova A.V. The Russian timber industry: features of formation, condition, development and role	39
Vedernikova M.I. Cross-promotion: features, causes of success and types of popular mechanics	59
Metadata in english	75

Теоретическая и прикладная экономика

Правильная ссылка на статью:

Шпрыгов Ю.Ю. Условия необходимые для появления в России ценового хаба СПГ // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 3. С. 1-17. DOI: 10.25136/2409-8647.2024.3.29681 EDN: MLPYMG URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=29681

Условия необходимые для появления в России ценового хаба СПГ

Шпрыгов Юрий Юрьевич

аспирант, кафедра Мировой экономики, Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, Ленинградская область, г. Санкт-Петербург, наб. Университетская, 7/9

✉ yury.shprygov@gmail.com



[Статья из рубрики "Экономика производственных отраслей и рынков"](#)

DOI:

10.25136/2409-8647.2024.3.29681

EDN:

MLPYMG

Дата направления статьи в редакцию:

05-05-2019

Аннотация: Предметом исследования является рассмотрение возможности создания в России собственного ценового хаба СПГ. Мировое ценообразование на сжиженный природный газ (СПГ) характеризуется гибридным подходом – сочетает привязку к нефтепродуктам и индексам цен на газовых хабах. Однако в настоящее время преобладает формульное ценообразование с привязкой к котировкам на мировых газовых хабах. Россия, как крупнейший производитель СПГ, также вынуждена следовать данной тенденции, и таким образом, зависеть от цен зарубежных хабов при реализации экспорта газа. Создание собственного ценового хаба позволило бы усовершенствовать экспортные каналы российского СПГ и влиять на мировое ценообразование, максимизируя прибыль отечественных производителей. Исследование основывается на применении методов анализа и синтеза, статистического и факторного анализа. В первой части автор рассматривает опыт европейских и американских компаний в рамках создания и функционирования ценовых газовых хабов, оценивает их роль и выявляет условия для их успешного становления. Вторая часть посвящена созданию и развитию в России ценового хаба СПГ, анализу конкурентоспособности поставок российского СПГ

на азиатский рынок, а также рассмотрению возможных вызовов при реализации подобного проекта. В выводах представлены условия для формирования ценового газового хаба на основе опыта зарубежных компаний и государств и вызовы при реализации данного проекта в России. Кроме того, в качестве предварительного этапа обеспечения деятельности хаба представлена инициатива по созданию электронной аукционной платформы по торговле СПГ и приведены расчеты для определения маржинальности спотовых продаж с Дальнего Востока в рамках торгов на аукционной платформе.

Ключевые слова:

Природный газ, Сжиженный природный газ, Хаб, экспорт газа, газовая отрасль, ценообразование на газ, ТТФ, НБП, Генри хаб, Мировой рынок газа

Условия необходимые для появления в России ценового хаба СПГ

В данной статье рассмотрены вызовы и перспективы в отношении создания в России ценового хаба по торговле сжиженным природным газом (далее – СПГ). Первая часть работы посвящена оценке роли хабов в рамках мирового газового рынка, для этого представлено текущее ценообразования, практика ценообразования контрактов по продаже СПГ, в том числе использования ценовых котировок соответствующих газовых хабов при формульном ценообразовании. Также рассматривается опыт создания ценовых газовых хабов в странах Европы и США, их становление и текущее положение на мировом газовом рынке. В итоговой части статьи проведен анализ возможных вызовов в рамках создания в России ценового хаба СПГ, а также предлагается инициатива по созданию независимой электронной аукционной платформы или использование текущих ресурсов Санкт-Петербургской Международной Товарно-сырьевой Биржи для торговли СПГ.

Существующие тенденции в ценообразовании СПГ, классификация и типы хабов

Международный рынок СПГ продолжает быть одним из самых бурно развивающихся сегментов торговли природным газом. В соответствии со статистическим бюллетенем компании BP (British Petroleum) мировой экспорт СПГ в 2016 году составлял 356,7 млрд. куб. м. Однако в 2017 году подобный показатель вырос до 393,4 млрд. куб. м.^[1] Положительная динамика (около 12%) в первую очередь была обусловлена увеличением спроса на рынке Азии, а также вводом в эксплуатацию новых мощностей в США и Австралии.^[2]

С учетом сложившегося тренда на потребление экологически чистого топлива покупатели демонстрируют высокую потребность в природном газе, что стимулирует развитие мирового рынка СПГ. В 2017 году импорт СПГ в региональном разрезе имел следующую структуру: Азия – 283,5 млрд. куб. м., Европа – 65,7 млрд. куб. м. Южная и Центральная Америка – 13,8 млрд. куб. м., Ближний Восток – 13 млрд. куб. м., Северная Америка – 9,2 млрд. куб. м., Африка – 8,2 млрд. куб. м.^[3] В свою очередь основными потребителями азиатского рынка являлись: Япония – 113,9 млрд. куб. м., Китай – 52,6 млрд. куб. м., Южная Корея – 51,3 млрд. куб. м.^[4]

В рамках существующих практик торговли СПГ взаимодействие контрагентов происходит на внебиржевой и биржевой основе. Под внебиржевой основой подразумевается

заключение прямого контракта между поставщиком и потребителем, под биржевой – аукционная торговля в рамках газового хаба.

С одной стороны, при заключении контрактов на поставку СПГ вне аукционных торгов стороны проводят переговоры, в рамках которых достигают взаимоприемлемые условия, такие как цена, период и объем поставки. С другой стороны, аукционная торговля в рамках газового хаба строится на унифицированных контрактах купли-продажи – фьючерсах, ценообразование которых зависит от спроса и предложения на том или ином хабе.

Переходя к вопросам современного ценообразования контрактов на поставку СПГ и выявлению роли ценовых хабов в мире, мы обратимся к работе А.А. Конопляника и Дж. Суна, в которой предлагается следующее видение:

Рис. 1. А.А. Конопляник, Дж. Сун, Есть ли шансы у американского СПГ?//Нефть России. 2016. №5-6. С. 11 – 19.

Из данной таблицы мы видим, что ценообразование европейского и азиатского (АТР – Азиатско-Тихоокеанского региона) рынка различается базисом определяющего хаба. Впрочем, формирование цен в обоих вариантах является гибридным – сочетает привязку к нефтепродуктам и индексам цен на газовых хабах.

Однако существует мнение, что формирование ценовых котировок на хабе не является самодостаточным, так как зависит от цен долгосрочных контрактов с привязкой к ценам нефтепродуктов. При сравнении линии тренда нефти Brent или BAFA с котировками наиболее ликвидных хабов TTF и NBP мы наблюдаем соответствующую корреляцию: при росте цен на нефть, спотовые цены на СПГ растут, при падении – снижаются^{[5] [6]}. Таким образом, можно сделать вывод, что волатильность спотовых цен на газовых хабах имеет прямую корреляцию с ценами на нефть^[7].

Одной из причин подобного явления является тот факт, что нефть и газ считаются субститутами. Формульное ценообразование контрактов при данном подходе подразумевает альтернативность использования природного газа вместо нефтепродуктов. Однако в 2009 году, когда цена за баррель нефти достигла 100 долларов США, произошел резкий переход к формированию цены с привязкой к индексам газовых хабов. Уровень цен на газ, приобретаемый по долгосрочным контрактам, стал неконкурентоспособен по отношению к ценовым индексам газовых хабов. Кроме того, одной из причин являлось увеличение объема поставок СПГ из США,

формирование цен которого привязано к североамериканскому Henry Hub. В результате чего европейские поставщики газа (Gasterra и Statoil) согласились изменить формульное ценообразование в соответствии с котировками цен на газовых хабах^[8].

Ведущие информационно-аналитические агентства предлагают свои индексы, основанные в большинстве на цене хабов - Platts JKM^[9], Argus ANEA^[10], SGX LNG Index Group^[11] и JCC^[12].

На наш взгляд, газовый хаб – это виртуальная или физическая торговая площадка, где осуществляется переход права собственности на природный газ между заинтересованными сторонами. В одной из своих работ П. Хизер указывает, что большинство европейских хабов, кроме самых развитых (TTF и NBP), являются балансирующими^{[13] [14]}. Это подразумевает электронную торговую площадку, где участники рынка (поставщики, газотранспортные операторы) имеют возможность приобретать либо реализовывать газ с целью балансировки объемов распределяемого газа и исполнения контрактных обязательств^[15].

Вместе с тем Международное энергетическое агентство (IEA) маркирует все европейские хабы как торговые или трейдинговые, вне зависимости от их ликвидности и рыночной зрелости^[16]. Подобной классификации придерживается и Европейская федерация энергетических трейдеров^[17]. Под трейдинговым хабом стоит понимать площадку, на которой возможно заключение фьючерсных контрактов на поставку природного газа с целью оптимизации контрактного портфолио и хеджирования рисков ценовой волатильности. По сути только хабы с высоким уровнем ликвидности могут называться трейдинговыми хабами^[18].

Хабы TTF, NBP и Henry Hub превратились из трейдинговых площадок в хабы-бэнчмарки, котировки цен которых в настоящее время используются в формульном ценообразовании на других площадках. Эти хабы являются наиболее ликвидными и транспарентными, а также доступны для широкого круга участников.

Рассмотрев различные типы хабов, подробнее остановимся на ценообразующих хабах Европы (TTF, NBP) и США (Henry Hub). Данные хабы принято считать ключевыми ввиду наибольшего количества заключенных сделок на поставку СПГ.

Газовый хаб	Объемы торговли в 2018 г.
TTF	1 274 млн. т (19 365 млн. МВтч) ^[19]
NBP	410,4 млн. т (6 238 млн. МВтч) ^[20]

Таблица 1. Объемы торгов на хабах NBP и TTF в 2018 году.

Точные объемы торгов на Henry Hub в 2018 году неизвестны, однако 13 ноября 2018 года было заключено около 1,2 млн. фьючерсных контрактов (средний объем поставки в рамках фьючерсного контракта около 260 тыс. куб. м^[21]). Таким образом, в этот день объем торгов составил 320 млрд. куб. м или 231 млн. тонн СПГ.

При определении уровня ликвидности хаба стоит обратиться к показателю churn ratio. Доктор экономических наук, профессор А.А. Конопляник описывает его следующим образом: «...характерен для биржевой торговли и отражает соотношение между объемом заключенных контрактов (открытых позиций) и стоимостью физических объемов, поставленных по ним товаров с данной торговой площадки. Поэтому его «точечные»

значения могут колебаться в весьма значительном диапазоне. Общепринято считать, что ликвидные рынки начинаются со средневзвешенного уровня churn ratio, равного 15 и выше»^[22]. В то же время есть и иное определение данного показателя. Так, старший научный сотрудник при Оксфордском Институте Энергетических Исследований (OIES). П. Хизер интерпретирует его как количество торговых сделок перед физической поставкой газа покупателю^[23]. Например, в соответствии с требованиями ПАО «Газпром» уровень ликвидности хаба по уровню churn ratio должен быть не менее 15^[24].

Рассматриваемые газовые хабы NBP и TTF имеют показатель churn ratio свыше 20, Henry Hub – 400^[25].

Для понимания условий возникновения и становления данных газовых хабов, необходимо подробнее остановиться на каждом из них.

TTF (Title Transfer Facility) – виртуальный газовый хаб в Нидерландах, оператором которого является газотранспортный оператор Gasunie Transport Services^[26]. Аукционные торги организованы биржевой и клиринговой компанией Intercontinental Exchange и происходят на ее электронной площадке^[27]. Данный хаб был основан в 2003 году. По мнению исследователя и профессора К. Ши, газовый хаб TTF является единственным бэнчмарком в континентальной Европе, тогда как формирование котировок на других хабах фактически базируется на спреде от TTF^[28]. До 2009 года TTF имел медленный темп развития и становления на газовом рынке. Однако в 2009 году газотранспортный оператор стандартизировал торговлю природным газом, унифицировав такой качественный показатель газа как калорийность. Затем компания Gasunie Transport Services осуществила процесс балансирования газотранспортных сетей^[29]. В дополнение поставщики природного газа, включая GasTerra, Shell и Exxon, стали участниками торговли на TTF. Регулятор, контролирующий деятельность торгового хаба, – ACM^[30].

Либерализация британского газового рынка в 1996 году привела к созданию торгового хаба National Balancing Point (NBP). NBP – виртуальная торговая площадка, оператором которой является энергетическая компания National Grid. Аукционная торговля организована на электронной площадке биржевой и клиринговой компании Intercontinental Exchange^[31]. Цены на торговом хабе NBP регулировались исключительно спросом и предложением. Однако с вводом в эксплуатацию газопровода Interconnector (IUK) в 1998 году, который связал газотранспортные сети Великобритании и Европы, влияние на ценообразование в Великобритании стали оказывать европейские газовые контракты с ценовой привязкой к нефти^[32]. Регулятор, контролирующий деятельность торгового хаба, – GEMA^[33].

Одним из основных условий развития данных газовых хабов стал расширенный процесс либерализации газового рынка. Подобные инициативы в первую очередь способствуют созданию конкурентной среды, в отсутствие которой возникают значительные барьеры развития газовой отрасли. Так, по мнению К. Ши, газовые хабы в Италии Франции не получили должного развития ввиду отсутствия соответствующего уровня либерализации национальных рынков^[34].

Процесс либерализации газовой отрасли является многогранным и направлен на предоставление условий доступа к инфраструктуре посредством создания рынка газотранспортных мощностей, разделение вертикально-интегрированных компаний в

отношении транспортировки и торговли товарным газом, расширение и объединение газотранспортных сетей европейских стран, создание независимых национальных регуляторов и имплементация соответствующего законодательства, формирующего нормы и правила функционирования газового рынка [\[35\]](#).

Henry Hub – североамериканский газовый хаб, расположенный в штате Луизиана. Владелец данного хаба является газотранспортный оператор SABINE PIPE LINE LLC. Фьючерсы на природный газ с привязкой к Henry Hub торгуются на Нью-Йоркской Товарной Бирже, а также на европейской бирже ICE (Intercontinental Exchange). Хаб был основан в 50-ых годах XX века. П. Хизер описывает Henry Hub следующим образом: «В целом американский газовый рынок имеет довольно сложную структуру: есть в общей сложности 33 хаба, и трейдеры должны «перемещать» газ между хабами, иногда через 5 или 6 или 8 хабов, чтобы доставить газ из пункта поставки конечному потребителю» [\[36\]](#). Кроме того, П. Хизер указывает следующие факты о становлении и структуре хаба: «...в 1978 году произошло ослабление жесткого контроля цен, в 1985 году — отказ от системы регулирования цен на устье скважины и ценообразования на промежуточной стадии; кроме того, всем поставщикам были предоставлены условия доступа третьих лиц (TPA – Third Party Access)» [\[37\]](#). Большие изменения произошли в 1990 году с появлением газовых фьючерсных контрактов на площадке NYMEX, использующих котировки Henry Hub в качестве маркера при формировании цен». Регулятор, контролирующий торговую деятельность, - FERC [\[38\]](#).

В дополнение стоит отметить работу исследователей К.Мириелло и М.Поло, в которой рассмотрен следующий путь становления газового хаба: развитие торговли для возможности балансирования контрактного портфолио, использование газового хаба как альтернативного канала поставок в сравнении с долгосрочными контрактами, создание финансовых инструментов торговли для хеджирования рисков [\[39\]](#). Кроме того, по их мнению, ключевыми детерминантами успешного развития газового рынка являются: либерализованная оптовая торговля, разделение вертикально-интегрированных компаний, открытый и транспарентный доступ третьих лиц к газотранспортным сетям, имплементация сетевых кодексов, направленных на развитие конкуренции и политики государственного невмешательства.

Таким образом, формирование ценового хаба на природный газ может быть достигнуто при следующих условиях:

Условие	Описание
1 . Либерализация газовой отрасли	Повышение конкуренции и прозрачности операций на газовом рынке;
2 . Географическое положение	Соответствующее расположение по отношению к рынкам и ресурсам для возможности организации поставок. Например, TTF имеет развитую инфраструктуру, соединенную с газотранспортными сетями и виртуальными торговыми зонами Германии (Gaspool), Бельгии (ZTP) и Великобритании. В свою очередь NBP соединен сетью газопроводов с Бельгией, Нидерландами и Норвегией;

3 . Развитая газотранспортная инфраструктура	Пункты соединения национальных газотранспортных сетей, терминалов СПГ, подземных хранилищ газа, пунктов поставки конечным потребителям;
4 . Виртуальная торговая площадка	Аукционная электронная площадка с возможностью регистрации перехода прав собственности на газ и формирования индексов фьючерсных контрактов в режиме реального времени;
5 . Стандартизированные и унифицированные контракты	Фьючерсные контракты с установленными условиями периода, пункта и объема поставок;
6 . Сотрудничество с информационно-аналитическими агентствами	Международные информационные агентства, предоставляющие котировки на различные аукционные продукты (S&P Global Platts, Argus Media и ICIS);
7. Высокая ликвидность	Широкий круг участников аукционных торговли, в том числе компаний, не относящихся к поставщикам или потребителям газа. Высокий уровень показателя churn ratio.

Таблица №2. Условия для формирования ценового газового хаба на основе опыта европейских и североамериканского хабов.

Создание газового хаба в России: вызовы и перспективы

В настоящее время в России существует несколько проектов в отношении СПГ: «Ямал СПГ», «Криогаз-Высоцк» и «Сахалин-2». Общая мощность производства оценивается на уровне 27,6 млн. тонн СПГ в год [\[40\]](#) [\[41\]](#) [\[42\]](#).

Указанные производственные мощности позволяют России войти в лидеры мировых экспортеров СПГ. С учетом данного факта представляется целесообразным рассмотреть возможность создания в России ценового газового хаба СПГ, позволяющего ожидать газовым компаниям увеличения маржинальности продаж СПГ на спотовой основе.

Более половины мирового объема СПГ реализуется на премиальном азиатском рынке. Ниже представлена информация в отношении стоимости газа на мировых рынках в 2017 году.

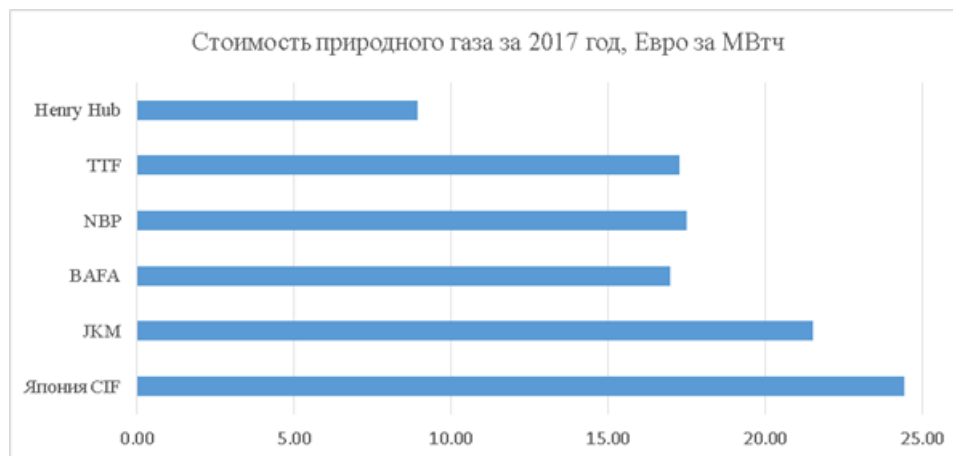


Диаграмма 1. Statistical review of world energy.
<https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf>

С учетом представленных данных, а также принимая во внимание выгодное географическое положение России, которое позволяет оптимизировать логистику поставок, становится очевидным, что азиатский регион может стать новым рынком для реализации российского СПГ. Так, ниже представлена таблица с указанием средней стоимости фрахта судна для транспортировки СПГ в объеме 180 тыс. куб. м с доставкой до азиатских портов (Южная Корея/Китай)^[43]:

Пункт отгрузки	Стоимость транспортировки, Евро/МВтч
Дальний Восток	~2
Мозамбик	4,67
Нигерия	7,45
Канада	3,59
США	~8

Таблица 3. Стоимость морской транспортировки до рынков Южной Кореи/Китая.

Представленная таблица позволяет оценить преимущество логистики при поставке российского СПГ из дальневосточного региона на азиатский рынок.

Таким образом, для использования короткого логистического плеча и, соответственно, и оптимизации транспортных издержек необходимо создать соответствующую инфраструктуру на Дальнем Востоке, которая также должна включать перевалочные терминалы и резервуары для хранения СПГ. Кроме того, данный проект потребует создания электронной платформы для организации аукционных торгов.

Тем не менее, при создании физического и ценового хаба на Дальнем Востоке, потребуется преодолеть возможные вызовы:

Вызовы при реализации	Пояснение
1. Недостаточность ресурса СПГ для торговли на спотовой основе	Объемы СПГ текущих российских проектов законтрактованы на долгосрочной основе, что в свою очередь не позволит предложить достаточные объемы газа к размещению на спотовой основе ^{[44] [45]} . Для сравнения хаб ТТФ за 2018 год продал 25,1 млн. тонн СПГ на спотовой основе ^[46] ;
2. Отсутствие широкого круга участников торгов	Низкая ликвидность хаба при участии небольшого числа поставщиков и потребителей;
3. Монопольное положение ПАО «Газпром» на российском газовом	Основой ценообразования ценовых котировок в рамках хаба должна выступать свободная конкуренция между поставщиками. Барьером для ее создания является монопольное положение

рынке. Отсутствие конкурентной среды	ПАО «Газпром;
4. Отсутствие государственного регулирования	Правила торговли на ценовом газовом хабе должны устанавливаться и контролироваться независимым государственным регулятором;
5. Отсутствие торговой платформы для продажи газа на экспорт с доступом для третьих лиц	Торги на СП6МТСБ ^[47] в отношении экспортных поставок проводятся только для нефти и нефтепродуктов. В рамках торгов поставки природного газа осуществляется на внутренний рынок. Физические поставки трубопроводного газа за рубеж реализованы на электронной торговой платформе ООО «Газпром экспорт» (продажи природного газа Группы Газпром);
6. Риски штрафов в случае нарушения условий поставки	Газовый хаб должен иметь развитую газотранспортную инфраструктуру для диверсификации ресурсной базы, в том числе для поставок от независимых производителей СПГ.

Таблица 4. Вызовы при реализации газового хаба на Дальнем Востоке.

Для возможности обеспечения деятельности газового хаба на предварительном этапе представляется необходимым создание электронной платформы с открытым доступом третьих лиц в отношении аукционной торговли СПГ. Реализация подобной инициативы может быть осуществлена в соответствии со следующим планом мероприятий:

Мероприятие	Пояснение
1. Учреждение электронной платформы для аукционной торговли СПГ	Российские газовые компании создают электронную платформу для аукционной торговли СПГ на спотовой и основе;
2. Утверждение объемов доступных для реализации на спотовой основе	Привлечение независимых производителей и утверждение проектов по реализации объемов СПГ на спотовой основе
3. Стандартизация аукционных продуктов	Создание и утверждение аукционных продуктов, их стандартизация (период, пункт и объем поставок)
4. Анонсирование и проведение аукционов по торговле СПГ в рамках электронной платформы	Анонсирование и проведение в России первых аукционов по торговле СПГ на внешние рынки с базисом поставок FOB/DES .
5. Привлечение к сотрудничеству международных информационно-аналитического агентства и/или российских бирж	Подписание контракта о предоставлении информационных услуг ведущих мировых агентств (S&P Global Platts, Argus Media или ICIS), а также сотрудничество с российскими биржами (СП6МТСБ)

Таблица 5. Реализация электронной торговой платформы в рамках создания физического хаба на Дальнем Востоке.

Ни одна из существующих электронных торговых площадок в России – СПбМТСБ и ЭТП ООО «Газпром экспорт» не учитывает специфики морской логистики. В этой связи актуально разработать электронную платформу с учетом различных базисов поставок, а также привлечь международные информационно-аналитические агентства для ее популяризации.

В заключении рассмотрим возможную модель формирования цен при реализации СПГ на спотовой основе.

По данным C.Steuer себестоимость производства СПГ в российских проектах следующая:

Пункт отгрузки	Стоимость производства, Евро/МВтч ^[48]
Арктические проекты СПГ	~13,65

Таблица 6. Себестоимость производства СПГ в российских проектах, Евро/МВтч

Используем для моделирования газовый фьючерс Henry Hub Month Ahead (май 2019) и предположим, что уровень цен поставщиков соответствует уровню котировок хаба без учета премии. Цена фьючерса Henry Hub May 2019 составляет около 8 Евро/МВтч (2,65 долл. за млн. БТЕ). Затраты на сжижение и логистику составляют еще дополнительно около 15%^[49].

Пункт отправки	Стоимость поставки (Хаб + логистика) на Евро/МВтч
США	~17,2 (7,65 Евро * 1,15 + 8 Евро)

Таблица 7. Стоимость поставки с Henry Hub на рынки Южной Кореи/Китая, Евро/МВтч

Расчетная стоимость поставки российского СПГ (арктические проекты) с учетом логистических издержек, в том числе перевалки на терминале Дальнего Востока:

Пункт отправки	Стоимость производства + логистики, Евро/МВтч
Арктические проекты СПГ	~18,65 Евро/МВтч

Таблица 8. Стоимость поставки с арктических проектов СПГ из России через Дальний Восток на рынки Южной Кореи/Китая, вкл. себестоимость производства и логистику, Евро/МВтч

Таким образом, в мае 2019 года разница цен на североамериканский и российский СПГ могла составлять около 1,45 Евро/МВтч. Однако с учетом короткого логистического плеча при поставках СПГ из России допустима премия к Henry Hub, ее определение возможно через проведение аукционных торгов.

Выводы

Хабы NBP, TTF и Henry Hub прочно заняли свое положение в отношении формульного ценообразования в рамках контрактов на поставку СПГ. Влияние на появление и развитие газовых хабов оказали следующие факторы: либерализация газовой отрасли,

благоприятное географическое положение, развитая газотранспортная инфраструктура, открытая аукционная торговля, привлечение информационно-аналитических агентств, доверие участников торгов.

В России создание физического хаба СПГ, объединенного с виртуальной аукционной платформой, позволит расширить экспортные каналы реализации российского СПГ. Однако для реализации подобного проекта необходимо преодолеть возможные вызовы: недостаточность ресурса незаконтрактованного СПГ для реализации на спотовой основе, отсутствие широкого круга участников торгов, монопольное положение ПАО «Газпром», отсутствие государственного регулирования в сфере торговли СПГ, риски штрафов, в случае нарушения условий поставки. Отдельно стоит отметить возможность изменения институциональной среды в России.

Первичным этапом в развитии хаба станет учреждение электронной торговой платформы, как проекта национального интереса в рамках развития экспортных каналов российского СПГ и интеграции новых российских игроков в мировую газовую отрасль.

[1] Statistical review of world energy. <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf>

[2] 2018 World LNG Report. 27th World Gas Conference Edition. https://www.igu.org/sites/default/files/node-document-field_file/IGU_LNG_2018_0.pdf

[3] Statistical review of world energy. <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf>

[4] Там же

[5] Buyers are unable and sellers are unwilling. <http://www.gazprom.com/press/news/reports/2014/european-market-at-a-crossroads/>

[6] Там же

[7] Там же

[8] Stern, J. and Rogers, H. (2011), 'The Transition to Hub-Based Gas Pricing in Continental Europe',

NG49, OIES, <http://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2011/03/NG49.pdf>

[9] Это индекс бэнчмарк оценка для спотовых поставок СПГ. Отражает стоимость спотовых поставок с базисом DES для Японии, Южной Кореи, Китая и Тайваня. <https://www.spglobal.com/platts/en/our-methodology/price-assessments/natural-gas/jkmt-japan-korea-marker-gas-price-assessments>

[10] Индекс ANEA используется в качестве эталона на мировом спотовом рынке сжиженного природного газа и отражает торговую активность на региональных рынках. ANEA – это серия котировок форвардных свопов в северо-восточной Азии, публикуемая в издании Argus LNG Daily. Спотовые котировки физических объемов ANEA отражают стоимость партий СПГ, поставляемых на базисе франко-борт (DES) в порты Японии, Южной Кореи и Тайваня со сроком доставки 6-12 недель.

<https://www.argusmedia.com/ru/methodology/key-prices/anea-Ing>

[11] Индекс, разработанный совместно с Сингапурской биржей и Energy Market Company. Существуют отдельные индексы Singapore Sling, North Asia Sling, DKI Sling. <https://www.emcsg.com/sling>

[12] JCC (Japan Crude Cocktail) – это среднее арифметическое всего импорта сырой нефти в Японию, очищенной от таможенных пошлин. Широко используется в ценообразовании при поставках СПГ в Японию, Корею и Тайвань. Информация по значению публикуется ежемесячно Японским правительством.

[13] P. Heather. The evolution of European traded gas hubs. OIES, Oxford (2015)

[14] П. Хизер. Развитие газовых хабов и их роль в формировании бенчмарков для физических контрактов на поставку природного газа. Сколково. Июль 2017

[15] Xunpeng Shi, Hari M.P. Variam. Key elements for functioning gas hubs: A case study of East Asia. Natural gas industry B. Volume 5, Issue 2, March 2018, Pages 167-176

[16] IEA. Developing a natural gas trading hub in Asia: obstacles and opportunities. International Energy Agency, Paris. 2013

[17] Gas hub scorecard 2018 update. https://efet.org/Files/Documents/EFET_GasHubs2018_EAGC.pdf

[18] Gas hub scorecard 2018 update. https://efet.org/Files/Documents/EFET_GasHubs2018_EAGC.pdf

[19] <https://www.icis.com/explore/resources/news/2019/01/02/10301180/european-brokered-gas-trade-jumps-by-more-than-25-in-2018/>

[20] Там же

[21] CME Group Announces Henry Hub Natural Gas Futures All-Time Daily Volume Record, Surpassing 1.2 Million Contracts. <https://www.prnewswire.com/news-releases/cme-group-announces-henry-hub-natural-gas-futures-all-time-daily-volume-record-surpassing-1-2-million-contracts-300750523.html>.

[22] Эволюция системы ценообразования на мировом энергетическом рынке: экономические последствия для России / под ред. О.И. Маликовой, Е.С. Орловой. - М: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2017. - 432 с.

[23] P. Heather. The evolution and functioning of the traded gas market in Britain. OIES working paper NG 44, OIES < August 2010.

[24] The evolution of European traded gas hubs. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:3f7dfc77-85d0-400b-8d66-60c67ac39af3>

[25] Evolving Natural Gas Paradigms – Risks and Opportunities for Industry Participants. <http://gaffney-cline-focus.com/evolving-natural-gas-paradigms-risks-and-opportunities-for-industry-partici>

[26] <https://www.gasunie.nl/en/about-gts/publications>

[27] <https://www.theice.com/products/27996665/Dutch-TTF-Gas-Futures>

[28] Xunpeng Shi. Development of Europe's gas hubs^ Implications for East Asia . Natural Gas Industry B. <https://proxy.library.spbu.ru:2068/science/article/pii/S2352854016300766>

[29] L. Dickx, C. Miriello, M. Polo Balancing systems and flexibility tools In European gas markets. IEFE Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy, Bocconi University, Milano(2014)

[30] Authority for Consumers and Markets. <https://www.acm.nl/en>

[31] <https://www.theice.com/index>

[32] The dynamics of a liberalized European gas market: Key determinants of hub prices, and roles and risks of major players. <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2014/12/NG-94.pdf>

[33] Office of Gas and Electricity Markets. <https://www.ofgem.gov.uk/>

[34] A. Neumann, B. Siliverstovs, C. von Hirschhausen Convergence of European spot market prices for natural gas? A real-time analysis of market integration using the Kalman filter Appl Econ Lett, 13 (2006), pp. 727-732

[35] Мельникова С.И., Геллер Е.И., Митрова Т.А., Кулагин В.А. / ГАЗОВЫЙ РЫНОК ЕС эпоха

реформ// ИНЭИ РАН-НИУ ВШЭ, Москва, 2016

[36] П. Хизер. Развитие газовых хабов и их роль в формировании бенчмарков для физических контрактов на поставку природного газа. Сколково. Июль 2017

[37] Там же.

[38] Federal Energy Regulatory Commission. <https://www.ferc.gov/>

[39] L. Dickx, C. Miriello, M. Polo Balancing systems and flexibility tools In European gas markets. IEFE Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy, Bocconi University, Milano(2014)

[40] Сахалин – 2. ПАО «Газпром». <http://www.gazprom.ru/projects/sakhalin2/>

[41] «Криогаз-Высоцк» начал серийные отгрузки СПГ. ПАО «Новатэк». http://www.novatek.ru/ru/press/releases/index.php?id_4=3171

[42] Ямал СПГ – интегрированный проект по добыче, сжижению и реализации газа. <http://www.novatek.ru/ru/business/yamal-lng/>

[43] Судно СПГ 180 тыс. куб. м., фрахт 72 тыс. долл. в день, скорость - 17 узлов.

Outlook for competitive LNG supply. March 2019. <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wpcontent/uploads/2019/03/Outlook-for-Competitive-LNG-Supply-NG-142.pdf>

[44] Проблемы и перспективы СПГ-проектов в России. <https://www.pwc.ru/ru/oil-and-gas/assets/challenges-and-outlook-for-lng-projects-rus.pdf>

[45] Криогаз-Высоцк покончит с литовской «Независимостью» <https://1prime.ru/energy/20190425/829929872.html>

[46] <http://mondovisione.com/news/trading-volumes-in-2018-pegas-sets-a-record-volume-on-its-spot-segment-in-201/>

[47] Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа

[48] Outlook for competitive LNG supply. March 2019. <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wpcontent/uploads/2019/03/Outlook-for-Competitive-LNG-Supply-NG-142.pdf>

[49] «Контракт на импорт СПГ с ценовой привязкой к Генри-Хаб и конкурентоспособность двух моделей ценообразования на СПГ в АТР: предварительные результаты исследования https://www.imemo.ru/files/File/ru/conf/2015/15062015/15062015_PRZ_JUN.pdf

Библиография

1. Statistical review of world energy // British Petroleum. – 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf> (дата обращения: 25.04.2019);
2. World LNG Report. 27th World Gas Conference Edition // International Gas Union. – 2018. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.igu.org/sites/default/files/node-document-field_file/IGU_LNG_2018_0.pdf (дата обращения: 26.04.2019);
3. Statistical review of world energy. Op.Cit.;
4. Ibid.;
5. Buyers are unable and sellers are unwilling // PJSC Gazprom. – 2014. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gazprom.com/press/news/reports/2014/european-market-at-a-crossroads/> (дата обращения: 26.04.2019);
6. Ibid.;
7. Ibid.;
8. Stern, J. and Rogers. The Transition to Hub-Based Gas Pricing in Continental Europe // Oxford Institute for Energy Studies. – 2011. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2011/03/NG49.pdf> (дата обращения: 20.04.2019);
9. Heather P. The evolution of European traded gas hubs // Oxford Institute for Energy Studies. – 2015. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/02/NG-104.pdf> (дата обращения: 20.04.2019);
10. Хизер П. Развитие газовых хабов и их роль в формировании бенчмарков для физических контрактов на поставку природного газа // Сколково. – 2017. [Электронный ресурс]. – URL: [a.https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/SEneC/research02.pdf](https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/SEneC/research02.pdf) (дата обращения: 20.04.2019);
11. Shi X., Hari M.P. Variam. Key elements for functioning gas hubs: A case study of East Asia // Natural gas industry B. Volume 5, Issue 2. – 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2352854017302036?token=AC327496B2CB9612568AEE32C1B57BD6985309039CCA7398293815B3A39498565D42E8F7E27C078ED008EBEFE9F529C6> (дата обращения: 20.04.2019);

12. László Varró W.K, Corbeau A.S. Developing a natural gas trading hub in Asia: obstacles and opportunities // International Energy Agency. – 2013. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/AsianGasHub_FINAL_WEB.pdf (дата обращения: 20.04.2019);
13. Wood D. Gas hub scorecard 2018 update // European Federation of Energy Traders. – 2018. [Электронный ресурс]. – URL: https://efet.org/Files/Documents/EFET_GasHubs2018_EAGC.pdf (дата обращения: 24.04.2019);
14. Ibid.;
15. European brokered gas trade jumps by more than 25% in 2018 // ICIS Heren. – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.icis.com/explore/resources/news/2019/01/02/10301180/european-brokered-gas-trade-jumps-by-more-than-25-in-2018/> (дата обращения: 25.04.2019);
16. Ibid.;
17. CME Group Announces Henry Hub Natural Gas Futures All-Time Daily Volume Record, Surpassing 1.2 Million Contracts // Cision PR Newswire. – 2018. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/cme-group-announces-henry-hub-natural-gas-futures-all-time-daily-volume-record-surpassing-1-2-million-contracts-300750523.html> (дата обращения: 28.04.2019);
18. Эволюция системы ценообразования на мировом энергетическом рынке: экономические последствия для России / под ред. О. И. Маликовой, Е. С. Орловой. — М: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. — 432 с.
19. Heather P. The evolution and functioning of the traded gas market in Britain // Oxford Institute for Energy Studies. – 2010. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/publications/the-evolution-and-functioning-of-the-traded-gas-market-in-britain-2/> (дата обращения: 29.04.2019);
20. The evolution of European traded gas hubs. Op.Cit.
21. Fulford N. Evolving Natural Gas Paradigms – Risks and Opportunities for Industry Participants // Gaffney, Cline & Associates. – 2016. [Электронный ресурс]. – URL: <http://gaffney-cline-focus.com/evolving-natural-gas-paradigms-risks-and-opportunities-for-industry-partici> (дата обращения: 29.04.2019);
22. Gasunie Transport Services – About GTS // Gasunie Transport Services. – URL: <https://www.gasunietransportservices.nl/en/about-gts>
23. Dutch TTF Gas Futures – Description // The ICE. – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.theice.com/products/27996665/Dutch-TTF-Gas-Futures> (дата обращения: 29.04.2019);
24. Shi X. Development of Europe's gas hubs Implications for East Asia // Natural Gas Industry B. – 2016. –Vol.3, Issue 4. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352854016300766> (дата обращения: 30.04.2019);
25. Dickx L., Miriello C., Polo M. Balancing systems and flexibility tools In European gas markets // IEFCE Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy. – 2014. [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iefce.unibocconi.it/wps/wcm/connect/dfdb3e33-daae-416f-af7e-1886cc32507a/Report_IEFE_14.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kfZenmk (дата обращения: 30.04.2019);
26. Authority for Consumers and Markets. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.acm.nl/en>
27. Intercontinental Exchange. – [Электронный ресурс]. – <https://www.theice.com/index> (дата обращения: 01.05.19);

28. Stern J., Rogers H.V. The dynamics of a liberalized European gas market: Key determinants of hub prices, and roles and risks of major players // Oxford Institute for Energy Studies. – 2014. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2014/12/NG-94.pdf> (дата обращения: 01.05.2019);
29. Office of Gas and Electricity Markets. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ofgem.gov.uk/> (дата обращения: 01.05.2019);
30. Neumann A., Siliverstovs B., Hirschhausen C. Convergence of European spot market prices for natural gas? A real-time analysis of market integration using the Kalman filter // Applied Economics Letters. – 2006.-№13.[Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/24068301_Convergence_of_European_Spot_Market_Prices_for_Natural_Gas_A_Real-Time_Analysis_of_Market_Integration_Using_the_Kalman_Filter (дата обращения:);
31. Мельникова С.И., Геллер Е.И., Митрова Т.А., Кулагин В.А. ГАЗОВЫЙ РЫНОК ЕС: эпоха реформ// ИНЭИ РАН-НИУ ВШЭ. – 2016. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.eriras.ru/files/gazovyy_rynok_es_-_epokha_reform.pdf (дата обращения: 01.05.2019);
32. Развитие газовых хабов и их роль в формировании бенчмарков для физических контрактов на поставку природного газа. Op. Cit.
33. Ibid.;
34. Federal Energy Regulatory Commission. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.ferc.gov/> (дата обращения: 01.05.2019);
35. Polo M., Miriello C., Dickx L. Balancing systems and flexibility tools In European gas markets // IEFCE Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy. – 2014.-№14 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iefce.unibocconi.it/wps/wcm/connect/dfdb3e33-daae-416f-af7e-1886cc32507a/Report_IEFCE_14.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kfZenmk (дата обращения: 01.05.2019);
36. Сахалин – 2 // ПАО «Газпром». – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.gazprom.ru/projects/sakhalin2/> (дата обращения: 02.05.2019);
37. «Криогаз-Высоцк» начал серийные отгрузки СПГ // ПАО «Новатэк». – [Электронный ресурс]. – URL: http://www.novatek.ru/ru/press/releases/index.php?id_4=3171 (дата обращения: 02.05.2019);
38. Ямал СПГ – интегрированный проект по добыче, сжижению и реализации газа // ПАО «Новатэк» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.novatek.ru/ru/business/yamal-lng/> (дата обращения: 02.05.2019);
39. Steuer C. Outlook for Competitive LNG Supply. – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/publications/outlook-competitive-lng-supply/> (дата обращения: 02.05.2019);
40. Проблемы и перспективы СПГ-проектов в России // PwC – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/oil-and-gas/assets/challenges-and-outlook-for-lng-projects-rus.pdf> (дата обращения: 02.05.2019);
41. Криогаз-Высоцк покончит с литовской «Независимостью» // 1Prime – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <https://1prime.ru/energy/20190425/829929872.html> (дата обращения: 02.05.2019);
42. Trading Volumes in 2018: PEGAS Sets A Record Volume On Its Spot Segment in 2018 // Mondovisione. – 2019. [Электронный ресурс]. – URL: <http://mondovisione.com/news/trading-volumes-in-2018-pegas-sets-a-record-volume-on-its-spot-segment-in-2018/> (дата обращения:);
43. Outlook for competitive LNG supply. Op.Cit.

44. Чжинсок С. Контракт на импорт СПГ с ценовой привязкой к Генри-Хаб и конкурентоспособность двух моделей ценообразования на СПГ в АТР: предварительные результаты исследования // ИМЭМО. – 2015. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.imemo.ru/files/File/ru/conf/2015/15062015/15062015_PRZ_JUN.pdf (дата обращения: 02.05.2019).

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования и методология в тексте не представлены.

Тема актуальна, потому что все события, связанные с экспортом нашей страны, актуальны. В статье рассматривается возможность создания хаба сжиженного газа на Дальнем Востоке. И перечислены возможные недостатки этой идеи.

Из положительных сторон - сравниваются уже известные хабы с несуществующим еще нашим. Ни одна из существующих электронных торговых площадок в России – СПБМТСБ и ЭТП ООО «Газпром экспорт» не учитывает специфики морской логистики. В этой связи актуально разработать электронную платформу с учетом различных базисов поставок, а также привлечь международные информационно-аналитические агентства для ее популяризации.

В статье также обосновывается эффект от такого хаба и утверждается, что доставить сжиженный природный газ в азиатский регион будет существенно дешевле. Но при этом не учитываются транспортные издержки, а также стоимость создания инфраструктуру на Дальнем Востоке, которая также должна включать перевалочные терминалы и резервуары для хранения СПГ. Кроме того, данный проект потребует создания электронной платформы для организации аукционных торгов.

Авторский вклад в данную работы определить сложно и оценить научную новизну тоже. Библиографический список представлен обширный. Аппеляция к другим ученым присутствует.

Выводы:

1. Читательский интерес, возможно, будет у специалистов государственных органов власти. Идея интересная.
 2. Статья носит несколько обзорный характер.
 3. По представленным материалам будущее таких поставок СПГ с Дальнего Востока представляется отдаленной перспективой, так как в этой же статье представлен очень обширный список причин, мешающему этому проекту.
- Вывод. Представляется возможным статью дополнить и уточнить возможные потери и возможный эффект.

Теоретическая и прикладная экономика

Правильная ссылка на статью:

Охрименко И.В. О современном этапе реализации экологических принципов концепции ESG крупнейшими страховщиками Западной Европы // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 3. С. 18-29. DOI: 10.25136/2409-8647.2024.3.71152 EDN: MDPDBN URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71152

О современном этапе реализации экологических принципов концепции ESG крупнейшими страховщиками Западной Европы

Охрименко Игорь Викторович

ORCID: 0000-0002-5688-287X

кандидат экономических наук

ведущий научный сотрудник; Институт финансовых исследований Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации

125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-т, 49/2

✉ okhrimenko_igor@mail.ru



[Статья из рубрики "Экономика производственных отраслей и рынков"](#)

DOI:

10.25136/2409-8647.2024.3.71152

EDN:

MDPDBN

Дата направления статьи в редакцию:

28-06-2024

Аннотация: Предметом исследования являются практические мероприятия, осуществляемые крупнейшими страховыми компаниями Западной Европы по внедрению экологических принципов ESG-концепции в собственную деятельность. Объектом исследования выступает процесс формирования на глобальном страховом пространстве культуры в рамках экологического сегмента концепции ESG. В статье делается упор на современность сведений о вышеуказанной деятельности крупнейших страховщиков Западной Европы как залог актуальности предметного исследования. В связи с особенной потребностью и скорейшими перспективами внедрения соответствующего опыта в деятельность российского рынка страхования проблематика присоединения развитых и развивающихся рынков к принципам ESG в настоящее время изучается в Финансовом университете при Правительстве Российской Федерации в рамках выполнения фундаментальной научно-исследовательской работы в рамках государственного задания

2024 года по теме: «Страхование в ESG» (III этап). В ходе исследования применялись теоретические (анализ и обобщение представленных материалов и знаний в интересующей области) и частные (оценка информации, представленной в открытом доступе, учет и оценка экспертных мнений, а также наблюдение и описание, направленные на выработку резюмирующих выводов) методы изучения. Вкладом автора в изучение проблематики присоединения рынков страхования к концептуальным принципам ESG являются следующие выводы, обладающие признаками новизны. Для ESG-деятельности крупных западноевропейских страховщиков характерно наличие концептуальной составляющей, т.к. в большинстве из них изданы корпоративные доктринальные документы. Внедрение принципов ESG в деятельность западноевропейских страховых компаний является достаточно распространенной практикой и осуществляется схожими для большинства методами, при этом обладая отдельными аутентичными особенностями информационного, управленческого или социально-экономического характера. Финансирование мероприятий, направленных на сохранение окружающей среды, является для западноевропейских компаний естественным делом и вряд ли расценивается ими в качестве обременения собственной финансово-хозяйственной деятельности. Вместе с этим соответствие принципам ESG может стимулировать инновации, приток инвестиций и новые возможности для бизнеса, давать импульс к разработке передовых продуктов и услуг и, как итог, служить расширению возможностей для бизнеса и устойчивого экономического роста.

Ключевые слова:

устойчивое развитие, ESG, экология, страхование, страховая компания, Западная Европа, программа, бизнес, рынок, услуга

Статья подготовлена в рамках выполнения Финансовым университетом при Правительстве Российской Федерации фундаментальной научно-исследовательской работы в рамках государственного задания 2024 года по теме: «Страхование в ESG» (III этап).

Введение

Социально-экономические процессы в современном мире все более ориентированы на принципы устойчивого развития [\[1, с. 429\]](#). Их основа заложена в 2015 году принятием на сессии Генеральной Ассамблеи ООН концептуального документа «Преобразование нашего мира: Повестка в области устойчивого развития на период до 2030 года». В качестве одного из базовых элементов повестки выступает управление экологическими рисками, на практике осуществляемое путем внедрения хозяйствующими субъектами в свою деятельность мер и мероприятий, отвечающих принципам концепции ESG (от англ. Environmental, Social, Governance) [\[2, с. 54\]](#) по сохранению окружающей среды для будущих поколений.

Для представителей рынка страхования формирование экологической составляющей будущей концепции началось чуть раньше и в итоге выразилось в Принципах устойчивого страхования (Principles for Sustainable Insurance, PSI) – выработанном под эгидой ООН документе 2012 года. В числе подписавших его более 160 организаций из четырех десятков стран мира (Россия среди них не представлена).

Если в зарубежных странах с развитой страховой культурой внедрение в деятельность

страховых компаний принципов ESG широко распространено и уже привычно [\[3-5\]](#), то российский рынок в данном направлении пока достаточно пассивен [\[6, с. 8\]](#). Инициативное принятие принципов ESG отечественными страховщиками является редким [\[7-8\]](#) и, по их мнению, недостаточно необходимым процессом [\[9-10\]](#). Представляется, что главная причина здесь кроется совокупно в отсутствии требований и рекомендаций со стороны государства, позиции страховщиков, которые концепцию ESG если не отрицают, то учитывают в последнюю очередь, и массы потребителей страховых продуктов, которыми вопросы сохранения окружающей среды не отнесены к категории приоритетных [\[11, с. 154; 12\]](#).

Мы знаем, что экономическая история обладает в том числе циклическими характеристиками. Так, более тридцати лет назад отечественная страховая отрасль коренным образом изменила свою сущность в силу политических причин. В то время, в кризисных условиях и при отсутствии возможности выбора опыт зарубежных стран явился моделью для формирования нового страхового рынка и будущей страховой культуры. Реалии же современности совершенно отличные – у России сегодня есть развитая защищенная экономика и независимая позиция на международной арене. Уже закончен этап формирования современного российского рынка страхования, представляющего сегодня устоявшуюся систему с незначительными элементами изменений. При всем этом, не испытывая больше стремления догматично опираться на зарубежный опыт, мы демонстрируем готовность к саморазвитию и выборочному усвоению наиболее позитивного, полезного и передового в нем. К данной категории без сомнения можно отнести и благую деятельность по сохранению окружающей среды.

Перспектива присоединения России к глобальным экологическим трендам представляется автору достаточно близкой [\[13-14\]](#), в связи с чем выражается интерес в отношении экоициатив, представленных на ведущих европейских рынках страхования, – предполагается, что аналогичные перспективы скоро ожидают и нас. В настоящем исследовании рассматриваются меры и мероприятия экологической направленности, предпринимаемые в своей деятельности крупнейшими игроками западноевропейских рынков страхования.

Материалы и методы

Субъективная (или сугубо целевая) сторона исследования заключается в рассмотрении практических мероприятий крупнейших западноевропейских страховщиков по внедрению экологических принципов ESG-концепции в собственную деятельность. При этом в качестве объекта может выступить процесс формирования на глобальном (осуществляются действия в отношении отдельных мировых территорий, трансграничных направлений деятельности и пр.) страховом пространстве культуры в рамках экологического сегмента концепции ESG.

В ходе исследования применялись теоретические (анализ и обобщение представленных материалов и знаний в интересующей области) и частные (оценка информации, представленной в открытом доступе, учет и оценка экспертных мнений, а также наблюдение и описание, направленные на и выработку резюмирующих выводов) методы изучения. В качестве материалов для проведения исследования выступили данные отчетности крупнейших страховщиков Западной Европы, а также экспертные оценки научных и практикующих специалистов в интересующей области исследований.

Результаты и обсуждение

Вопросу приведения деятельности страховых компаний в соответствие экологическим принципам концепции ESG посвящены труды ряда отечественных и зарубежных ученых и практикующих специалистов отрасли страхования. В наработанном исследовательском массиве превалирует проблематика разработки актуальных страховых продуктов, отвечающих как интересам потребителей (представляющих преимущественно АПК), так и общегосударственной политике защиты окружающей среды. Так, правовые аспекты разработки актуальных страховых продуктов являются предметом исследований К.С. Акимовой, Д.А. Афанасьева, П.П. Баттахова, Р.М. Магомедовой, А.В. Малышенко, Ю.С. Овчинниковой. Практические аспекты указанной деятельности, включая выработку системы взаимовыгодного сотрудничества страховых компаний и потребителей их услуг в области продуктов экологического страхования, рассматриваются в работах А.С. Ермолаевой, Н.В. Кирилловой, И.Л. Логвиновой, А.А. Цыганова, Р.Т. Юлдашева и других. При всем своем многообразии исследования, к сожалению, лишь в малой мере опираются на зарубежный передовой опыт - так, практическое изучение существующих за рубежом продуктов экологического страхования можно найти, например, в трудах В.Д. Богатырева, Н.Ю. Ваулина, Е.П. Ростовый.

Для других отечественных исследователей представляет научный интерес вопрос приведения управленческой деятельности страховых компаний в соответствие экологическим принципам концепции ESG и их участия во внедрении «зеленой повестки» в экономическую систему. Общим принципам развития экологического страхования в России посвящены работы О.Л. Конюкова, Н.М. Корчебного, Г.А. Моткина. Взаимосвязи экологической деятельности страховых компаний и государственного управления уделяет внимание Ю.А. Кнац, роли экологического страхования в системе безопасности страны посвящены работы В.А. Алейниковой, Т.А. Беловой, Е.В. Новиковой, и Н.М. Митякина; в контексте устойчивости экономики рассматривают интересующую проблематику Н.В. Данилова и Л.С. Крутова; государственного риск-менеджмента - Е.А. Пичугин, Ю.А. Сплетухов, А.Н. Фомичев, М.В. Черепанов; инвестиционной деятельности - Д.А. Егорова, налогообложения - М.В. Романова, Н.В. Данилова, Е.Н. Егорова, В.В. Лесных, И.Э. Шинкаренко. Их исследования, так же как и труды упомянутых выше коллег, опираются на зарубежный опыт в явно недостаточной мере. При том, что данная тематика явилась объектом научного интереса для таких зарубежных ученых, как Н.С. Ананенко, Т. Боули, Л. Ду, Л. Жианг, М.А. Зайцева, Л. Стрикер, Дж. Г. Хилл, Х. Шу, Л. К и др., сформировавших значительную исследовательскую базу в данном направлении.

Таким образом, изучение экологического страхования отечественными специалистами ощутимо проигрывает, опираясь на международный опыт в недостаточной мере. На фоне прогнозируемого скорого присоединения отечественного страхового рынка к «зеленой повестке» представляется целесообразным изучить опыт в интересующей части крупнейших страховых компаний Западной Европы, региона с развитой отраслевой культурой, во многом формирующих и мировой рынок страховых услуг.

Для крупнейших страховщиков в Западной Европе внедрение экологических принципов концепции ESG в собственную деятельность не является обязательным или законодательно установленным [\[15\]](#). При этом концептуальные Принципы устойчивого страхования 2012 года не приняты рядом западноевропейских страховых компаний различного уровня и отраслевой направленности. Практика довольно цинично показывает, что присоединение к концепции ESG происходит скорее в рамках сформировавшегося на рынке тренда и негласной корпоративной этики, является реакцией на внимание к экологическому аспекту со стороны потребителей страховых услуг [\[16, с. 230\]](#).

В условиях отсутствия формализации крупнейшие западноевропейские страховщики самостоятельны в действиях и демонстрируют индивидуальные вариации присоединения к экологическим принципам концепции ESG. Их оценка в числе прочего позволяет сделать выводы, насколько эти принципы влияют на систему формирования культуры в рамках экологического сегмента концепции ESG.

Так, немецкой страховой группой «Allianz» (www.allianz.com) приоритетным направлением экологической деятельности на протяжении лет избирается сохранение климата и декларируется содействие ограничению глобального потепления до 1,5°C. Для этого в деятельность компании на протяжении лет внедряются следующие ESG-подходы, о которых информируется общественность:

- учет климатических и углеродных рисков;
- учет критериев ESG для активов, не включенных в листинг (инфраструктура и недвижимость);
- учет критериев ESG, в том числе в отношении выбросов углерода, изменений климата, управления, энергоэффективности и воздействия на окружающую среду, для оценки акций и облигаций;
- поэтапный отказ от инвестирования в бизнес-модели, основанные на обороте угля, начиная с 2015 года;
- отказ от страхования угольных электростанций и шахт;
- работа с клиентами по поиску совместных решений для перехода к низкоуглеродной экономике;
- устранение пробелов в защите от климатических рисков в странах, наиболее уязвимых к изменению климата;
- стимулирование общественных инициатив для предоставления таких страховых решений, которые позволяют правительствам успешнее защищать своих граждан от стихийных бедствий;
- инвестирование в «низкоуглеродные» активы – возобновляемые источники энергии, низкоуглеродные технологии и «зеленые облигации»;
- сокращение выбросов от собственной деятельности и реализации инвестиционного портфеля страховой группы.

В корпоративном отчете страховой группы «Allianz» об устойчивом развитии за прошлый год содержится информация о финансировании программ в рамках концепции ESG – его объемы составили в 2021 году 849.2 млн. евро, в 2022 году 701.1 млн. евро и в 2023 году 736.8 млн. евро. Постатейная оценка условий финансирования показывает, что в его рамках преобладали программы, направленные на сохранение климата – в 2021 году их совокупная стоимость составила 123.1 млн. евро, в 2022 году 131.5 млн. евро и в 2023 году 167.4 млн. евро. Изрядная доля именно экологических программ страховой группы «Allianz» среди всех осуществляемых ей в рамках устойчивого развития (15,5%, 18.8% и 22.7% соответственно), а также ежегодное увеличение их значения в общем объеме финансирования позволяют предположить, что данная крупнейшая страховая компания, во многом формирующая отраслевой рынок и страховую культуру в Западной Европе, сохраняет поступательность в своих усилиях и успешно действует на благо

сохранения климата, привлекая в этих целях значительные силы и средства (как собственные, так и общественные).

Вместе со страховой группой «Allianz» решение о прекращении страхования угольных электростанций и шахт и поэтапном исключении из своего портфеля страхования угольной промышленности приняли и другие крупнейшие западноевропейские страховые и перестраховочные компании: «Munich Re», «Swiss Re», «Zurich», «SCOR», «AXA».

Немецкая перестраховочная компания «Munich Re» (www.munichre.com), подобно их коллегам из «Allianz» широко финансирующая программы устойчивого развития (только инвестиции в наиболее актуальные «зеленые облигации» и программы возобновления источников энергии и лесных территорий в 2023 году совокупно составили 8,7 млн. евро; усредненный прирост по сравнению с 2022 годом представляет собой 40%) и ставящая цели на перспективу (например, снижение уровня взаимодействия с потребителями угля и разработчиками нефтеносных песков к 2025 году на 35%, полный отказ от такового к 2040 году), концентрирует свои усилия на информационно-аналитическом обеспечении управления рисками, прежде всего климатическими. Возможности компании в прогнозах изменения климата и предупреждении стихийных бедствий основаны на пятнадцатилетнем опыте непрерывной аналитики и успешной разработки и реализации ответных мер. Компанией «Munich Re» практикуется от одного до нескольких продуктов в портфелях для территорий, подверженных последствиям будущего изменения климата (кластеры экстремальных температур и осадков, засухи, тропических циклонов, пожаров, изменения уровня моря и т.д.), а также риск-прогнозирование на средне- (2030 год) и долгосрочные (2050-2100 годы) периоды. Представляется очевидным, что приведение в соответствие деятельности «Munich Re» принципам ESG является довольно успешным и передовым, при этом устремления компании не заключаются исключительно в финансировании экологических мероприятий, а сопровождаются проведением постоянной и во многом новаторской аналитической работы.

Французская страховая и инвестиционная группа «AXA» ежегодно поступательно сокращает свои инвестиции в деятельность, оказывающую неблагоприятное воздействие на окружающую среду, например, добычу угля и нефтеносных песков. Среди ранее обнародованных показателей группы – сокращение по результатам 2022 года выбросов углекислого газа на 35% по сравнению с 2019 годом (исполнено); увеличение в 2022 году инвестиций в «зеленые» технологии на 25.1 млн евро (в 2023 году на 19.8 млн. евро); увеличение в 2022 году доли страховых продуктов, оказывающих положительное воздействие на окружающую среду, за счет предлагаемых гарантий или услуг на 1.7 млн евро (в 2023 году эта тенденция сохраняется).

До недавнего времени ESG-концепция «AXA Group» была заключена в собственный стратегический план «Движущая сила прогресса 2023», стратегическими приоритетами которого являлись противодействие изменению климата и глобальная защита окружающей среды, в настоящем году компания придерживается принятой ранее линии, о чем декларируется в ряде актуальных корпоративных документов.

Швейцарская страховая группа «Zurich» (www.zurich.com) еще в 2018 году приняла собственный план устойчивого развития, утвердив в его рамках экологический «Zurich Forest Project». Он включает разноплановые мероприятия, направленные на охрану окружающей среды, содержащие при этом сугубо страховые инструменты. Практическое выражение деятельности группы по реализации принципов ESG-концепции в финансовом отношении заключается в постоянном росте инвестиционной стоимости направленных на

экологические программы проектов: так, в 2019 году она составила 7.4 млн. долларов США, в 2020 году чуть более 8 млн., в 2021 и 2022 годах 8.2 млн. и в прошлом году 9.27 млн. дол. США. Группа «Zurich», таким образом, традиционно подтверждает готовность к развитию экологических инициатив (собственных или сторонних), при этом самостоятельная аналитическая деятельность выражена у группы в меньшей мере.

Согласно данным собственного стратегического документа «Вперед, 2026» перестраховочный блок французской группы компаний «SCOR» (www.scor.com/en) активно демонстрирует соответствие устойчивым принципам в рамках ESG-концепции. Корпоративным слоганом группы долгое время является фраза «Искусство и наука управления рисками», причем экологическим рискам отводится весьма важное место. Исходя из практики, к числу корпоративных принципов группы в том числе можно отнести: учет экологических, социальных и управленческих рисков и факторов в соответствии с ESG-концепцией в деятельности по перестрахованию и системе управления рисками; работу над инновационными решениями, помогающими клиентам и партнерам справляться с проблемами устойчивого развития; стремление снизить негативное воздействие собственной деятельности на окружающую среду; взаимодействие с партнерами, клиентами и объектами инвестиций, включающее поддержку их усилий к повышению устойчивости. В числе оперативных ориентиров и факторов реализации ESG-концепций группой декларируются следующие: «SCOR» способствует удвоению объема «зеленых» и вообще «устойчивых» облигаций к концу 2024 года (по сравнению с концом 2020 года); группа присоединяется к международному «Альянсу владельцев активов с нулевым уровнем выбросов» и устанавливает промежуточные вехи на 2025 и 2030 годы, ведущие к достижению нулевого уровня выбросов к 2050 году; «SCOR» обязуется снизить углеродоемкость портфеля корпоративных облигаций и акций на 27% к 2025 году и 55% к 2030 году (по сравнению с 2020 годом); обязуется снизить углеродоемкость портфеля прямых инвестиций в недвижимость на 50% к 2030 году (по сравнению с 2021 годом); разрабатывает руководящие принципы, основанные на исключении страхования и перестраховочного покрытия новых угольных шахт, исключении страхового покрытия и перестраховочного покрытия для проектов работающих на угле электростанций, постепенном отказе от страхования и перестраховочного покрытия для работающих на угле электростанций без улавливания и хранения выбросов CO₂ (к 2030 году в странах ОЭСР и к 2040 году для остального мира); берет обязательство полностью отказаться от компаний, получающих доходы от энергетического угля, к 2030 году по всему миру; отказывается от инвестирования в компании, получающие более 10% своего оборота за счет энергетического угля или производящие более 10 млн. тонн энергетического угля в год; «SCOR» не инвестирует в коммунальные компании, для которых: уголь составляет более 10% от их выработки электроэнергии, прочие компании, на долю метана из угольных пластов которых приходится более 10% их общей добычи, на долю нефтеносных песков которых приходится более 10% от общего объема добычи, на долю сверхтяжелой нефти которых приходится более 10% от общего объема добычи, для которых сверхглубокая вода составляет более 20% от их общего объема добычи. Отдельным направлением экологических инициатив группы компаний «SCOR» является участие в проектах по сохранению Арктики.

С учетом указанных приоритетных направлений группа «SCOR» делает упор на финансирование мероприятий по сокращению последствий добычи ископаемой энергии – так, его объемы составили в 2022 году 57 млн. долларов США и в 2023 году 42 млн. долл. США.

Таким образом, деятельность группы «SCOR» в рамках концепции устойчивого развития характеризуется оптимальным сочетанием корпоративных возможностей финансирования, их целевой направленностью, концептуальным насыщением деятельности и практическим участием группы в программах экологической направленности.

Заключение и выводы

В современном мире окончательно сформировался тренд на сохранение мироустройства для последующих поколений, который принято заключать в рамки понятия «устойчивое развитие». Наряду с управленческим и ориентированным на социальное служение, оно включает направление по охране окружающей среды, и формирует так называемую концепцию ESG.

На культурном пространстве Западной Европы традиционно внимательно относятся и охотно включаются в реализацию программ и мероприятий, направленных на обеспечение общественного баланса, соблюдение прав человека, обеспечение общественных прав и свобод. Неудивительно, что и в деле устойчивого развития западноевропейское общество является активным адептом, сформировав к настоящему времени некую систему лояльности и приверженности принципам ESG. Об этом свидетельствуют многочисленные источники – материалы изучения общественного мнения, проявляемые потребителями требования к поставщикам работ и услуг, внимание людей к проблемам устойчивого развития, деятельность гражданских активистов и пр. Неудивительно, что деятельность хозяйствующих субъектов в Западной Европе приводится в соответствие требованиям концепции ESG (таковы требования рынка), и страховые компании не являются в этом деле исключением. Примечательно то, что необходимость данных усилий никак не установлена законодательно и является инициативной для компании. Кроме того, автором прогнозируются схожие процессы на российском пространстве в ближайшее время и подчеркивается необходимость предварительного ознакомления с будущим «фронтом работ».

По результатам оценки деятельности крупнейших западноевропейских страховщиков, во многом формирующих глобальный рынок страхования, можно сделать следующие заключения и выводы, имеющие целью охарактеризовать как деятельность по соблюдению принципов ESG, так и роль указанных страховых компаний в формировании соответствующей принципам культуры.

Во-первых, для ESG-деятельности страховщиков характерно наличие концептуальной составляющей. В большинстве рассмотренных «акул» глобального рынка страхования изданы корпоративные доктринальные документы, содержащие цели, задачи и прогнозы присоединения компании к целям устойчивого развития.

Во-вторых, внедрение принципов ESG в деятельность западноевропейских страховых компаний является достаточно распространенной практикой и осуществляется схожими методами (стимулирование сокращения выбросов, отказа от отсталых и опасных производств, разработка актуальных страховых продуктов, приведение собственной деятельности в соответствие принципам ESG и пр.), при этом имеет отдельные аутентичные особенности информационного, управленческого или социально-экономического характера, присущие именно той или иной компании.

В-третьих, финансирование мероприятий, направленных на сохранение окружающей среды, является для западноевропейских компаний естественным делом и вряд ли расценивается ими в качестве обременения собственной финансово-хозяйственной

деятельности. Вместе с этим соответствие принципам ESG может стимулировать инновации, приток инвестиций и новые возможности для бизнеса, давать импульс к разработке передовых продуктов и услуг (которые в свою очередь могут инициировать потоки доходов), и, как итог, расширение возможностей для бизнеса и устойчивого экономического роста [\[17\]](#). Выбрав оптимальный для себя и общественного внимания объем финансирования экологических программ, крупнейшие страховщики не несут от него потерь, а наоборот – действуют в расчете на перспективу, при этом сохраняя и приумножая потребителей собственных страховых продуктов из числа членов общества, где страховая культура стала устойчивым трендом.

Библиография

1. Харламов А.В. Государственная политика повышения конкурентоспособности национальной экономики и развитие хозяйственной системы // Форсайт «Россия»: будущее технологий, экономики и человека. Том 2. Сборник докладов V Санкт-Петербургского международного экономического конгресса (СПЭК-2019). СПб.: ИНИР, 2019. С. 427–437.
2. Братарчук Т.В., Алтунина В.В., Войтюк В.Н., Ли Н.О. Качественный анализ экологических рисков в рамках реализации принципов ESG // Бизнес. Образование. Право. 2024. № 1(66). С. 53–63.
3. You L. The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility Short Title: The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility // Journal of Business Ethics. 2024. Volume 190. Pp. 309–326.
4. Deev O., Khazalia N. Corporate governance, social responsibility and financial performance of European insurers // Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis. 2017. No. 65(6). Pp. 1873–1888.
5. Martín G.J., Herrero B. Do board characteristics affect environmental performance? A study of EU firms // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 2020. No. 27(1). Pp. 74–94.
6. Ильин А.Б. ESG-принципы публичного и корпоративного управления // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2023. № 2. С. 1–12.
7. Батаева Б.С. Влияние факторов корпоративного управления на уровень раскрытия ESG-информации российскими публичными компаниями // Управленец. 2023. Т. 14. № 3. С. 30–43.
8. Клеонская А.В. Драйверы ESG-повестки в России в современных реалиях // Аудиторские ведомости. 2023. № 1. С. 202–205.
9. Рязанова О.Е. Как российские компании встают на ESG-путь? // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2023. № 1 (37). С. 140–148.
10. Загородний Д.В., Терещенко С.В. Имидж организации как фактор устойчивого развития // Экономика и управление: проблемы, решения. 2024. № 1. Т. 1. С. 26–34.
11. Сапожников А.И. Подходы к оценке результативности территориального деополитизма с позиции ESG-принципов // Baikal Research Journal. 2024. Т. 15, № 1. С. 152–162.
12. Цыганов А.А. От финансовой грамотности к страховой культуре // Современные страховые технологии. 2016. № 3. С. 102–107.
13. Охрименко И.В. О принятии принципов ESG европейскими страховщиками (экологический аспект) // Страховое Дело. 2023. № 08(365). С. 27–32.
14. Крутова Л.С. Перспективы внедрения механизма экологического страхования как условие устойчивого развития экономики // Устойчивое развитие экономики: состояние, проблемы, перспективы: сборник трудов XV международной научно-практической конференции. Пинск: ПолесГУ, 2021. С. 40–42.

15. Ho C., Huang C., Ou C. Analysis of the factors influencing sustainable development in the insurance industry // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 2018. No. 25. Pp. 391–410.
16. Bowley T., Hill J.G. The Global ESG Stewardship Ecosystem // European Business Organization Law Review. 2024. No. 25(3). Pp. 229–268.
17. Солдатова А.Н., Моисеева Е.Е. Совершенствование бизнес-процессов маркетинга на основе концепции ESG // Сборник материалов всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Красноярск: Изд-во СГУНТ им. акад. М.Ф. Решетнева, 2022. С. 769–722.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования. Предметом исследования выступают отношения, возникающие в процессе реализации экологических принципов концепции ESG крупнейшими страховщиками Западной Европы.

Методология исследования, использованная автором, основана на следующих методах научного познания: сравнение, анализ, синтез теоретического материала.

Актуальность. Тема, предложенная автором, представляется весьма актуальной. В первую очередь, это обусловлено тем, что в мире – растет доля страхования от катастроф в связи с изменением климата, в России – расширяется количество продуктов с экологической составляющей у страховщиков. По данным национального рейтингового агентства количество компаний, подписавших Принципы устойчивого страхования (Principles for Sustainable Insurance – PSI), сформулированных 10 лет назад, с 2022 года выросло со 180 до 265 компаний из 50 стран мира.

Научная новизна. Научная составляющая исследования заключается в формулировке автором выводов, «имеющих целью охарактеризовать как деятельность по соблюдению принципов ESG, так и роль указанных страховых компаний в формировании соответствующей принципам культуры».

Библиография. Анализ библиографии позволяет сделать вывод о том, что автор изучил некоторое количество научных трудов по исследуемой проблематике. Присутствуют ссылки на иностранные источники, в целом список литературы состоит из 17 наименований. Пункты 3,4,5,15,16 списка литературы следует оформить в соответствии с ГОСТом, а список литературы привести к единообразному оформлению.

Апелляция к оппонентам. В статье присутствуют адресные ссылки на исследования с некоторыми комментариями автора. Отсутствует обзор исследований ученых по схожей проблематике и какая-либо их критическая оценка. В чем состоит отличие от подобных исследований? Что нового вносит автор (по сравнению с другими многочисленными исследователями)?

Стиль, структура, содержание. Автор на хорошем теоретическом уровне проводит анализ применения ESG-подходов страховой группой «Allianz», французской страховой и инвестиционной группы «AXA» и других зарубежных компаний. Особое внимание уделено исследованию соответствия устойчивым принципам в рамках ESG-концепции группы компаний «SCOR».

Стиль статьи, в большей степени, является научным, соответствует требованиям журнала. Содержание статьи соответствует заявленной теме. В статье выделены структурные разделы: введение, материалы и методы, результаты и обсуждение, заключение. Структура статьи автором четко выстроена и позволяет раскрыть

заявленную тему. Выводы автора обоснованы. Статья бы только выиграла, если часть цифрового материала была бы представлена графически.

Выводы, интерес читательской аудитории. Представленный материал может открыть новые перспективы для дальнейших исследований. Он будет интересен тем, кто занимается изучением реализации экологических принципов концепции ESG. Статья соответствует требованиям журнала «Теоретическая и прикладная экономика», предъявляемым к такого рода работам, и рекомендуется к публикации с учетом замечаний рецензента.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Рецензируемая статья посвящена исследованию деятельности крупнейших страховщиков Западной Европы в контексте реализации экологических принципов в рамках концепции устойчивого развития.

Методология исследования базируется на использовании теоретических (анализ и обобщение представленных материалов и знаний в интересующей области) и частных (оценка информации, представленной в открытом доступе, учет и оценка экспертных мнений, а также наблюдение и описание, направленные на и выработку резюмирующих выводов) методов исследования применительно к данным отчетности крупнейших страховщиков Западной Европы, использованию экспертных оценок научных и практикующих специалистов в рассматриваемой области.

Актуальность работы авторы связывают с тем, что экоинициативы, представленные на ведущих европейских рынках страхования в перспективе могут быть применены и в нашей стране.

Научная новизна рецензируемого исследования, по мнению рецензента, состоит в стремлении систематизации мер и мероприятий экологической направленности, предпринимаемых крупнейшими игроками западноевропейских рынков страхования в современных условиях.

В статье структурно выделены следующие разделы: Введение, Материалы и методы, Результаты и обсуждение, Заключение и выводы, Библиография.

В публикации освещается опыт работы в направлении экологизации немецкой страховой группы «Allianz» и немецкой перестраховочной компании «Munich Re», французской страховой и инвестиционной группы «AXA», швейцарской страховой группы «Zurich», французской группы компаний «SCOR». По результатам исследования авторы приходят к выводу о том, что внедрение принципов ESG в деятельность западноевропейских страховых компаний является достаточно распространенной практикой и осуществляется схожими методами (стимулирование сокращения выбросов, отказа от отсталых и опасных производств, разработка актуальных страховых продуктов, приведение собственной деятельности в соответствие принципам ESG и пр.). В тоже время отмечается наличие особенностей информационного, управленческого или социально-экономического характера, присущих именно той или иной компании. Заслуживает внимания тот факт, что авторы стремятся провести сравнения с российским опытом работы страховых компаний.

Библиографический список включает 17 источников – публикации отечественных и зарубежных ученых по теме статьи на русском и иностранном языках. На источники в тексте имеются адресные ссылки, подтверждающие наличие апелляции к оппонентам.

Из резервов улучшения публикации надо отметить следующие. Во-первых, использование аббревиатуры «ESG» (environmental, social, governance) в названии представляется не лучшим вариантом, поскольку для многих читателей такое сокращение может быть непонятным, что сужает потенциальную аудиторию. Во-вторых, в первом и втором абзацах раздела «Результаты и обсуждение» при обзоре работ упоминаются фамилии многих авторов, но не приводятся ссылки на их работы – такой стиль ведения дискуссии представляется неконкретным.

Статья отражает результаты проведенного авторами исследования, соответствует направлению журнала «Теоретическая и прикладная экономика», содержит элементы научной новизны и практической значимости, может вызвать интерес у читателей, рекомендуется к опубликованию с учетом высказанных пожеланий.

Теоретическая и прикладная экономика

Правильная ссылка на статью:

Кирко В.И., Кононова Е.С., Лукьянова А.А. Образование как инструмент управления развитием человеческого капитала в новых макроэкономических условиях // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 3. С. 30-38. DOI: 10.25136/2409-8647.2024.3.32526 EDN: MDVHHC URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=32526

Образование как инструмент управления развитием человеческого капитала в новых макроэкономических условиях

Кирко Владимир Игоревич

доктор физико-математических наук

профессор, кафедра Экономики и менеджмента, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Красноярский государственный педагогический университет им. В.П. Астафьева, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский федеральный университет"

660049, Россия, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Ады Лебедевой, 89

✉ director.nifti@mail.ru



Кононова Елена Сергеевна

кандидат экономических наук

заместитель проректора по образовательной деятельности, СибГУ им. М.Ф. Решетнева

660037, Россия, Красноярский край, г. Красноярск, проспект имени газеты, 31

✉ elkask@rambler.ru



Лукьянова Анна Александровна

доктор экономических наук

проректор по образовательной деятельности, СибГУ им. М.Ф. Решетнева

660037, Россия, Красноярский край, г. Красноярск, проспект имени газеты, 31

✉ aaluk110@mail.ru



[Статья из рубрики "Инновационная экономика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8647.2024.3.32526

EDN:

MDVHHC

Дата направления статьи в редакцию:

01-04-2020

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы стабильного развития социально-экономических систем, создания условий для благополучия населения. Приводится модернизированная цепочка этапов совершенствования качества жизни и устойчивого развития, рассматривается эволюция накопления знаний. Приводятся авторские трактовки различия понятий "человеческий капитал" и "человеческий потенциал". Делается вывод, что образование является ключевым инструментом формирования устойчивых социально-экономических систем, обеспечивающих реализацию и развитие человеческого капитала и, в конечном итоге, повышение качества жизни населения. В качестве методологической базы исследования использованы такие общенаучные методы, как системный анализ, синтез, абстракция и аналогия, обобщение и классификация, позволяющие обеспечить обоснованность результатов и выводов исследования. Основным выводом проведенного исследования является тот факт, что инновационный вектор развития экономики России обуславливает необходимость создания системы непрерывного образования, которая смогла бы обеспечить высокое качество жизни населения и максимальную полноту развития человеческого капитала. При этом авторы в результате исследования приходят к заключению, что высокоэффективная система инженерно-технической подготовки – еще один важный элемент образования как инструмента повышения качества жизни населения и развития человеческого капитала. При этом одними из ключевых направлений модернизации инженерно-технической подготовки становятся: - развитие взаимодействия с индустриальными партнерами в целях обеспечения практикоориентированности образовательного процесса; - модернизация модели целевой подготовки выпускников в части перехода от целевого приема на 1 курс к целевому обучению на основании отбора высокомотивированных обучающихся 2-3 курса для специализированной подготовки в интересах лидеров отраслей; - развитие инновационных форм организации образовательного процесса.

Ключевые слова:

социально-экономическое развитие, человеческий капитал, человеческий потенциал, макроэкономические условия, технология, технологический уклад, экономический цикл, образование, развитие, устойчивое развитие

Исследование выполнено в рамках регионального конкурса научных проектов междисциплинарных фундаментальных исследований, проводимого РФФИ совместно с Правительством Красноярского края. Проект «Полипарадигмальный и мультиэтнический подходы в оценке качества жизни населения как инструмент управления развитием человеческого потенциала формирующегося макрорегиона «Енисейская Сибирь» № 18-413-242002

Обеспечение стабильного развития социально-экономических систем и создание условий для благополучия населения неразрывно связано с формированием модели развития, ориентированной не только на рост финансово-экономических показателей, но и достижение высоких стандартов жизни отдельного человека, а также эффективное использование всех видов ресурсов.

Важную роль в формировании устойчивых социально-экономических систем играет

эволюция накопления знаний, приводящая в конечном итоге к приращению человеческого капитала. Для того, чтобы накопленные знания, технологии увеличивали человеческий капитал необходимо образование. Образование по Р. Куртцвейлу [1] — это процесс передачи информации, формирование образов реального мира, а также формирование мнений и убеждений.

Отличительное свойство человеческого мозга - возможность и восприятие образов, которые сформировались в результате полученного образования, самостоятельного познания окружающего мира (первопроходцы в открытии законов, явлений, объектов живой и не живой природы), а также способность создавать с помощью всех своих органов чувств несуществующие, воображаемые образы: художественные, изобретательские, музыкальные, конструкторские и т.д.

Накопление общечеловеческого капитала необходимо для управления Змя основными средами, обеспечивающими улучшение качества жизни человека и в конечном итоге — гарантирует устойчивое развитие общества. Это окружающая, технологическая, социальная среды [2-4].

Т.о., как показано в [4], отсутствие или ограничение возможности получения образования приводит к разрыву всей цепочки этапов, ведущей к совершенствованию качества жизни, а также к устойчивому развитию общества.

На рисунке 1 приведена несколько модернизированная по сравнению с [4] цепочка этапов.

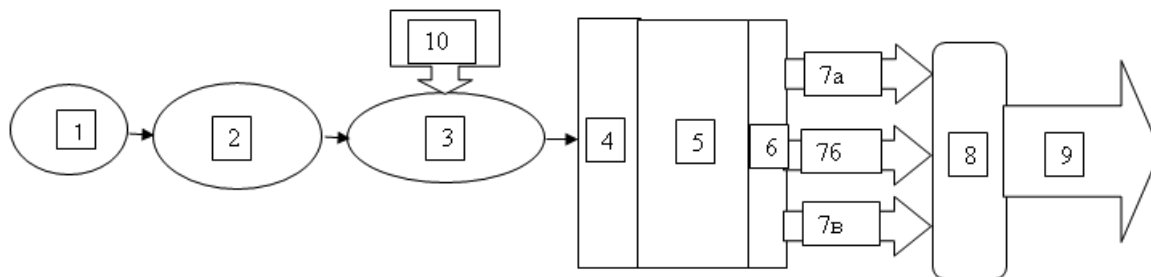


Рис.1 Модернизированная, по сравнению с [4], цепочка этапов совершенствования качества жизни и устойчивого развития. 1-накопленные человечеством факты; 2-накопленные знания; 3-образование; 4- общечеловеческий потенциал; 4- общечеловеческий капитал; 6-управление; 7а,б,в-экологическая, экономическая (технологическая) и социальная среды соответственно; 8-качество жизни; 9-устойчивое развитие; 10-человек.

Области 1 и 2 - это накопленные человечеством факты и знания, которые постоянно со временем растут. В области 3 – «образование» человек соприкасается со знаниями, в результате чего в дальнейшем, подпитывает своим индивидуальным человеческим потенциалом(ИЧП) общечеловеческий потенциал, который в свою очередь переходит в общечеловеческий капитал (этап 5) при наличии инвестиций в:

- науку и технологию;
- экологию;
- здравоохранение;
- дальнейшее образование и социальную сферу.

Именно на этом этапе происходит воспроизводство и накопление человеческого капитала за счет появления новых политических, экономических, технологических и социальных возможностей, возникших на этапе изменений в области человеческого потенциала. Здесь формируется банк новых фактов, умений и знаний, которые подпитывают области 1 и 2.

Есть существенное отличие понятия человеческого потенциала от понятия человеческого капитала. Общечеловеческий капитал с течением времени, начиная с момента возникновения человечества, непрерывно возрастал, возрастает и будет возрастать. Его уменьшение (незначительное) могло быть связано только с исчезновением цивилизаций. Например, таких как: минойская о. Крит [\[5\]](#), цивилизация острова Пасхи [\[6\]](#), Империя Рамы в Индии (500 лет н.э.), Тиаунако в Южной Америке [\[7\]](#) и еще практически 18 цивилизаций, с исчезновением которых человечество потеряло много технологий, знаний и умений.

Человеческий потенциал с течением времени может как скачкообразно, так и постепенно возрастать или уменьшаться. Скачкообразное возрастание общечеловеческого потенциала может быть связано с эпохальными открытиями или базисными изобретениями, которые способствуют человечеству в развитии новых отраслей, технологий, получению новых знаний и т.д.

В качестве примера открытий в области материалов, которые создали условия резкого возрастания человеческого потенциала и определили дальнейшее накопление общечеловеческого капитала:

-медь, мышьяк (VI–IV тысячелетие до нашей эры [\[8\]](#)) – дали начало бронзовому веку, начало цветной металлургии;

-железо, углерод (IX–VII века до н. э. до I века н. э. [\[9\]](#)) – железный век и зарождение черной металлургии;

-алюминий, кремний, целлулоид (19 век н.э.) – зарождение автомобилестроения, авиации, отрасли органической химии, компьютеров и IT – технологий;

-наноматериалы – зарождение эпохи искусственных материалов на основе открытий фуллерена, графена, нанотрубок [\[9-13\]](#) и технологий на их основе.

Эпохальные открытия, которые скачком увеличили человеческий потенциал: колесо, водяное колесо, паровой двигатель, двигатель внутреннего сгорания, электродвигатель, компьютер и т.д. Именно эти изобретения и еще многие другие дали скачок общечеловеческого потенциала, которые в конечном итоге со временем стали основой для увеличения общечеловеческого капитала.

Скачкообразное уменьшение человеческого потенциала могут происходить в результате мировых экономических кризисов, пандемий (чума, холера, оспа, испанский грипп и в н/вр., возможно, коронавирус), стихийных бедствий [\[14\]](#). Именно экономические кризисы 1997-1998г. (азиатский и российский кризис), 2008 г. привели в катастрофическому падению экономик мира, что естественно отразилось на возможности человеческого потенциала реализовать себя в человеческий капитал. Сейчас мы наблюдаем резкое снижение человеческого потенциала по двум причинам: катастрофическое падение цен на нефть и одновременное распространение пандемии коронавируса. Похоже, такое совпадение происходит с человечеством впервые и каким это образом отразится на

дальнейшем увеличении скорости накопления человеческого капитала, мы будем наблюдать в будущем.

Переход общечеловеческого потенциала в капитал можно связать с волнами Кондратьева [\[15\]](#) или с укладами С. Глазьева (50-60лет) [\[16\]](#). В первом случае с мировой экономической ситуацией, а во втором - с возникновением доминирующей отрасли промышленности, которая влечет за собой сонм сопутствующих технологий и отраслей промышленности. Скачок общечеловеческого потенциала приводит к повышающей волне роста человеческого капитала. Исчерпание человеческого потенциала в доминирующих отраслях - к понижающей волне роста человеческого капитала и связанному с ним изменением экономической конъюнктуры (по Кондратьеву).

Короткие волны Й. Шумпетера, ассоциируются с циклом модернизации оборудования и технологий в действующей технологической и социально-экономической парадигме (10-12 лет) [\[17\]](#) и могут быть связаны с отмиранием части человеческого капитала из-за его невостребованности обществом.

Рост человеческого потенциала и последующий его переход в капитал может иметь и исторически имеет ограничения: политические, морально-этические, религиозные, экономические и т.д.

Ограничения роста общечеловеческого потенциала скорее всего связаны с ограничениями инвестиций в образование и здравоохранение, вызванные теми же самыми причинами политическими, экономическими, религиозными и т.д. Ограничения перехода потенциала и его скорости в человеческий капитал это ограничения, связанные с инвестициями в науку, технологии, социально-культурную сферу, экологию, а также опять же в образование и здравоохранение.

Вышеуказанные ограничения роста общечеловеческого потенциала формируют новые подходы к обеспечению устойчивого социально-экономического развития человечества. В своей статье «Новая реальность: Россия и глобальные вызовы» для объяснения сути глобальных экономических условий Д.А. Медведев приводит термин «new normal» [\[18\]](#), трактуя его как совокупность ключевых характеристик, определяющих развитие глобальной экономики в долгосрочной перспективе.

Данный термин, который можно перевести на русский язык как «новая нормальность» или «новая реальность» подразумевает, что прежние подходы к устойчивому развитию, основанному на количественном росте экономических показателей, теряют свою актуальность. «Новая реальность» бросает всем участникам глобального экономического пространства новые экономические вызовы, к которым, как показало исследование, относятся:

- невозможность обеспечения стабильного экономического роста за счет экспортно-сырьевой модели развития;
- ускорение темпов технологического развития ведущих мировых держав и усиление глобальной конкуренции;
- стремление к переходу на альтернативные источники энергии, повышение энергоэффективности производственных процессов;
- нестабильная геополитическая обстановка и возникновение очагов конфронтации между государствами;

- глобализация рынка человеческого капитала, расширение масштабов мобильности человеческих ресурсов, расширение возможностей реализации человеческого потенциала в глобальном экономическом пространстве;
- резкий рост неопределенности макроэкономического пространства.

В данных условиях, скорость роста общечеловеческого капитала M можно определить, без учета его потерь при его отмирании, исчезновении цивилизаций, а также без массовой миграции населения на другие планеты, по формуле:

$$dM/dt = aM \quad [1],$$

где M -общечеловеческий капитал, который можно рассчитать в битах или в байтах, переведя все общечеловеческие, накопленные знания, умения и навыки в двоичную систему (все книги, статьи, изобретения, художественные произведения, законы и т.д.); t -время.

Т.е. скорость накопления человеческого капитала пропорциональна его накопленной величине. Сам человеческий капитал в этом случае возрастает со временем экспоненциально по формуле:

$$M=M_0*\exp(a*t/a_0*t_0) \quad [2],$$

где M_0 – накопленный общечеловеческий капитал (в байтах) в момент времени t_0 ; $a*t$ -вложенный объем инвестиций.

Данная формула, если она верна, то:

- подтверждает теорию технологической сингулярности, выдвинутой Р. Курцвейлом [19], основанной на феноменально быстром научно-техническом прогрессе, на мощном искусственном интеллекте (превосходящем человеческий) и киборгизации людей в будущем .
- говорит о том, что со временем длины волн Кондратьева, а также периоды укладов С. Глазьева будут сокращаться. В своих анализах ими был взят небольшой период времени
- с начала научно-технической революции (18 век) по н/вр.

Доказательством данного утверждения могут служить реперные точки времени эпохальных изобретений, которые создали человеческий потенциал и в дальнейшем превратили его в капитал.

Для того чтобы обеспечить соответствие системы российского образования потребностям в развитии человеческого капитала, необходимы серьезные преобразования и изменение самих подходов к образовательному процессу.

По мнению авторов, можно выделить следующие ключевые направления преобразований современной российской системы образования, способные задать новый вектор развития человеческого капитала в России:

- 1) создание системы непрерывного образования, которая реально, а не формально обеспечивает концепцию «образование на протяжении всей жизни», модернизация системы дополнительного образования;
- 2) возрождение и развитие системы интегрированного обучения, обеспечивающей партнерство университетов с бизнесом и обществом;

3) формирование системы глобального доступа к лучшим образовательным ресурсам, объединение формального и неформального образования в целях индивидуализации образовательных маршрутов обучающихся, снижение уровня формализации образовательного процесса

Инновационный вектор развития экономики России обуславливает необходимость создания системы непрерывного образования, которая смогла бы обеспечить высокое качество жизни населения и максимальную полноту развития человеческого капитала.

Развитие человеческого капитала невозможно без создания высокоэффективной системы образования, позволяющей формировать новые компетенции и развивать уже имеющиеся на протяжении всей жизни человека [20]. Формирование основы создания и распространения структурных и образовательных инноваций, применяемых в процессе формирования профессиональных и так называемых метапредметных компетенций, требует системной модернизации дополнительного образования, включающей создание инновационной образовательной среды, сетевое взаимодействие, формирование сетевых научно-образовательных комплексов, персонификацию образовательного процесса на основе единства и преемственности формального, неформального и неформального образования [21, 22], интерактивные образовательные среды и платформы, новые технологии и методы преподавания, новые формы организации образовательного процесса, обеспечивающие доступность и высокое качество образовательной услуги.

Высокоэффективная система инженерно-технической подготовки – еще один важный элемент образования как инструмента повышения качества жизни населения и развития человеческого капитала. Модернизация образования в соответствии с потребностями высокотехнологичных отраслей промышленности определена Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации», Национальной доктриной образования в Российской Федерации, государственной программой «Развития образования на 2013-2020 годы». Интегрированное обучение – один из путей, позволяющих обеспечить высокое качество подготовки инженерно-технических кадров, и это показывает как опыт прошлых лет, так и современные попытки возродить данную систему в вузах России.

Практика показала, что одними из ключевых направлений модернизации инженерно-технической подготовки становятся:

- развитие взаимодействия с индустриальными партнерами в целях обеспечения практикоориентированности образовательного процесса и повышения уровня востребованности выпускников вузов на рынке труда;
- модернизация модели целевой подготовки выпускников в части перехода от целевого приема на 1 курс к целевому обучению на основании отбора высокомотивированных обучающихся 2-3 курса для специализированной подготовки в интересах лидеров отраслей;
- развитие инновационных форм организации образовательного процесса, в т.ч. проектного подхода.

Обеспечение доступа к лучшим глобальным образовательным ресурсам, объединение формального и неформального образования позволит сформировать систему подготовки высококвалифицированных выпускников, обладающих не только профессиональными компетенциями, сформированными на основе сложившихся научных и образовательных достижений и традиций определенного вуза, но и профессиональными и

метапредметными компетенциями, сформированными на основе передового мирового опыта. Для этого должна быть создана эффективная система учета использования дополнительных образовательных ресурсов в образовании, созданы процедуры, позволяющие реально оценить возможность зачета освоения дополнительных образовательных программ в качестве результатов освоения элементов основных образовательных программ вузов.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что образование является ключевым инструментом формирования устойчивых социально-экономических систем, обеспечивающих реализацию и развитие человеческого капитала и, в конечном итоге, повышение качества жизни населения.

Библиография

1. Куртцвейл Р. Эволюция разума. – М: Эксмо, 2016. – 448 с.
2. Florian Kongoli Sustainable Development Definition / Criteria // Sustainable Industrial Processing Summit & Exhibition, 4-7 nov. 2018. Rio De Janeiro, Brazil. URL: <https://www.flogen.org/sips2018/>
3. D.J. Nelson Sustainability: Case study of perfect storm // Sustainable Industrial Processing Summit & Exhibition, 4-7 nov. 2018. Rio De Janeiro, Brazil. URL: <https://www.flogen.org/sips2018/>
4. Кирко В.И., Кононова Е.С. Образование как ключевой фактор инновационного и устойчивого развития // Современное образование. – 2019. – № 1. – С. 12-24. DOI: 10.25136/2409-8736.2019.1.28894 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=28894
5. Минойская цивилизация [Электронный ресурс]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Минойская_цивилизация
6. История Острова Пасхи [Электронный ресурс]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/История_Острова_Пасхи
7. Куда исчезли 20 древних цивилизаций? [Электронный ресурс]. – URL: <https://taynikrus.ru/tajny-ischeznuvshix-civilizacij/kuda-ischezli-20-drevnix-civilizacij/>
8. История открытия меди [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.vazaro.ru/events/articles/134/>
9. Даниленко В. В. Из истории открытия синтеза наноалмазов // Физика твердого тела. – 2004. – Т. 46. – № 4. – С. 581–584.
10. Дьячков П.Н. Углеродные нанотрубки: строение, свойства, применения. – М.: Бином, 2006. – 293 с.
11. Hullman A. The Economic Development of Nanotechnology – An Indicators Based. Analysis / Angela Hullman. – European Commission. – DG Research. – 2006 (28 Nov). URL: <http://cordis.europa.eu/nanotechnology>
12. Kroto H. W., Heath J. R., O'Brien S. C., et. al. C: Buckminsterfullerene // Nature 318, 162 (1985) doi:10.1038/318162a0
13. Geim A. K., Novoselov K. S. Восход графена (англ.) = The rise of graphene // Nature Materials. — 2007. – Vol. 6. – P. 183-191. – doi:10.1038/nmat1849. – arXiv:cond-mat/0702595.
14. История мировых экономических кризисов [Электронный ресурс]. – URL: <https://ria.ru/20080917/151357556.html>
15. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. – М.: Экономика, 2002. – 767 с.

16. Глазьев С. Ю. Современная теория длинных волн в развитии экономики // Экономическая наука современной России. – 2012. – № 2 (57). – С. 8-27.
17. Йозеф Шумпетер [Электронный ресурс]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Шумпетер_Йозеф
18. Медведев, Д.А. Новая реальность: Россия и глобальные вызовы / Д.А. Медведев // Вопросы экономики. – 2015. – № 10. – С. 5-29.
19. Kurzweil R. The singularity is near. – New York. – Published by the Penguin Group, 2005. – 432 p.
20. Ковалевский В. А., Кирко В. И. Стратегическое управление региональным педагогическим университетом в условиях глобальных и локальных рисков // Современное образование. – 2015. – №. 2. – С. 45-69.
21. Кирко В. И., Белова Е. Н., Белошапкин В. В. Сеть ресурсных центров КГПУ им. В. П. Астафьева и малых предприятий на их основе–перспективные структуры инновационного развития территорий // Инновации в непрерывном образовании. – 2013. – № 6-7. – С. 007-012.
22. Кирко В. И. Малахова Е.В., Ковалевский В.А. Реализация дистанционного образовательного процесса в условиях отдаленного поселка с ограниченным доступом к скоростной сети Интернет // Современное образование. – 2014. – №. 4. – С. 72-85.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования выступает образование как инструмент управления развитием человеческого капитала в новых макроэкономических условиях

Методология исследования объединяет совокупность методов, основанных на выявлении и обобщении опыта других исследователей, сравнительного изучения литературных источников и концепций относительно данной проблемы.

Актуальность исследования определяется тем, что обеспечение стабильного развития социально-экономических систем и создание условий для благополучия населения неразрывно связано с формированием модели развития, ориентированной не только на рост финансово-экономических показателей, но и достижение высоких стандартов жизни отдельного человека, а также эффективное использование всех видов ресурсов.

Научная новизна работы заключается в том, что в работе уточнены определения понятий "человеческий потенциал" и "человеческий капитал", определены ключевые направления преобразований современной российской системы образования, способные задать новый вектор развития человеческого капитала в России.

Стиль, структура, содержание отвечает требованиям.

Библиография включает 22 источника, на которых в работе даны ссылки

Выводы, интерес читательской аудитории. В работе теоретически и практически обосновано положение, что инновационный вектор развития экономики России обуславливает необходимость создания системы непрерывного образования, которая непременно включает и постоянное дополнительное образование используя современные информационные технологии.

Теоретическая и прикладная экономика

Правильная ссылка на статью:

Комиссарова А.В. Лесопромышленный комплекс России: особенности формирования, состояния, развития и роли // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 3. С. 39-58. DOI: 10.25136/2409-8647.2024.3.71380
EDN: MGSQZN URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=71380

Лесопромышленный комплекс России: особенности формирования, состояния, развития и роли

Комиссарова Анна Владимировна

студент; факультет экономики и бизнеса; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-т, 49, оф. 314

✉ mdb.science@yandex.ru



[Статья из рубрики "Экономика природопользования и землеустройство"](#)

DOI:

10.25136/2409-8647.2024.3.71380

EDN:

MGSQZN

Дата направления статьи в редакцию:

02-08-2024

Аннотация: Статья посвящена исследованию лесопромышленного комплекса (ЛПК) Российской Федерации. В работе анализируются основы функционирования ЛПК, его текущее состояние и перспективы развития. Предметом исследования является российский рынок лесопромышленного комплекса, включающий процессы создания и развития, а также влияние динамики экспорта на развитие комплекса. В первом разделе статьи рассматриваются основы функционирования ЛПК, включая особенности процессов создания и развития комплекса, а также влияние экспорта на его развитие. Во втором разделе проводится анализ текущего состояния рынка, выявляются проблемы и предлагаются способы их преодоления, обсуждаются возможности обхода торговых ограничений, влияние лесовосстановления на ресурсный потенциал и роль нормативно-правовой базы в международном контексте. Новизна работы заключается в комплексном подходе к изучению российского ЛПК, что позволяет выявить специфические черты его функционирования в условиях перехода к рыночной модели экономики и определить основные внутренние и внешние проблемы, с которыми сталкивается отрасль. Методы исследования включают анализ нормативно-правовой базы, статистических данных, а

также изучение опыта иностранных рынков. Основные выводы исследования подчеркивают, что российский ЛПК характеризуется сложностями организации системы заготовки и переработки лесов, связанными с переходом к рыночной модели и особенностями распределения прав собственности на лесные ресурсы. Комплекс испытывал ряд внутренних проблем, таких как функционирование в теневом секторе экономики и неэффективная система контроля, а также санкции 2022 года. Рентные отношения между арендаторами и государством также оказали негативное влияние на экономическую эффективность использования лесных ресурсов. Санкционные ограничения привели к необходимости поиска новых рынков сбыта продукции, что оказалось затруднительным из-за транспортных издержек и других факторов. Тем не менее, статья отмечает перспективность ЛПК при условии реформирования системы оценки ренты лесов и повышения инвестиционной привлекательности комплекса. В целом, исследование подчеркивает важность ЛПК для российской экономики и необходимость его адаптации к новым условиям.

Ключевые слова:

лесопромышленный комплекс, экономический анализ, рынок леса, экспорт, лесовосстановление, нормативно-правовая база, теневой сектор, инвестиционная привлекательность, торговые ограничения, Россия

Вступление

На территории Российской Федерации находится по разным оценкам около 20-25% мировых лесных ресурсов, что обеспечивает ей лидирующие позиции в данной отрасли по запасам. Однако по объемам лесозаготовки Россия занимает только 5 место, а доля лесного сектора не превышает 1,5 % от совокупного ВВП нашей страны.

Формирование рынка ЛПК имеет определенную специфику развития. В советское время существовал государственный механизм, который контролировал и связывал между собой процессы лесопереработки и лесозаготовки, обеспечивая относительно равномерное и эффективное распределение ресурсов, которые располагались на территории РСФСР. Однако в результате перехода к рыночной модели экономики, появились определенные проблемы, которые замедлили темпы развития данной отрасли в Российской Федерации. Это связано прежде всего с институциональными проблемами, изначально появившимися в сфере лесного хозяйства, так как, несмотря на процесс приватизации, лесные ресурсы остались федеральной собственностью и сохранили за собой постоянный государственный контроль. В настоящее время государство инвестирует большое количество финансовых ресурсов для развития рынка ЛПК и предпринимает различные меры для повышения его инвестиционной привлекательности и увеличения количества предпринимателей, задействованных в данной среде. Однако на рынке лесной промышленности сформировался целый ряд проблем. Несмотря на большие запасы природных ресурсов, модернизация рынка ЛПК происходит медленно, из-за чего национальная экономика не способна использовать весь потенциал этого сектора.

Степень изученности проблемы. В целом, экономику лесопромышленного комплекса рассматривали в своих работах многие исследователи: Н. А. Моисеев, М. М. Орлов, которые занимались проблемами лесоиспользования еще в советское время, а также более современные Т.Н. Иванова, Н.Е. Антонова, А.С. Шейнгауз, А.А. Киселева. В

настоящее время специфика исследований связана с особенностями данного рынка. Так, сегодня большинство ученых, изучающих рынок ЛПК, ведут свою деятельность либо в регионах, которые обладают значительным запасом лесных ресурсов, либо опираются на запрос крупных лесопромышленных холдингов. Анализ основных источников показал, что данная тема является значимой для российской экономической науки.

Цель данной статьи заключается в определении ключевых особенностей рынка лесопромышленного комплекса Российской Федерации и выявлении перспектив его развития. Для достижения данной цели нами будет проведена следующая работа:

1. Изучение особенности процессов создания и развития лесопромышленного комплекса России.
2. Оценка текущего состояния рынка ЛПК на территории России.
3. Выявление ключевых проблем и ограничений, которые в настоящее время мешают развитию рынка ЛПК.
4. Определение эффективности применения мер государственной поддержки для решения данных проблем.
5. Рассмотрение основных перспектив для данного рынка возобновляемых ресурсов в условиях изменяющихся рыночных условий.

Исходя из поставленных задач, становится понятно, что объект этого исследования – рынок лесопромышленного комплекса России. Предмет исследования – особенности формирования и функционирования данного рынка.

1. Основы функционирования рынка лесопромышленного комплекса Российской Федерации

1.1. Место ЛПК в российской экономике

Для того, чтобы более конкретно определиться с предметом исследования, обратимся к определению лесопромышленного комплекса. Кажется наиболее комплексно оно сформулировано в работе Ивановой Т.Н., где говорится, что ЛПК – это система предприятий лесной промышленности, обеспечивающих предприятий, а также органов государственной власти, задействованных в процессе лесоиспользования [\[1\]](#). Предприятия в данной отрасли заинтересованы в получении прибыли и инвестиций на основе собственной деятельности, органы управления – в получении налоговых доходов. Часть исследователей придерживаются кластерного подхода для определения рынка ЛПК, так как данная отрасль промышленности требует включения достаточно большого количества связанных между собой предприятий, часть из которых составляют «ядро кластера» и непосредственно участвуют в самопроизводственном процессе, а часть, являясь предприятиями-партнерами, осуществляют деятельность на основе договорных отношений.

Независимо от разницы подходов к определению ЛПК, данный сектор экономики «обладает несколькими общими чертами» [\[2\]](#), к которым относится:

1. Тесная взаимосвязь рынка лесных ресурсов с другими подсистемами национальной экономики.
2. Сложность описания единой модели функционирования ЛПК на основе региональных примеров из-за климатических, экономических и управленческих особенностей.

3. Процесс управления лесным комплексом подразумевает непосредственное влияние управленческих структур на лесопромышленный комплекс, которые обеспечивают реальное достижение целей развития ЛПК.

Однако аналитическое моделирование рынка лесопромышленного комплекса, по мнению некоторых авторов, «связано с определенными сложностями» [3], в связи с отсутствием формально-определенного перечня факторов, которые могут повлиять на всю систему в целом. Для этого они предлагают обратиться к методу «агент-ориентированного моделирования» в основе которого лежит поведение индивидуальных субъектов. В основе данного подхода лежит разделение агентов на леспромхозы и лесозаготовительные компании, которые в процессе своей деятельности решают проблему достижения оптимальности производственной деятельности. И управленческих агентов, таких как «Федеральная лесная служба», а также ее региональные подразделения, которые определяют внешние условия функционирования основных агентов [4].

Анализируя структуру взаимодействия ключевых агентов на рынке ЛПК, можно сделать вывод, что он имеет достаточно разветвленную организацию, включая в себя рынок круглого леса, рынок древесного топлива, рынок лесоматериалов, а также рынок целлюлозно-бумажной промышленности. Кроме того, он связан с нефтегазовым рынком, рынком центрального отопления и рынком электроэнергии, что говорит о его значимости в разрезе обеспечения ресурсами национальной экономики.

Однако данная модель более эффективно проявляет себя для представления региональных особенностей и не может полностью отразить ситуацию, которая происходит на территории страны. Это связано с тем, что отдельные региональные агенты имеют конкретное географическое положение, располагают определенным набором ресурсов и основными поставщиками и партнерами, однако «агрегировать данные рынки, составив единый алгоритм действия отдельных агентов ЛПК» становится проблематично ввиду недостатка данных и воздействия внешних факторов.

Если говорить о моделировании ЛПК в Российской Федерации, то важно учитывать ряд особенностей, к которым относятся:

1. Недостаток производственных мощностей для достаточно глубокой переработки производимой продукции.
2. Недостаточная заинтересованность производителей древесины в улучшении заготовительного процесса для соответствия продукции мировым стандартам.
3. Отсутствие значимых результатов по восстановлению лесов для использования их в качестве возобновляемых ресурсов.
4. Незаконное использование лесных ресурсов и неэффективность мер, принятых в отношении недобросовестного лесопользования.

Исследователи отмечают, что недостатком оценки лесных ресурсов является использование количественных показателей, к которым относится «площадь земель, покрытых лесом, площадь земель лесного фонда (тыс.), лесистость» [5]. Отследить данные индикаторы относительно несложно, и они остаются информационной базой для анализа динамики использования лесов. Однако оценка ресурсов исключительно данным подходом не полностью отражает реальную ситуацию.

Для получения объективной информации странами в международной практике используются более развитые методики оценки лесов. К ним относятся несколько методов:

1. Оценка стоимости лесов с помощью NPV, где стоимость ресурсов оценивается с учетом приносимой в будущем прибыли.
2. ISEW оценивает лесные ресурсы с точки зрения затрат на их возмещение.
3. ESNI подразумевает расчет стоимости при максимальном уровне заготовления лесных ресурсов с учетом сохранения определенных экологических гарантий.

В Российской Федерации ключевым показателем является расчетная лесосека, которая показывает предельный объем лесных ресурсов, который возможно использовать в экономике, не причиняя экологический вред. Однако данный метод имеет ряд недостатков и критикуется во многих работах по теме.

Уже сейчас можно сделать вывод: если отечественная оценка расчетной лесосеки отражает использование ресурсов в конкретный момент времени, то зарубежные практики оценивают лесные ресурсы в перспективе и стремятся адаптировать свои методы для их эффективного использования.

Для того, чтобы оптимизировать российские подходы к оценке лесных ресурсов, часто предлагают объединить две ключевые практики, а именно «ресурсную и технологическую» [5]. Ресурсный метод оценки опирается в большой мере на экологические факторы и формирует стоимость лесных ресурсов на основе анализа затрат на их восстановление. Ключевым для технологического метода является стоимость конечной продукции, величина которой складывается за счет повышения рентабельности производства и оптимизации процессов лесопереработки.

Однако в настоящее время в Российской Федерации существует реальная проблема не только с оценкой будущей стоимости лесных ресурсов, но и с их истощением. Это связано, прежде всего, с неравномерностью лесозаготовительных работ или так называемой «системой концентрированных рубок». За счет заготовления лесов преимущественно на одних и тех же территориях, которые обладали транспортной доступностью и находились недалеко от производств, произошло их обеднение. В результате сильно увеличилось среднее плечо вывозки лесных ресурсов, которое составляла в 1940 году 50-100 км, а в 2015 достигло 300-350 км [5]. Кроме того, из-за того, что проходило недостаточно времени между вырубками, происходило ухудшение лесного фонда, который в настоящее время представлен в основном березовыми и осиновыми культурами.

Таким образом, богатый потенциал лесных ресурсов Российской Федерации в настоящее время используется не совсем эффективно из-за высокой концентрации рубок вокруг лесоперерабатывающих центров. Как итог, наиболее отдаленная и труднодоступная часть леса остается незадействованной, а другая часть постепенно истощается и становится непригодной для производств.

1.2. Особенности процессов развития ЛПК в России

Рассмотрев основные подходы к моделированию рынка ЛПК, обратим внимание на анализ процесса его создания и последовательного развития на территории России. Согласно статистическим данным, объемы заготовки РСФСР к 1990 году достигали 336,4

млн. куб. метров, однако с переходом экономики к рыночному типу данный показатель снизился до рекордно низких значений в 96,8 млн. куб. метров в 1996 году. Постепенно объемы производства ЛПК увеличивались и с 2015 по 2021 год стабильно сохранялись на уровне 220 млн. куб. метров. Однако одинаковый показатель на протяжении 6 лет иллюстрирует не слишком высокие значения, относительно объемов леса, которыми располагает наша страна.

Если обратиться к данным Федеральной службы государственной статистики (Рис. 1), то можно увидеть, что, несмотря на постепенное увеличение объемов рынка, количество организаций, которые задействованы в данной отрасли, существенно снизилось и достигло показателя в 5 тысяч, сократившись за 12 лет втрое. Но, если данное производство в начале 2010-х годов показывало отрицательные показатели рентабельности, то, начиная с 2015 года, оно показало устойчивый рост, а к 2021 году достигло рекордных значений в 16,6, что сопоставимо со значением показателя в большинстве отраслей.

Если говорить о причинах подобных тенденций, то можно предположить, что резкое сокращение числа организаций связано с большими капитальными затратами для организации производства в данной отрасли, а также с возрастающей ролью крупных холдингов, которые способны увеличивать рентабельность собственного производства благодаря вертикальной организации и возможности инвестировать в обновление технологий. А резкий рост рентабельности производства может быть вызван как повышением цен на пиломатериалы на мировом рынке, так и большей долей переработанной продукции в общем объеме реализации.



Рис. 1. Динамика показателей по виду деятельности «Лесозаготовки»

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

Развитие рынка ЛПК также во многом связано с особенностями размещения лесных ресурсов на территории нашей страны. Если посмотреть на данные объемов производства необработанного леса за 2018-2021 год (Табл. 1), то можно увидеть, что основные объемы лесных ресурсов сконцентрированы в Северном и Северо-Западном Федеральных округах – их суммарная доля составляет около 65%, в то время как в других округах находится гораздо меньшее количество запасов леса. С подобным распределением ресурсов связана определенная специфика развития комплекса, так как чаще всего из-за высоких транспортных расходов обработка леса происходит недалеко от места его добычи, поэтому основная продукция изготавливается в регионах, которые обладают значительным потенциалом. Примерами таких регионов являются

Вологодская, Кировская, Костромская области, Приморский край, а также Республика Карелия и Коми и др., однако наиболее крупное скопление деревообрабатывающих предприятий находится в Центральной части России.

	2018	2019	2020	2021
СЗФО	45361,8	48660,99	49319,74	49660,29
СФО	50680,92	40952,67	39761,22	44175,86
ПФО	19698,72	18784,99	19064,73	19586,58
ЦФО	12785,36	13487,24	13433,94	14363,53
ДВФО	11918,97	14484,13	13127,79	12010,88
УФО	4207,25	4363,69	4888,14	4904,14
ЮФО	489,54	355,22	356,01	422,96
СКФО	78,88	66,46	49,49	34,47

Таблица 1. Распределение производства необработанных лесоматериалов по федеральным округам (2018-2021). Тысяча плотных кубических метров.

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

1.3. Влияние динамики экспорта продукции ЛПК на развитие комплекса

Дискуссионным вопросом в российской экономической литературе является проблема экспорта продукции лесного комплекса из России. Структура рынка ЛПК в России менялась за последние 20 лет, в 1992-2008 гг. прослеживалось превалирование круглого леса. Экспорт круглого леса, как достаточно низкообработанной продукции, давал небольшой вклад в национальный ВВП из-за невысокой добавленной стоимости, однако приводил к несопоставимо большому объему использования лесных ресурсов в сравнении с объемами денежных средств, который он приносил национальной экономике [13].

Исследователи считают, что практически неограниченный вывоз круглого леса за границу на протяжении 15 лет привел к «замедлению развития ЛПК и сделал количественное расширение – основным методом». Однако, начиная с 2009 года, ситуация начала резко меняться. Это было связано как с общим уменьшением количество вывозимой продукции ЛПК с территории России, так и с динамикой цен на дерево на мировых рынках. Если опираться на данные о структуре экспорта за 2019 год (Табл. 2), то можно увидеть, что наибольшую долю занимают пиломатериалы, а также бумага и картон. Круглый же лес составляет только десятую часть от общего объема, что говорит о большем удельном весе обработанной продукции в общей структуре экспорта.

Круглый лес	Пиломатериалы	Фанера	Целлюлоза	Бумага и картон	Прочее
1,46	4,48	1,14	1,12	2,5	1,89
11,60%	35,58%	9,05%	8,90%	19,86%	15,01%

Таблица 2. Структура экспорта продукции ЛПК из России за 2019 год (млрд. долларов)

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

Если рассматривать ключевые направления экспорта продукции ЛПК (Рис. 2), то более половины всего круглого леса и целлюлозы в 2019 году вывозилось в Китай, обработанная же продукция использовалась развитыми европейскими и развивающимися азиатскими странами.

Кроме того, из анализа структуры видно, что, если основными направлениями поставок в Китай являлась целлюлозная продукция, которая занимала около 63,3%, то в Финляндию и Японию доля поставляемой древесной продукции составляла более 6%. Данная структура доказывает тот факт, что если в развитые страны Россия поставляла в большей степени низко обработанную продукцию, то развивающиеся рынки были готовы закупать не только сырьевую базу для дальнейшего производства

Подобная ситуация на рынке ЛПК позволяет сделать вывод, что экспорт продукции играл значимую роль для многих производителей на протяжении последних 30 лет. Однако, в начале 2022 года был полностью запрещен вывоз круглого леса и другой необработанной деревянной продукции с территории России, а в результате введения санкций ситуация сильно изменилась.

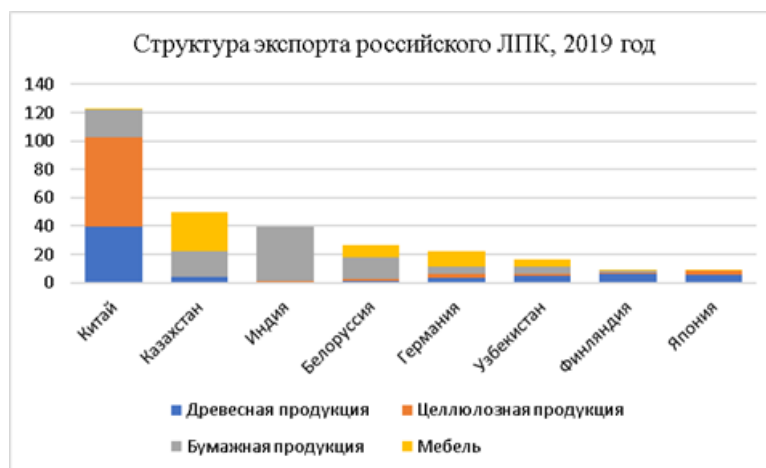


Рис. 2. Структура российского экспорта продукции лесного комплекса, 2019

Источник: Федеральная таможенная служба России.

С целью обеспечения экономической безопасности был введен временный запрет на вывоз за пределы России в установленные иностранные государства и территории отдельных видов лесоматериалов [6]. Данное ограничение касалось только отдельных видов продукции ЛПК, однако ограничивало экспортные возможности компаний отрасли. Однако пятый, седьмой и восьмой пакеты санкций, принятых Европейским союзом во втором квартале 2022 года, также сократили количество направлений для вывоза леса за границу. И хотя немалую долю экспорта (Рис. 2) составляли дружественные страны, переориентировать цепи поставок оказалось достаточно проблематично. Это во многом связано с тем, что транспортные расходы составляют большую долю издержек при реализации продукции. Основным видом перевозок является железнодорожный транспорт, экспорт леса по которому в 2022 год составил 527,6 тыс. тонн, сократившись на 25,8% (Постановление Правительства).

Таким образом, в настоящее время сложно полностью оценить состояние рынка ЛПК. Крупные лесные холдинги вынуждены искать новые рынки сбыта и решать логистические проблемы, чтобы наладить экспорт продукции, так как потребности российского внутреннего рынка слишком малы. Государство также обеспечивает определенные меры поддержки для развития лесной отрасли. Так, например, оно осуществляет компенсацию затрат на транспортировку промышленной продукции [7]. Однако, несмотря на стимулирующие меры, снижение объемов производства некоторых предприятий превышало 25%, объемы экспорта круглого леса в связи с введенными ограничениями упали более чем на 50% по сравнению с 2021 годом, однако часть исследователей

утверждает, что падение экспорта продукции ЛПК может достичь в среднем 10-15%.

Подводя итог исследованию ключевых особенностей рынка лесопромышленного комплекса Российской Федерации, можно сделать вывод, что они связаны с несколькими значимыми факторами, которые сформировали предпосылки для развития всего рынка ЛПК на территории России.

Первое – это территориальное размещение лесных ресурсов. Несмотря на то, что Россия обладает большими запасами древесины на своей территории, эти факторы производства распределены неравномерно относительно субъектов федерации. Поэтому на отрасли отражается региональная специфика, а ее моделирование становится практически невозможно из-за сильно отличающихся параметров различных территорий страны.

Также важным фактором, влияющим на развитие отрасли является экспорт продукции, который составляет большую долю прибыли для производителей из-за разницы цен на мировых и внутренних рынках древесины. Однако данная сфера подвержена постоянным изменениям из-за влияния внешних факторов, что делает отрасль еще более рискованной в лице инвесторов.

Закрывающим фактором, оказывающим влияние на развитие отрасли является сконцентрированность основных ресурсов в руках крупных холдингов, которые арендуют лесные участки на продолжительный период времени и усиливают конкуренцию, создавая барьеры для входа более мелких производителей.

2. Анализ текущего состояния рынка лесопромышленного комплекса и определение его перспектив развития

2.1. Проблемы развития лесопромышленного комплекса России и способы их преодоления

Как говорилось выше, в 2022 на развитие рынка ЛПК значительное давление оказали внешние ограничения, которые серьезно сузили экспортные возможности отрасли. Однако до введения данных мер лесопромышленный комплекс испытывал ряд проблем и сложностей, которые также делали его развитие гораздо более медленным. Разберем подробнее данные негативные факторы.

Наверное, один из самых значимых внутренних барьеров для развития рынка лесной промышленности – это то, что земли лесного фонда являются федеральной собственностью [8]. Согласно мнению некоторых исследователей: «Россия остается единственной из десяти ведущих стран – мировых лесозаготовителей, в которой нет частной собственности на лесные земли». Отмечается, что рост российской лесной промышленности с помощью экстенсивных путей во многом связан с особенностями распоряжения данными ресурсами частных владельцев. Большинство стран, располагающие значимым количеством лесных ресурсов, могут использовать их эффективно, благодаря рациональному распределению прав собственности и высоким уровнем государственного контроля за их исполнением.

Так, если опираться на данные сопоставимых с Россией по объемам лесозаготовок стран, например, Канады, Финляндии, США, то можно сделать вывод о том, что даже небольшая доля собственности на частные ресурсы стимулирует развитие отрасли и делает ее более привлекательной для инвесторов. В то же время показатели менее развитых стран – Мексики или Папуа Новой Гвинеи, – в которых полностью отсутствует частная собственность на лес, доказывают, что подобное распределение прав может не

только не повышать степень развитости лесного комплекса, но и вызывает сокращение ресурсного потенциала страны.

В настоящее время арендатор практически не несет собственной ответственности за арендованный участок после окончания срока ренты. Подобная мера снижает эффективность лесовосстановительных мероприятий, которые переходят в руки профильных органов исполнительной власти на местах. В связи с этим также проявляется проблема недостаточного восстановления лесных ресурсов, что ведет к их постепенному сокращению, наблюдается уменьшение площади лесовосстановления с 1453,7 тыс. га в 1995 г. до 961,8 тыс. га в 2017 г., то есть почти на 34% [\[9\]](#). Несмотря на то, что величина платы за арендованные участки повышается, согласно постановлению Правительства, а величина ренты высчитывается как дисконтированная стоимость леса, процедура проведения аукционов имеет ряд недостатков, связанных с субъективностью результатов и недостатком данных официальной статистики.

Однако также исследователи отмечают, что мгновенный переход к частной собственности на территории России может еще более усугубить ситуацию на российском рынке ЛПК, переведя большую часть лесозаготовок в теневой сектор экономики. В качестве решения данной проблемы, эксперты предлагают реформировать систему проведения лесных аукционов. Так, согласно работе А.И. Пыжева, доходы бюджета Российской Федерации при правильном проведении политики рентных платежей в 2013 году могли бы увеличиться в 3-4 раза от тех, которые были собраны фактически. Основным методом решения данной проблемы предлагается расчет лесной ренты «на основе эконометрических моделей Парето и Рикардо», построенным по открытым данным лесных аукционов.

Также важной проблемой рынка ЛПК является низкая привлекательность данной отрасли для инвесторов из-за низкой рентабельности производств в данной отрасли, а также из-за высокого удельного веса отходов при производстве продукции. Опираясь на мировой опыт, можно говорить о том, что основными инструментами увеличения инвестиций являются субсидии, налоговые льготы и создание отдельных фондов для развития отрасли [\[10\]](#). Данные меры показывают свою эффективность на территории развитых стран.

В России в настоящее время реализуется Стратегия развития лесного комплекса до 2030 года, которая предполагает реализацию более 157 проектов с общим объемом инвестиций более 644,6 млрд. рублей. Государственные программы могут быть значимыми вложениями в развитие отрасли, однако частные инвесторы связывают данную отрасль с большими капитальными затратами и высокими рисками, из-за чего основное развитие отрасли зависит от расширения производства крупных строительных холдингов. Эта проблема в настоящее время также обостряется сложностями с экспортом продукции и относительно невысоким объемом внутреннего рынка, потребности которого сильно меньше возможностей уже имеющихся производств [\[11\]](#). Также новые инвестиции необходимы для увеличения вложений в оборудование, так как если в 2019 году этот показатель составлял 27 миллиардов рублей, то к 2030 году планируется увеличить данное значение вдвое. Кроме реализации мер государственной поддержки, необходимо гарантировать производителям определенные показатели себестоимости продукции, а сохранение процентных ставок по кредитам, привлекаемым для развития отрасли и реализации инвестиционных проектов.

Заключительной острой проблемой ЛПК Российской Федерации, как кажется, является

сложность институционального регулирования данной отрасли. В частности доступность консолидированных данных, отражающих ситуацию на рынке лесопромышленного комплекса, которая сейчас очень ограничена. Это обосновано целым рядом факторов, к которым относятся сложность проведения учета количества заготавливаемой продукции, а также невозможность получения полностью достоверных данных от значительной доли предприятий, действующих в теневом секторе. Для преодоления данной проблемы необходимо систематизировать данные, получаемые при учете деятельности предприятий на всех стадиях производства продукции ЛПК, а также увеличить эффективность мероприятий, проводимых для контроля за незаконным изготовлением и вывозом деревянной продукции. При решении данной проблемы также стоит обратить внимание на структуру вывозимой продукции. Так как увеличение доли высоко обработанной продукции также может регулироваться с помощью принимаемых государством мер [\[12\]](#).

2.2. Возможности преодоления торговых ограничений российскими компаниями ЛПК

Как говорилось выше, экспорт всегда играл значимую роль для российской лесной промышленности. Именно поэтому ограничения, введенные государствами, могут сильно повлиять на дальнейшее развитие отрасли, которая в современной России развивалась более отстающими темпами, нежели другие области ресурсной экономики.

Несмотря на то, что совокупный экспорт в страны, которые ввели ограничения на ввоз продукции ЛПК, в стоимостном выражении составил где-то около 557 млн долларов (что на 50% меньше совокупного экспорта древесины в Китай), это все равно значимо отразилось на основных лесных холдингах. Части компаний удалось переориентироваться на другие направления продаж. Так, например, операционные результаты Segezha group (Табл. 3) показывают, что несмотря на большой рост продажи и производства пиломатериалов, другие направления показали падение. Несмотря на увеличение объемов производства и рост выручки на 15%, компания сократила чистую прибыль на 60%, что говорит о достаточно значимых финансовых потерях в 2022 году.

	Производство	Продажи
Пиломатериалы	91%	200%
CLT	51%	94%
Бумажные мешки	-2%	-3%
ДВП	1%	-8%
Домокомплекты	-13%	-8%
Бумага	-9%	-13%
Фанера	-17%	-17%
Клееная балка	-58%	-45%

Таблица 3. Операционные результаты компании Segezha group, 2022 год

Источник: официальный сайт компании Segezha Group.

Согласно мнению исследователей, часть продукции достаточно проблематично заместить аналогичными вариантами за короткий промежуток времени. В случае товаров ЛПК с высокой добавленной стоимостью некоторые компоненты из смежных отраслей также могут оказаться импортными [\[16\]](#). Данный факт говорит об определенных ограничениях, с которыми сталкиваются производители древесной продукции в случае переориентации своей деятельности на внутренний рынок и поисков альтернативных рынков сбыта.

Если оценивать реальную ситуацию на рынке лесной промышленности, то оно все-таки сократилось, показав падение в 10,3% и составило в среднем 29 млн. куб. метров, как, впрочем, и экспорт всей древесины, поставленной за границу. Согласно данным Рослесхоза, ключевым направлениям для переориентации российского производства станет, ожидаемо, Ближний Восток и Китай, и другие развивающиеся страны. Общий рост экспорта в указанные страны составил 18% [\[17\]](#). Однако исследователи утверждают, что изменить цепочки поставок продукции ЛПК не так просто, как в случае с другими производствами. В подтверждение данного мнения приводится несколько аргументов. К первому из них относится осторожное поведение торговых партнеров [\[14\]](#) по данным направлениям, вызванное геополитическими рисками, которые могут быть применены к их странам. Второе же ограничение связано с пропускной способностью транспортных путей, которые в настоящее время заполнены различными видами ресурсов, таких как уголь, сталь и другие. Таким образом, полностью перенаправить экспорт в данные регионы становится экономически невыгодным, из-за чего компаниям приходится искать альтернативные пути адаптации к введенным торговым ограничениям.

Подводя итог, можно сказать, что возможности для преодоления рыночных ограничений у российского рынка ЛПК есть. Они связаны, прежде всего, с желанием крупных компаний-экспортеров адаптироваться к изменяющимся условиям, постоянно находясь в поиске новых рынков сбыта и путей транспортировки продукции. Кроме того, при решении ряда внешних факторов, как, например, увеличение пропускных возможностей транспортных путей в восточном направлении и снятие торговых ограничений на экспорт определенных видов продукции, может положительно сказаться на данной отрасли промышленности. Российский рынок ЛПК, который в последнее несколько лет активно развивался в связи с высокими мировыми ценами на лесную продукцию, в 2022 пострадал достаточно сильно. Однако, несмотря на возникшие сложности, лесопромышленный комплекс подошел к этой кризисной ситуации в гораздо более зрелом положении, чем раньше. Значимыми для рынка лесной промышленности являются государственные меры поддержки, которые позволяют сократить транспортные расходы для предприятий, находящихся на Северо-Западе страны, в отдалении от рынков Азии и Ближнего Востока. Поддерживающие инвестиционные проекты, которые подразумевают стимулирование деревянного строительства на территории России, а также возможность введения преимущественного провоза древесной продукции может положительно отразиться на крупных предприятиях лесной отрасли.

Даже с позиций середины 2024 года оценить влияние санкций на рынок ЛПК, в последние годы во многом ориентированный на экспорт, достаточно сложно, ввиду малого количества достоверных данных. Однако мы выяснили, что у этого рынка есть перспективы роста, которые при правильной реализации могут стимулировать его дальнейшее развитие, но которые, судя по всему, не используются в полную силу.

2.3. Влияние процессов лесовосстановления на ресурсный потенциал рынка ЛПК

При решении текущих проблем, с которыми сталкивается в настоящее время лесной комплекс России необходимо учитывать, что его возможности во многом зависят от качества проводимых лесовосстановительных работ. Но сегодня эти мероприятия не всегда приводят к ожидаемому результату. Это связано с тем, что оценка эффективности мероприятий проходит на основании данных о посадке лесных насаждений, в то время как в первую очередь необходимо отслеживать результат.



Рис. 3. Воспроизводство лесов в Российской Федерации

Источник: Федеральная служба государственной статистики.

Опираясь на данные статистики, можно сделать вывод о том, что рост количества мероприятий по восстановлению леса, проводимых человеком, происходит достаточно медленными темпами. Также, несмотря на ежегодный рост количества вырубаемого леса в России, то есть расчетной лесосеки, доля качественной хвойной древесины в общем объеме лесных ресурсов постепенно снижается, уступая место более молодым древесным породам. Хотя в настоящее время проводится комплекс мероприятий, направленных на уточнение данных для расчета объема расчетной лесосеки, лесовосстановление не успевает за темпами заготовки древесины.

Опираясь на статистические данные, можно увидеть (Табл. 4), что если в 1990-2000 годы на территории Российской Федерации лес не только не восстанавливался естественным образом, но и сокращалось общее количество лесных ресурсов, то к 2010 году ситуация резко изменилась и количество восстанавливаемого леса достигло 161 гектар на 1000 гектаров в год, в то время как в остальной Европе площадь восстанавливаемого леса упало с 257 в предыдущем промежутке времени до -7. Однако к 2020 году площадь восстанавливаемых территорий вновь снизилась практически вдвое относительно рекордных значений 2010-х.

Данные по искусственным посадкам леса имеют схожую динамику. Если к 2010 году относительный показатель на 1000 увеличился практически вдвое и достигал 425, то к 2020 году эта цифра сократилась, и в среднем ежегодная потеря леса в Российской Федерации составила 73300 га в 2010–2020 гг. [\[15\]](#). Подобные данные говорят о сокращении эффективности лесовосстановительных мероприятий, проводимых Российской Федерацией в 2010-2020 годах. Кроме того, исследователи говорят о сложности оценки из-за отсутствия точных статистических данных о лесных ресурсах России, которые в настоящее время собираются тремя федеральными агентствами в рамках проведения лесной инвентаризации. Однако в среднем запасы лесного фонда Российской Федерации не изменялись на протяжении 30 лет и составляли в среднем 80750 млн. куб. метров.

	1990-2000		2000-2010		2010-2020	
	площадь (на 1000 га в год)	% изменение	площадь (на 1000 га в год)	% изменение	площадь (на 1000 га в год)	% изменение
Российская	-239	-0,03	161	0,02	91	0,01

Федерация						
Европа	257	0,22	-7	-0,01	-3	0

Таблица 4. Годовое изменение площади естественно возобновляющегося леса в Российской Федерации [\[14\]](#)

На эффективность мероприятий по воспроизводству леса на территории Российской Федерации могут повлиять изменение лесного законодательства, которое перенесет ответственность за восстановление на арендаторов лесных участков. Подобная мера может сделать более эффективным решение проблемы, так как в данном случае государству будет необходимо осуществлять контроль за проведением соответствующих мероприятий. Кроме того, необходимо «установить зависимость платы за пользование лесным участком от качества лесного хозяйства» [\[16\]](#), что ограничит доступность более качественных видов древесных пород и может привести к их планомерному восстановлению.

Таким образом, необходимость реформирования системы лесовосстановления также важна для рынка ЛПК. Валовой доход с единицы площади эксплуатационных лесов при одинаковых затратах в 30–35 раз ниже, чем в Финляндии [\[16\]](#). Данный факт говорит о достаточно низких показателях рентабельности по сравнению с другими странами, что делает российскую продукцию менее конкурентной на внешних рынках сбыта. Истощение ресурсного потенциала из-за вырубки основной части качественных пород может привести к проблемам развития всей отрасли, которая даже в условиях доступности ресурсов испытывает определенные трудности.

Чтобы преодолеть подобные тенденции необходимо модернизировать рынок ЛПК России, что значительно повысит эффективность реализации ресурсного потенциала (который, очевидным образом, является весьма значительным). Однако невозможно сделать это исключительно за счет нормативного ограничения количества рубок и введения четких параметров лесовосстановительных работ. Если опираться на опыт стран, которые также являются активными поставщиками рынка лесных ресурсов, то, например, в Финляндии коммерческие рубки достигают около 40% от всего объема лесозаготовления [\[17\]](#). Подобная модель сокращает истощение территорий, засаженных лесными ресурсами за счет удаления ресурсов низкого качества. Несмотря на то, что с экономической точки зрения подобные процедуры не слишком выгодны для заготовителя, они существенно повышают отдачу древесины и ее качество с 1 гектара леса [\[18\]](#). Внедрение подобной технологии в Финляндии отражается на текущих экономических результатах лесопользования, где при относительно небольших запасах леса экспорт древесной продукции составляет около 5 % ВВП. Но, кроме того, несмотря на ежегодное увеличение объема лесозаготовки, запасы древесины за последние несколько лет увеличились более чем на 10%.

Несмотря на то, что для достижения подобных результатов правительство Финляндии занималось реформированием лесной отрасли на протяжении последних 50 лет, данные показатели все равно подтверждают возможность роста российской лесной промышленности. Однако для повышения конкурентоспособности на мировом рынке Российской Федерации необходимо искать возможности для обновления системы лесозаготовок и повышения эффективности лесовосстановления, чтобы создать перспективы развития рынка лесопромышленного комплекса и использования его потенциала в более короткие сроки.

2.4. Значение нормативно-правовой базы для развития рынка ЛПК – международный контекст

Как говорилось ранее, эффективность ЛПК в советское время была сильно выше тех показателей, которые в настоящее время имеет российская экономика. Часть экспертов считает, что это связано с особенностями формальных государственных институтов, которые осуществляют регуляцию экономической деятельности. Так, например, Литвин Д.А, Давыдова Г.В. и Яковлев П.Н. в своей работе отмечают, что из-за неправильного распределения прав собственности возникает противоречие, так как «формальный институт мешает установлению оптимального рыночного равновесия, позволяющего максимизировать денежный поток в отрасль и оптимизировать лесоводственную (расходную) часть деятельности» [\[15\]](#). Это также подтверждается тем фактом, что арендодатель, согласно российскому законодательству, может только распоряжаться ресурсами, но будущие финансовые выгоды, которые можно получить с потенциального участка леса, возможно получить только собственнику земли, то есть государству. Таким образом, несмотря на большой объем пригодных для эксплуатации лесов, а именно 598 млн га, только половина является арендованной. Это говорит о не использующемся потенциале отрасли и обращает на себя внимание, так как напрямую отражается на ее развитии.

Кроме определенных сложностей с освоением лесных ресурсов возникают проблемы на уровне введения ограничений в нормативно-правовую базу, которые уменьшают долю заинтересованных заготовителей. Кроме постоянных изменений Лесного кодекса Российской Федерации (за последние 15 лет их количество превысило 65), вводятся новые Постановления, которые увеличивают административную нагрузку на арендаторов (Распоряжение Правительства), уменьшая потенциальные возможности для получения прибыли. Также данные решения приводят к разделению основной доли рынка между крупными компаниями, которые способны противостоять административному давлению и могут выдержать конкуренцию в условиях санкционного и внутреннего давления.

Также считается противоречивым расчет стоимости используемых ресурсов, так как действующие минимальные ставки за древесину на корню с ежегодными повышающими коэффициентами являются простейшей формой прямого налога, не имеющего никакого отношения к рыночной стоимости древесного ресурса и не гарантирующего даже простое воспроизводство лесных ресурсов [\[18\]](#). Данный факт говорит о неэффективности расчета лесной ренты в Российской Федерации, однако коренным образом решить данную проблему нельзя, так как не существует единой методики оценки лесных ресурсов, которая бы наиболее точно отражала стоимость лесных ресурсов и могла бы учесть все затраты на их восстановление. В таких развитых странах, как Канада и Финляндия, где эффективность лесной промышленности гораздо выше, чем в России, используют определение корневых цен на основе рыночных цен на круглые лесоматериалы [\[5\]](#).

В настоящее время ключевым документом, в котором заложены основные принципы модернизации рынка ЛПК в Российской Федерации является Стратегия развития лесного комплекса до 2030 г. Несмотря на обозначенные направления по рациональному распределению лесных ресурсов, в настоящее время недостаточно нормативно-правовых актов, которые бы обеспечивали увеличение роли коммерческих и частных агентов в лесопромышленном комплексе [\[19\]](#).

Таким образом, данная отрасль в Российской Федерации является подконтрольной государству. Подобное отношение снижает ее перспективы развития и замедляет темпы

роста. Противоречия, которые возникают на рынке в связи с особенностями законодательства, уменьшают заинтересованность участников рыночных отношений по повышению стоимости располагаемых ими ресурсов. Для преодоления данной проблемы необходимо предпринять и исполнить меры по децентрализации управления лесными ресурсами. И хотя большинство исследователей признают, что на реализацию подобного решения потребуется время, это необходимо сделать как можно скорее, пока рынок формируется заново, пытаясь адаптироваться к изменяющимся внешним условиям.

Заключение

Таким образом, в процессе работы были определены ключевые особенности рынка лесопромышленного комплекса Российской Федерации. Исходя из данных, представленных выше, эта отрасль имеет определенную специфику развития, что связано со сложностями организации системы заготовки и переработки лесов в связи с переходом к рыночной модели экономики, а также особенностями распределения прав собственности на лесные ресурсы.

Кроме того, начиная с 1990-х годов, комплекс испытывал ряд внутренних проблем. В первую очередь, они были связаны со значительной долей компаний отрасли, которые функционировали в теневом секторе экономики. Это было обусловлено отсутствием внутренней эффективной системы контроля и даже политической волей [\[20\]](#).

Помимо этого, значимую роль сыграли рентные отношения, которые сложились между арендаторами и государством при использовании лесных ресурсов. Исходя из иностранного опыта, можно сделать вывод о том, что полностью государственная собственность на лесные ресурсы негативно сказывается на экономической эффективности их использования. Тем не менее, многими признается, что российский рынок ЛПК в краткосрочном периоде требует не столько передачи прав собственности в частные руки, сколько реформирования системы оценки ренты лесов [\[21\]](#). Подобные меры, предпринятые государством, отразятся на инвестиционной привлекательности комплекса, а также косвенно смогут повлиять на эффективность проведения лесовосстановительных работ. Собственно, эти же меры считаются в мировой экономической науке основными для развития лесной промышленности не только как сферы, приносящей прибыль, но и как важной для планеты и климата отрасли антропогенной деятельности (см. работу Д. Джексона). Впрочем, в западной мысли также считается правильным развитие уровня государственного контроля, с чем не слишком согласна российская экономическая теория [\[22\]](#).

Выделив внутренние проблемы комплекса, которые отражались на развитии данной отрасли на протяжении последних 30 лет, нельзя обойти стороной санкционные ограничения. Рынок ЛПК, который всегда был ориентирован на экспорт, испытывает сложности с реализацией продукции. Если доля экспорта в выручке крупных лесных холдингов в 2018-2021 годах сохранялась на уровне 60-70%, то торговые ограничения вынудили производителей искать новые рынки для реализации продукции. Несмотря на популярное решение переориентации торговли в страны Ближнего Востока и Азии, для данного рынка это оказалось не так просто из-за ряда возникших ограничений. Они коснулись, прежде всего, северо-западных регионов страны, транспортные издержки которых могли превышать себестоимость самой продукции.

В целом стоит отметить, что ЛПК является перспективным, но одновременно «ослепленным» в плане информации и обладающим слишком большим уровнем регулирующих и предписывающих актов (Парижское соглашение, Распоряжения

Правительства, Федеральные законы и т.д.) вектором развития отечественной экономики. Надеемся, что сложившийся кризис ЛПК сможет пройти, найдя новые способы развития инвестиционной привлекательности.

Библиография

1. Дианов С. В. Архитектура модели перспективного анализа и планирования развития регионального лесного комплекса // Проблемы развития территории. 2017. № 5(91). С. 148-163.
2. Гулин К. А., Антонов М. Б. Теоретические аспекты агент-ориентированного моделирования развития лесного комплекса // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Т. 10, № 6. С. 59-74.
3. Блам Ю. Ш. Агентно-ориентированный подход к реализации модели лесного комплекса региона // Вестник КузГТУ. 2014. № 4(104). С. 176-180.
4. Носков В. А., Шишелов М. А. Подходы к оценке природного капитала лесов и перспективы модернизации лесопользования в контексте «зеленой» экономики // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2018. Т. 11, № 6. С. 41-56.
5. Пыжев А. И., Пыжева Ю. И., Зандер Е. В. Лесная рента в экономике России: оценка и эффективное использование: монография. Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2015. 202 с.
6. Анализ объемов перевозок лесоматериалов по железной дороге. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.eastrussia.ru/news/obemy-perevozok-lesomaterialov-po-zheleznoy-doroge-sokratilis-na-16-1/> (дата обращения: 16.04.2024).
7. Маевская Е. Обзор рынка древесины в России // BoomIn.ru. [Электронный ресурс]. URL: <https://boomin.ru/publications/article/rynok-drevesiny/> (дата обращения 16.04.2024).
8. Пыжев А. И., Иванцова Е. Д. Институты прав собственности на лесные земли в России: уроки зарубежного опыта // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2018. № 3(63). С. 48-56.
9. Шавкун Г. А., Литвин Е. А. Лесная промышленность России: современные проблемы и пути их решения // Вестник Челябинского государственного университета. 2019. № 7 (429). С. 102-109.
10. Иванцова Е. Д. Механизмы стимулирования инвестиций в лесной сектор экономики: анализ мирового опыта в контексте целесообразности его применения в России // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2020. № 15(4). С. 566-586.
11. Пыжев А. И. Лесная промышленность регионов Сибири и Дальнего Востока: перспективы развития лесоклиматического сектора // Проблемы прогнозирования. 2022. № 4(193). С. 68-77.
12. Лесопромышленный комплекс России // TadAdviser. [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Лесопромышленный_комплекс_России (дата обращения 16.04.2024).
13. Гордеев Р. В., Пыжев А. И. Лесная промышленность России в условиях санкций: потери и новые возможности // Вопросы экономики. 2023. №4. С. 45-66.
14. FAO. Global Forest Resources Assessment 2020: Main report. Rome, 2020. 186 p.
15. Шматков Н. М. Воспроизводство лесов предложения: для новой редакции стратегии развития лесного комплекса до 2030 года // ЛесПромИнформ. 2020. № 6 (152). С. 56-82.
16. Соколов В. А., Горяева Е. В., Соколова Н. В. О совершенствовании лесоуправления в России // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2020. Т. 4, № 2. С. 107-112.
17. Niu Y., Rasi K., Hughes M., Halme M., Fink G. Prolonging life cycles of construction materials and combating climate change by cascading: The case of reusing timber in Finland // Resources, Conservation & Recycling. 2021. Vol. 170, 105555. Pp. 1-10.
18. Литвин Д. А., Давыдова Г. В., Яковлев П. Н. Проблемы лесной отрасли и

институциональные основы ее интенсивного развития // Реализация Стратегии развития лесного комплекса РФ до 2030 года в новых реалиях: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Иркутск: Байкальский государственный университет, 2023. С. 55-61.

19. Иванова Т. Н. Особенности формирования механизма управления лесопромышленным комплексом // Вестник МГТУ. 2006. Том 9. № 4. С. 629-632.

20. Байков М. Д. Связь религиозности и политических предпочтений: опыт зарубежных и отечественных исследований // Политика и общество. 2024. № 1. С. 7-15. DOI: 10.7256/2454-0684.2024.1.68945

21. Shegelman I. R., Kulagin O. I. From the history of the creation of integrated structures in the timber industry of Russia // Перспективы науки. 2011. №. 8. С. 82-86.

22. Jackson D. H. The microeconomics of the timber industry. Routledge, 2019.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования. Исходя из названия, статья должна быть посвящена трансформации и будущему лесопромышленного комплекса России. Содержание статьи является интересным, но не соотносится с заявленной темой. Автору рекомендуется уточнить заголовок. Как правило, в наименовании содержится краткий ответ на вопрос "О чём статья?". Если он обозначен шире реального предмета исследования, то читатель будет не удовлетворен и в следующий раз будет избегать статьи данного автора / журнала.

Методология исследования базируется на анализе и синтезе данных, а также на применении графического инструментария. Это позволяет автору наглядно представить полученные результаты, что является положительной характеристикой рецензируемой научной статьи.

Актуальность исследования вопросов, связанных с развитием лесопромышленного комплекса России, не вызывает сомнения, так как это отвечает национальным целям нашего государства. При этом потенциальную читательскую аудиторию, прежде всего, интересуют вопросы, связанные с его трансформацией на инновационной основе.

Научная новизна в представленном на рецензирование материале частично присутствует. Например, интерес представляют результаты оценки влияния процессов лесовосстановления на ресурсный потенциал рынка лесопромышленного комплекса. К сожалению, из текста не удалось сделать вывод о том, что автор понимает под «потенциалом рынка лесопромышленного комплекса».

Стиль, структура, содержание. Стиль изложения не является научным, так как автор излагает текст от первого лица единственного числа, что не является допустимым в научных работах. Структура статьи автором выстроена, но сформированные подзаголовки не всегда корректно отображают содержание соответствующего структурного элемента. Например, в подпункте «Особенности процессов создания и развития лесопромышленного комплекса Российской Федерации» не удалось обнаружить перечень таких возможностей, что снижает впечатление от ознакомления со статьёй. Автор утверждает, что «ЛПК является перспективным, но одновременно зарегулированным и иногда «ослепленным» в плане информации вектором развития отечественной экономики.». Однако автором не осуществлена аргументация относительно конкретных примеров зарегулированности. Также рекомендуется

отказаться от сокращения «РФ» (не принято использовать в научной литературе)

Библиография. Библиографический список состоит из 20 наименований. Ценно, что автор использует разнообразную отечественную научную литературу, в том публикации 2024 года издания. При этом обращает на себя внимание отсутствие учёта зарубежной научной мысли. Устранение данного замечания позволит автору учесть различные векторы взгляда учёных и практиков на рассматриваемые проблемы.

Апелляция к оппонентам. Несмотря на наличие сформированного списка источников и проведённый её обзор во вступительной части, какой-либо научной дискуссии по результатам исследования не обнаружено. Качественное устранение данного замечания позволит улучшить слабо оформленную научную новизну. Очень важно показать, в чём конкретно состоит прирост научного знания.

Выводы, интерес читательской аудитории. С учётом вышеизложенного следует отметить, что автором была проведена большая подготовительная работа по сбору и систематизации данных. Качественная доработка обеспечит востребованность статьи у широкой читательской аудитории.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В рецензируемой статье рассматриваются особенности формирования, состояния, развития лесопромышленного комплекса (ЛПК) России.

Методология исследования базируется на анализе данных о развитии ЛПК нашей страны, визуализации полученных результатов, проведении сравнений с европейскими странами.

Актуальность работы авторы связывают с тем, что на территории Российской Федерации находится около 20-25% мировых лесных ресурсов, страна имеет лидирующие позиции в данной отрасли по запасам, однако по объемам лесозаготовок занимает только 5 место, а доля лесного сектора не превышает 1,5 % от совокупного ВВП страны.

Научная новизна рецензируемого исследования, по мнению рецензента состоит в определении ключевых особенностей лесопромышленного комплекса Российской Федерации и выявлении перспектив его развития.

В публикации структурно выделены следующие разделы и подразделы: Вступление, Степень изученности проблемы, Основы функционирования рынка лесопромышленного комплекса Российской Федерации, Место ЛПК в российской экономике, Особенности процессов развития ЛПК в России, Влияние динамики экспорта продукции ЛПК на развитие комплекса, Анализ текущего состояния рынка лесопромышленного комплекса и определение его перспектив развития, Проблемы развития лесопромышленного комплекса России и способы их преодоления, Возможности преодоления торговых ограничений российскими компаниями ЛПК, Влияние процессов лесовосстановления на ресурсный потенциал рынка ЛПК, Значение нормативно-правовой базы для развития рынка ЛПК – международный контекст, Заключение и Библиография. Приведенные заголовки отражают содержание излагаемого материала и дают представление о последовательности и логике проделанной авторами работы. В публикации три рисунка и четыре таблицы. Автор обращается к опыту развития лесопромышленного комплекса Финляндии, детально освещает проблемы отечественного ЛПК.

Библиографический список включает 22 источника – современные публикации российских и зарубежных авторов по рассматриваемой в публикации тематике, а также интернет-ресурсы, на которые в тексте статьи имеются адресные ссылки, подтверждающие наличие апелляции к оппонентам. Четыре источника в списке литературы – на иностранных языках.

Замечание: авторам предлагается отредактировать заголовок статьи и указать в чем конкретно рассматривается роль лесопромышленного комплекса России: в обеспечении экономической безопасности, интеграции процессов лесопереработки и лесозаготовки или же ещё в чем-то – без этого название выглядит не завершенным. Также наименования таблиц почему-то размещены не перед ними, а после – надо привести оформление в соответствие со стандартами. Эти доработки могут быть выполнены в рабочем порядке.

Тематика рецензируемого материала соответствует направлению журнала «Теоретическая и прикладная экономика», содержит некоторые элементы приращения научного знания и практической значимости, может вызвать интерес у читателей, рекомендуется к опубликованию.

Теоретическая и прикладная экономика

Правильная ссылка на статью:

Ведерникова М.И. Современные аспекты кросс-промо в российских компаниях // Теоретическая и прикладная экономика. 2024. № 3. DOI: 10.25136/2409-8647.2024.3.68921 EDN: MHLOHA URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=68921

Современные аспекты кросс-промо в российских компаниях

Ведерникова Мария Игоревна

аспирант, Санкт-Петербургский государственный университет

125993, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Смольного, 1/3 Подъезд № 7, стр. 3.

✉ maria.vedernikowa@yandex.ru



[Статья из рубрики "Маркетинговые исследования"](#)

DOI:

10.25136/2409-8647.2024.3.68921

EDN:

MHLOHA

Дата направления статьи в редакцию:

08-11-2023

Аннотация: Кросс-промо становится всё популярнее среди компаний российского рынка. К этой маркетинговой механике прибегают как представители крупного бизнеса, так и компании среднего размера. В статье подробно рассматриваются теоретические аспекты и причины роста популярности кросс-промо, анализируются важные нюансы, с которыми сталкиваются компании при проведении данного вида активности, и основные механики этого вида партнёрских кампаний, а также приводятся рекомендации по организации эффективного кросс-промо. Кроме того, подробно рассматривается рост поисковых запросов по данной тематике. Предметом исследования является кросс-промо, а объектом – рост популярности данной механики среди компаний российского рынка. Цель работы состоит в подтверждении гипотезы о росте популярности кросс-промо среди российских компаний, а также в комплексном рассмотрении причин, которые привели к данному росту. Методология исследования базируется на анализе и синтезе имеющихся данных о кросс-промо. Для подтверждения выдвинутой гипотезы используются данные из сервиса Wordstat Yandex. Результатом данного исследования является подтверждение гипотезы о росте популярности кросс-промо на российском

рынке с 2021 года, комплексный анализ причин, которые привели к росту, подробное описание различных видов кросс-промо и формулирование рекомендаций для успешного проведения акций данного формата. Также подробно рассматриваются такие виды кросс-промо, как сэмплинг, организация совместных мероприятий, проведение рекламных кампаний, организация рекомендательного кросс-промо, проведение акций и конкурсов, реализация партнерских программ и программ лояльности, совместное создание продуктов. Уникальность статьи состоит в выявлении факторов, которые определяют достижение запланированных показателей для кросс-промо. Приводятся основные рекомендации по выбору партнёров и формированию привлекательных для целевой аудитории акционных предложений.

Ключевые слова:

кросс-промо, маркетинг, партнёрский маркетинг, рекламные кампании, реклама, продвижение, привлечение клиентов, продажи, кросс-маркетинг, промо

Кросс-промо открывает перед компаниями ряд возможностей, основными из которых являются: повышение доверия к бренду за счет акций с более крупными и известными партнёрами, привлечение дополнительных клиентов без значительных затрат, повышение узнаваемости бренда, рост удовлетворённости клиентов.

Введение

Кросс-промо — маркетинговый инструмент совместного стимулирования сбыта и продвижения товаров и услуг одновременно двух или более компаний [1]. Строго говоря, это одна из разновидностей партнёрского маркетинга, который может реализовываться как в рамках единичной кампании, так и на постоянной основе: «Тактический кросс-маркетинг — краткосрочное одноразовое сотрудничество двух или более компаний с целью продвижения продукции каждой из них. Стратегический кросс-маркетинг — долгосрочное сотрудничество, направленное на решение разносторонних задач» [2].

Чаще всего, в организации совместного кросс-промо участвует не более трех компаний, поскольку наличие большого количества участников может значительно усложнить проект [3].

Актуальность данного исследования заключается в анализе понятия «кросс-промо», рассмотрении его отличия от таких терминов, как «кросс-маркетинг» и «кросс-акции», изучении динамики роста популярности «кросс-промо» среди российских компаний, а также в анализе современных форматов данного вида продвижения.

Проведенное исследование относительно употребления термина «кросс-промо» позволяет сделать вывод, что практика его применения в современной российской маркетинговой литературе сложилась таким образом, что понятие «кросс-промо» имеет более широкое значение, чем «кросс-акция», однако его значение уже, чем термина «кросс-маркетинг».

Основное различие трёх данных терминов заключается в объёме взаимодействия различных компаний.

Так, «кросс-акция» может подразумевать единичную маркетинговую активность, направленную на решение конкретной задачи: например, стимулирование спроса на выбранный товар или услугу.

Под «кросс-промо» понимается активное продвижение в рамках совместной маркетинговой активности, направленной не только на стимулирование спроса, но и на увеличение знания о бренде и на взаимодействие с базой партнёра.

Понятие «кросс-маркетинг» имеет ещё более широкое значение, чем «кросс-промо». В него, чаще всего, вкладывают не просто совместное продвижение, но и серию маркетинговых активностей: совместные мероприятия, неоднократное упоминание партнёра на различных ресурсах (как онлайн, так и офлайн), создание совместных продуктов и т.д.

Подводя итог, можно сделать вывод, что кросс-промо подразумевает продвижения товаров и услуг одновременно двух или более компаний, однако не подразумевает такого интенсивного взаимодействия, как в рамках кросс-маркетинга.

Методология и условия исследования

Методология исследования базируется на анализе и синтезе имеющихся данных о кросс-промо. Теоретическую и методологическую основу работы составляют теории и идеи российских ученых и практических специалистов в сфере маркетинга и PR. Автор систематизирует научную, практическую и методическую информацию о кросс-промо, рекомендациях по организации успешного кросс-промо и необходимых факторах, которые нужно учесть, чтобы достигнуть поставленных KPI.

Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе следующих факторов: рост причин популярности кросс-промо в России, необходимые составляющие для организации успешной акции данного формата и формулировании ряда рекомендаций по проведению кросс-промо.

Также с помощью сервиса Wordstat Yandex был проведён анализ популярности поискового запроса «кросс-промо» за последние 2 года: с 1 декабря 2021 года по 1 декабря 2023 года.

Так, если в период с 1 ноября по 1 декабря 2021 года абсолютное количество поисковых запросов по ключевому слову «кросс-промо» составило 755, то за аналогичный период 2023 года — 1080 (см. рис. 1).

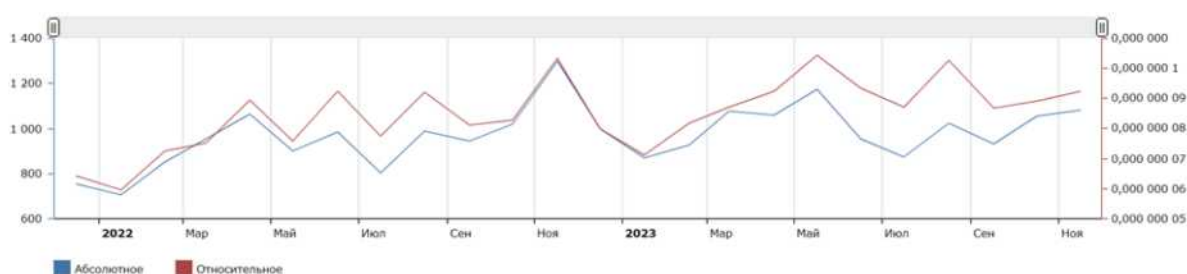


Рисунок 1 – График роста популярности поискового запроса «кросс-промо»

Рост популярности запроса «кросс-промо» в поиске на 43% за 2 года показывает, что интерес к данной тематике стабильно увеличивается.

Совместно с запросом «кросс-промо» пользователи чаще всего ищут примеры акций, уточняют, что запрос относится к отрасли маркетинга, хотят узнать про виды кросс-промо и уточняют, что их интересуют акции в России (см. рис. 2).


Статистика по словам	Показов в месяц 
кросс промо	1 015
кросс промо примеры	32
кросс промо маркетинг	20
виды кросс промо	18
кросс промо рф	17

Рисунок 2 – Топ-5 самых популярных поисковых запросов совместно с ключевым словом «кросс-промо»

Проведённый анализ показал, что количество запросов сильно различается в зависимости от региона. Так, больше всего кросс-промо ищут жители Москвы, на втором месте Санкт-Петербург, на третьем — Казань, далее в порядке убывания следуют Новосибирск, Пермь, Химки, Нефтеюганск, Краснодар, Красноярск, а замыкает десятку городов, где чаще всего ищут кросс-промо, Нижний Новгород (см. таблицу 1). Если в случае с Москвой и Санкт-Петербургом данную статистику легко объяснить большей численностью населения и концентрацией специалистов, работающих в сфере маркетинга и рекламы, то в остальных случаях такая взаимосвязь не прослеживалась. Так, население Нижнего Новгорода значительно превышает население Нефтеюганска, однако, число запросов «кросс-промо» в последнем городе значительно выше, как и региональная популярность данного запроса.

Представляется целесообразным также проанализировать популярность запроса «кросс-промо» по каждому региону отдельно. Региональная популярность показывает долю, которую занимает регион в показах по данному слову, деленную на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион. Популярность слова или словосочетания, равная 100%, означает, что запрос в данном регионе ничем не выделяется. Если популярность более 100%, то в данном регионе существует повышенный интерес к данной тематике, если меньше 100% — пониженный.

Таблица 1 – Топ-10 городов по показам материалов по запросу «кросс-промо»

Название города	Количество показов в месяц	Региональная популярность, в %
Москва	342	268
Санкт-Петербург	133	262
Казань	24	227
Новосибирск	22	137
Пермь	21	256
Химки	20	742
Нефтеюганск	19	3086
Краснодар	18	159
Красноярск	17	170
Нижний Новгород	15	97

Представляется логичным предположить, что кросс-промо и дальше будут только набирать популярность среди российских компаний по следующим причинам:

- Стоимость трафика и, соответственно, привлечения клиента, растет с каждым годом.
- Некоторые целевые аудитории клиентов сложно найти с помощью настроек рекламных платформ, при этом у партнёров уже может быть собрана база подходящей аудитории.
- Растущая конкуренция на рынке приводит к тому, что большинство компаний нацелены на получение конверсии и продаж [\[4\]](#).
- С помощью привлечения к сотрудничеству крупного и известного партнёра можно завоевать доверие целевой аудитории.
- Совместные активности позволяют повысить узнаваемость бренда среди целевой аудитории без значительных вливаний бюджета.
- Предлагая выгодные предложения от партнёров аудитории из базы компании, можно повысить лояльность существующих клиентов.
- Среди аудитории наблюдается «растущее психологическое отторжение рекламы» [\[5\]](#).

Таким образом, причины роста популярности кросс-промо среди маркетинговых активностей российских компаний становятся понятны: в основном, это желание продвинуть бренд, привлечь новых клиентов и увеличить выручку. Также во время кризиса данный инструмент коммуникации становится особенно актуальным, поскольку его основное преимущество заключается в возможности снизить затраты, распределяя их между партнерами.

Основная часть

В данном разделе исследования будут рассмотрены причины успешных кросс-промо, разновидности механик и рекомендации по организации кросс-промо.

Причины успешных кросс-промо: какие аспекты необходимо учесть при планировании

1. Целевая аудитория

Выбор партнёра, среди клиентов которого есть представители нужной целевой аудитории, – залог успешного кросс-промо. Это более значимый показатель для принятия решения о сотрудничестве, чем все остальные. Особенно тщательно анализировать аудиторию потенциального партнёра необходимо компаниям, у которых узкая ЦА, или работающим в сфере B2B. Компаниям с широкой целевой аудиторией выбрать партнёра для проведения перекрёстной промоакции значительно проще. Также важно отметить, что кросс-маркетинг предполагает объединение усилий таких организаций, которые непосредственно не конкурируют между собой [\[6\]](#).

2. Возможность роста базы

При организации кросс-промо одной из основных задач, как правило, является привлечение новой аудитории. «Суть кросс-маркетинга сводится к тому, что клиенты одной компании становятся одновременно потенциальными потребителями товаров и услуг другой», — отмечает [\[7\]](#). Для этого у компании и потенциального партнёра должны быть различные базы. Если базы с аудиторией практически полностью пересекаются, то такая акция не принесёт результата: о компании не узнают новые пользователи, однако

действующие клиенты компании могут увидеть выгодный оффер, рассылаемый по базе партнёра, и воспользоваться им. С большой долей вероятности они и так совершили бы заказ или для их мотивации требовалась бы скидка или бонус меньшего номинала. В этом случае компания вместо роста выручки теряет маржинальность сделанных заказов, особенно если первая продажа новому клиенту для компании убыточна и расчёт делается на окупаемость клиента за счёт LTV (Lifetime Value).

3. Сильный бренд партнёра

Этот показатель играет особо значимую роль для кросс-промо, основной целью которых является повышение доверия к собственному бренду за счёт проведения совместных акций с компаниями с более известным и раскрученным брендом. При поиске партнёров для таких кросс-промо важно учитывать следующие моменты:

- У потенциального партнёра должна быть безупречная репутация, в последнее время не было значимых ситуаций, которые могли бы негативно отразиться на бренде. В противном случае целесообразно выждать некоторое время, пока аудитория забудет про негативную историю, или вовсе отказаться от сотрудничества. Перед принятием решения целесообразно ответить на следующий вопрос: «Насколько значимо для целевой аудитории происшествие, в котором замешан потенциальный партнёр?» Например, если планируется организация кросс-промо с нефтеперерабатывающей компаний, а только накануне вышла новость о разливе нефти при транспортировке топлива этой компанией, при этом, выбранная целевая аудитория в большинстве своём заботится об экологии, то вопрос о проведении акции лучше отложить.

- Бренд партнёра должен быть известен и, желательно, быть более узнаваемым, чем собственный бренд. В этом случае становится возможным повысить узнаваемость бренда и завоевать доверие аудитории за счёт более сильного партнёра.

- Ниша, в которой работает партнёр, не должна вызывать негатив у целевой аудитории. Так, для бизнеса, позиционирующего себя как социально ответственного, немыслимо делать кросс-промо с компаниями, производящими табачную или алкогольную продукцию.

4. Выгодный оффер

При подготовке предложения для «холодной» аудитории, которая ещё ничего не знает о компании и у которой доверие к продукту не сформировано, важно особенно тщательно выбирать оффер. Это единственный способ мотивировать такую аудиторию сделать определённое действие: перейти на сайт, подписаться на рассылку или аккаунт в соцсетях, приобрести товар. Выгодное предложение (бесплатная услуга или товар, значимая скидка, повышенный уровень в программе лояльности, начисление бонусных баллов и т.д.) позволит достигнуть поставленной задачи. Главное – чтобы оффер был действительно привлекательным для целевой аудитории, иначе кампания будет неэффективной. Здесь важно понимать, какая задача является более приоритетной: получение выручки с первой продажи «холодной аудитории» или привлечение клиентов, даже если первая продажа будет «в ноль» или «в минус».

Многие компании теперь выбирают вариант, в котором первая продажа уходит «в ноль» или «в минус», и относят затраты к маркетинговым инвестициям. Как отмечает С.Н. Мищенко, «с помощью контроля могут быть подсчитаны затраты на привлечение новых потребителей и окупающая эти затраты прибыль. Часто добавленную стоимость приносит послепродажное обслуживание товара (услуги)» [\[8\]](#).

5. Нативный формат

Известно, что большинство людей, мягко говоря, недолюбливает явную рекламу, поскольку количество рекламных сообщений, которые человек видит в течение дня оффлайн и онлайн неуклонно возрастает. Появляется неприязнь к рекламе и баннерная слепота. Потому лучше делать рекламные сообщения максимально нативными, чтобы они не слишком сильно отличались от привычного для аудитории формата коммуникации. При коммуникации с аудиторией из своей базы стоит рассказать о значимых для ЦА преимуществах партнера и выгодах его предложения. Обычно, слову «партнер» клиенты доверяют.

Завершить представление лучше всего приятным бонусом. Например, подарком: бесплатным абонементом в спортзал на месяц, бесплатной консультацией у ведущего специалиста, бесплатной услугой и др. Бонусы лучше всего представлять с помощью промокодов или ссылок с UTM-метками на страницы сайта партнёра. Выполнив большую часть этих рекомендаций, вы обеспечите более высокие шансы на успешное кросс-промо.

6. Релевантное предложение для целевой аудитории собственной базы

Задачей партнёров является эффективная коммуникация с аудиторией из новой базы. Для решения задачи партнёр может отправить максимально эффективное предложение с его стороны. При согласовании оффера, креативов и частоты размещения важно попытаться спрогнозировать реакцию существующих клиентов на эту коммуникацию. Если есть понимание, что с высокой долей вероятности предложение для собственной аудитории нерелевантно или коммуникация будет слишком частой и навязчивой, стоит обсудить это с партнёром и, если не удастся пересмотреть условия, отказаться от сотрудничества. Например, партнёр настаивает, что нужно сделать 3 рассылки с его оффером по базе в течение месяца. Если средняя частота отправки писем с релевантными предложениями раз в месяц, становится очевидным, что такая частота коммуникации будет чрезмерной и часть аудитории отпишется от рассылки. Соответственно, будет потеряно некоторый процент аудитории. Принять верное решение поможет прогноз относительно выручки, которую компания могла бы получить, если бы данная аудитория осталась в базе и продолжала приобретать товары или услуги со среднестатистической частотой и средним чеком.

Важно учитывать все 6 пунктов, чтобы кросс-промо приносили желаемые результаты и не вызывали негативной реакции у собственной аудитории и аудитории партнёра.

Разновидности механик кросс-промо

Выбор конкретной механики кросс-промо зависит от задач совместной кампании, договорённостей партнёров и имеющихся у каждого из них ресурсов. «Глубина маркетингового взаимодействия в кросс-маркетинге может отличаться в зависимости от желания партнеров объединиться для проведения краткосрочных акций или для создания стратегического кросс-маркетингового альянса», – к такому выводу приходит Я.И. Семилетова [\[9\]](#).

Если компания не имеет опыта проведения кросс-промо, необходимо рассматривать внедрение данного типа кампании как к серьёзному изменению маркетинговой стратегии. К планированию изменений нужно тщательно подготовиться, т.к. «планирование предполагает разработку последовательности действий, позволяющей достигнуть желаемого результата, постановку целей и задач, составление программы

действий, выявление необходимых ресурсов и их источников» [\[10\]](#).

Также возможна ситуация, когда ресурсы и возможности одного партнёра (размер базы, узнаваемость бренда, посещаемость сайта и т.д.) значительно превышают ресурсы второго партнёра. Чаще всего, в этом случае компании сотрудничают в рамках партнёрского маркетинга, который подразумевает оплату за размещение партнёрского рекламного материала [\[11\]](#). В рамках платного взаимодействия возможны следующие схемы оплаты:

- плата за продажу – CPS (cost-per-sale);
- плата за действие – CPA (cost-per-action);
- плата за клик – CPC (cost-per-click);
- плата за показ – CPV (cost-per-view);
- плата за загрузку мобильного приложения – CPI (cost-per-install).

Существует и активно используется на практике достаточно много механик кросс-промо:

1. Проведение кросс-акций

Очень популярный и достаточно простой вариант, предполагающий обоюдовыгодное продвижение. Реализация любой рекламной акции направлена на то, чтобы вызвать интерес у клиента путем предложения ему дополнительных выгод: скидок либо подарков.

2. Сэмплинг

Представляет собой бесплатное предложение какого-либо образца товара совместно с товаром другого производителя. Хорошую результативность такой вариант показал в парфюмерной и косметической сфере.

Преимущества сэмплинга можно успешно применять в онлайн-бизнесе (добавление пробников при заказе какого-либо основного товара), или же в офлайне. Важно, чтобы в базе партнёра была целевая аудитория, но компании не были прямыми конкурентами.

3. Организация совместных мероприятий

Практически любое мероприятие – это хорошая возможность реализовать взаимное продвижение. Например, отлично организованный праздник может принести много пользы партнерам, предлагающим схожие услуги и товары. К выбору партнёра стоит отнестись серьёзно: подходящим вариантом для спортивного праздника будет изготовитель спортивного инвентаря, формы, или же поставщик здорового питания.

4. Проведение совместных рекламных кампаний

Этот тип кампании подразумевает продвижение двух-трех брендов с помощью одной рекламной коммуникации. Обычно реализуется как предоставление скидок за приобретение перечня каких-либо услуг или товаров, выложенных совместно на прилавке супермаркета. При этом товары могут относиться к различным категориям, к примеру, макаронные изделия и наборы чашек, тарелок или бокалов. Это может выглядеть как продвижение какой-либо товарной позиции в наборе. Например, предлагается приобрести два упакованных вместе товара и получить дисконт. Как правило, подобные мероприятия часто реализуются в крупных сетевых ритейлах. В

последнее время эти акции нередко проводятся на автозаправочных станциях, принадлежащих крупным сетям АЗС.

5. Организация рекомендательного кросс-промо

В данном случае предполагается, что какие-либо продукты, чаще инновационные, будут продвигаться благодаря рекомендациям опытных на этом рынке экспертов, но работающих в смежных областях. Наличие подобного партнерства в большинстве случаев обусловлено долгосрочным характером, а взаимодействуют бренды с использованием всех доступных средств: в рекламных роликах, буклетах, на страницах PR-изданий, в ходе ярких презентаций и мастер-классов, организованных изготовителями.

6. Проведение совместных акций и конкурсов

Это следующая стадия сотрудничества кросс-промоушн. После завершения нескольких взаимовыгодных кампаний, которые позволили расширить обе целевые аудитории, взаимодействующие компании способны поддерживать различные мероприятия и в будущем.

Также важной рекомендацией по совершенствованию PR-продвижения компании является организация тематических кросс-промо [\[12\]](#).

К примеру, торговая сеть организовала проведение конкурса, победители которого получают подарки от обоих брендов. Такой ход часто помогает укрепить сотрудничество дружественных компаний, а также вызвать интерес у новых покупателей, которые ранее не приобретали продукцию компаний-партнеров. О. А. Нестеренко отмечает, что совместный маркетинг и совместные программы лояльности, а также бонусные системы и кобрендинг в условиях кризиса более востребованы, нежели другие форматы сотрудничества [\[13\]](#).

Производители продуктов питания часто проводят отличные мастер-классы в престижных ресторанах, чтобы у потребителя появилась привычка покупать сразу несколько продуктов, изготовленных разными брендами, например, замороженный мясной деликатес и макароны.

7. Реализация партнерских программ и программ лояльности

Сегодня становится популярным вариант сотрудничества нескольких компаний: туристическая фирма, сеть спортивных залов, банк и т. д. Использование программы лояльности является очередным шагом, развивающим и углубляющим взаимоотношения с каждым клиентом. Как отмечает К. А. Татарinov, «цель каждой программы лояльности состоит в том, чтобы побудить покупателя, поощряемого призом, к дальнейшим покупкам в будущем» [\[14\]](#).

Также важно отметить, что внедрение программ лояльности позволяет не только максимизировать прибыль, но прогнозировать поведение пользователей и будущую выручку [\[15\]](#).

Многие компании обратились к игровым механикам, которые позволяют увеличить эффективность программ лояльности за счёт акцента на психологические факторы восприятия [\[16\]](#).

При этом расширенное взаимодействие различных компаний, как правило, увеличивает список возможных интересных подарков и скидок для клиентов. Простой пример: каждый абонент компании сотовой связи Теле2 может использовать скидки и партнёрские предложения из программы лояльности «Больше». Ассортимент бонусов учитывает разные группы целевой аудитории, поэтому пользователи могут выбрать как украшение в подарок, скидки на отели, так и получить бонусы на АЗС и в крупном сетевом супермаркете. В итоге это дополнительно мотивирует абонентов чаще заходить в приложение «Мой Теле2».

8. Совместное создание продуктов

Такой вариант отличается трудоемкостью, однако же он выгоден всем участвующим в проекте компаниям, которые совместно пытаются решить проблемы клиентов.

Важно понимать ключевые источники кросс-промо, а также каждый его формат. Источник представляет собой форму какого-либо вида рекламы, например, почтовая рассылка или новостной раздел сайта. Формат демонстрирует наполнение: специальное предложение, баннеры, проведение совместных конкурсов и т. д. Обычно партнеры подбирают несколько подходящих вариантов. Так, образовательный сервис стоит продвигать на обучающем вебинаре. К универсальным вариантам можно отнести специальные предложения.

Количество механик кросс-промо достаточно велико: от простейшей промоакции до грандиозного совместного мероприятия. В статье мы рассмотрели только самые распространенные механики.

Основные рекомендации по проведению кросс-промо

1. Анализ результатов кросс-промо

Даже если приложить максимум усилий, итоги кросс-промо могут выглядеть неутешительно. Дать гарантию, что партнёрство принесёт определённую выручку или точное количество клиентов, заранее невозможно. Можно только сделать приблизительный прогноз на основе ранее проведённых акций. Не исключено, что из прогнозируемых 2000 переходов на страницы сайта, на практике получится около 10% от этого количества. Возможна ситуация, что количество клиентов, которые перешли на сайт участника кросс-промо с ресурсов крупной компании, будет равняться нулю. Причин может быть несколько: неправильно выбранная аудитория, неподходящий оффер, скучные рекламные материалы, частота коммуникации и т.д. А быть может, партнер допустил серьезную ошибку, ведь иногда возникают недопонимания, партнеры могут проявить себя не с лучшей стороны, показать свою недобросовестность или же просто не выполнять условия договора.

В таком случае важно оценить количественные результаты и учесть их при подготовке следующих кросс-промо.

2. Использование преимуществ геймификации

Использование игровых маркетинговых стратегий помогает привлечь дополнительную аудиторию. Если маркетолог выдвигает гипотезу, что потенциальные потребители заинтересовались бы выполнением каких-либо заданий с целью получения бонусов, то технические средства располагают множеством возможностей, которые сделают игровой процесс более захватывающим и интересным. Кросс-промо в игровом формате обязательно стоит протестировать. Как показывает практика, такая кампания показывает

лучшие результаты по сравнению со стандартными механиками. Поэтому проведение партнерских кампаний при применении геймификации в маркетинге позволяют получить более высокие результаты [\[17\]](#).

3. Выстраивание честных и долгосрочных отношений с партнёрами

Донесение до партнёра правдивой информации помогает выстраивать доверительные долгосрочные отношения. Если существующая база емейл-рассылок содержит 10 000 подписчиков, то не стоит сообщать партнерам о том, что их в 10 раз больше. Результаты кросс-промо, как правило, все расставляют на свои места.

Как отмечают эксперты, «для предотвращения конфликтных и негативных взаимодействий с партнерами, а также в качестве упреждающих решений следует использовать эффективные направления концепции маркетинга взаимоотношений» [\[18\]](#).

Также не стоит в процессе акции менять какие-либо пункты партнерского договора или же отказываться от акции в самый последний момент.

4. Согласование рекламных материалов для партнёрской базы

Существует закономерность: чем чаще человек видит однотипные рекламные объявления, тем менее они ему интересны. Иногда это негативно отражается на успехе проведенной с партнерами акции. Оптимальным вариантом будет 75-80% рекламы посвящать новостям о деятельности собственной компании, а 20-25% – специальным релевантным предложениям от партнеров.

Выводы и дальнейшие направления исследования

Кросс-маркетинг дает прекрасные возможности для обеспечения продвижения бизнеса даже в кризисный период. Проявление кросс-маркетинговой активности принесет результаты, если взаимодействующие компании не являются конкурентами, их круг потребителей имеет похожий уровень доходов, а товары удачно дополняют предложение партнеров. В свою очередь, используя весь спектр возможностей маркетинга, компания с болейшей долей вероятности станет лидером рынка [\[19\]](#).

Форматы проявления кросс-маркетинговой активности могут быть совершенно разнообразными. Каждый из них должен учитывать особенности бизнеса, а также основные задачи, стоящие перед продвижением. Например, когда продажи осуществляются в социальных сетях, то лучше всего провести совместный эфир, разыграть приз или же обменяться промокодами. Офлайн-бизнес может протестировать новый продукт на аудитории партнёра, а также организовать обоюдовыгодные акции с другими компаниями.

Шансы на успех кросс-промо достаточно высоки. Важно лишь не ограничивать партнёрство обменом промокодами, а изучить аудиторию, постараться угадать ее потребности и удовлетворить запросы релевантными предложениями. В таком случае шансы на успех кросс-промо значительно повышаются, как и на выстраивание взаимовыгодных долгосрочных отношений с партнёрами.

Библиография

1. Журавлева Т. В., Захарченко П. А., Иваницкий Д. К. Цифровизация. Инструменты цифрового брендинга // Инновации. Наука. Образование. – 2021. – № 31. С. 1269–1273.
2. Иванченко О. В. Партнерский маркетинг в формировании эффективной коммуникации

- с целевыми потребителями // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2018. – № 2 (62). – С. 38–44.
3. Дрёмова М. Хрестоматийные примеры лучших кросс-промо – как найти партнера [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/kross-promo-best/> (дата обращения: 12.05.2018).
4. Курасова О.В., Ринчинова А.Г. Особенности продвижения брендов по партнёрской механике в инфлюенс-маркетинге // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2020. – Т. 10. № 7А. С. 33–40.
5. Гольман И. А. Эвент-маркетинг премиумных товаров (на примере современного российского арт-рынка) // Научные труды Московского гуманитарного университета. – 2017. – № 3. С. 118–128.
6. Карпов, И. А., Крячков А. Ф. Кросс-маркетинг как форма развития внутреннего туризма на примере Самарской области // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2016. – № 12(146). С. 58–62.
7. Макеева С. Кросс-маркетинг: что такое и как работает [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.gd.ru/articles/3253-kross-marketing> (дата обращения: 12.12.2023).
8. Мищенко С. Н. Маркетинг партнерских отношений как новая конкурентная стратегия маркетинга // Вестник Московской государственной академии делового администрирования. – 2010. – № 2(2). С. 149–153.
9. Семилетова Я. И. Партнерский маркетинг в развитии взаимовыгодных отношений между рыночными игроками // Известия СПбГАУ. – 2016. – № 45. С. 162–167.
10. Беркутова Т. А., Мищенкова О. В. Планирование изменений в маркетинговой деятельности предприятий // Вестник Поволжского государственного технологического университета. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 2(54). С. 59–73.
11. Корчагина Е. С. Способы стимулирования спроса при помощи неявного агрессивного маркетинга // Интеграция современных научных разработок в отраслевые системы: Сборник докладов Международной научно-практической конференции. – 2020. – С. 91–94.
12. Розова Н. К., Несмелова А. К. Специфика PR-продвижения досуговой организации // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – 2021. – № 2 (20). С. 256–265.
13. Нестеренко О. А. Мультибрендинг, комаркетинг и кросс-промо: синергия программ лояльности фэшн-ритейла и торговых центров // Тенденции науки и образования в современном мире. – 2016. – № 12(5). С. 23–28.
14. Татаринцов К. А. Современные аспекты маркетинговых коммуникаций в цифровом обществе // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8, № 1(26). С. 307–312.
15. Константинов П. К., Павлов И. С. Программы лояльности как неотъемлемая часть современного маркетинга // StudNet. – 2021. – № 5. С. 630–636.
16. Евтеев А. В. Создание индикаторов эффективности обеспечивает лояльность для повышения эффективности применения методов геймификации // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. – 2021. – № 3. С. 22–26.
17. Бондаренко В. А., Иванченко, О. В. Геймификация в маркетинговой деятельности компаний // Маркетинговые коммуникации. – 2017. – № 3. С. 186–193.
18. Степанов В. И., Андреев С. Н., Рыкалина О. В. Маркетинговые и логистические решения в управлении производственно-хозяйственной деятельностью промышленных предприятий // Экономические системы. – 2021. – Т. 14. № 1(52). С. 96–105.
19. Ведерникова, М.И. Продвижение бренда оператора речных круизов // Интернет-маркетинг. – 2023. – № 4 (124). С. 304–319.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования в рецензируемой работе выступают Причины популярности кросс-промо на российском рынке.

Методология исследования базируется на анализе и синтезе имеющихся данных о кросс-промо, в работе обобщены теории и идеи российских ученых и практических специалистов в сфере маркетинга и PR.

Актуальность работы авторы связывают с тем, что в условиях значительного и резкого ухудшения экономической ситуации меняются методы государственного воздействия на общественные процессы и, соответственно, должны претерпевать изменения система государственного управления и финансов.

Заявленная авторами научная новизна рецензируемого исследования заключается в комплексном анализе следующих факторов: рост причин популярности кросс-промо в России, необходимые составляющие для организации успешной акции данного формата и формулировании ряда рекомендаций по проведению кросс-промо.

В тексте статьи выделены следующие разделы: «Введение», «Методология и условия исследования», «Основная часть», включающая следующие подразделы: «Причины успешных кросс-промо: какие аспекты необходимо учесть при планировании», «Разновидности механик кросс-промо», «Основные рекомендации по проведению кросс-промо», «Выводы и дальнейшие направления исследования», «Библиография».

Авторами с помощью сервиса Wordstat Yandex был проведён анализ популярности поискового запроса «кросс-промо» за последние 2 года: с 1 декабря 2021 года по 1 декабря 2023 года и приведен график роста популярности поискового запроса «кросс-промо» за анализируемый период, отмечен рост популярности запроса «кросс-промо» в поиске на 43%, свидетельствующий о стабильном увеличении интереса к данной тематике. Также проанализирована популярность запроса «кросс-промо» отдельным городам, высказано предположение о причинах роста популярности кросс-промо среди российских компаний, выделены следующие аспекты, которые необходимо учесть при планировании успешных кросс-промо: целевая аудитория, возможность роста базы, сильный бренд партнёра, выгодный оффер, нативный формат, релевантное предложение для целевой аудитории собственной базы. Рекомендации по проведению кросс-промо сведены в следующие четыре пункта: анализ результатов акции, использование преимуществ геймификации, выстраивание честных и долгосрочных отношений с партнёрами, согласование рекламных материалов для партнёрской базы. Высказана точка зрения о том, что оптимальным вариантом будет 75-80% рекламы посвящать новостям о деятельности собственной компании, а 20-25% – специальным релевантным предложениям от партнеров.

Библиографический список статьи включает 18 научных публикаций по рассматриваемой теме, на которые в тексте приведены адресные ссылки, что подтверждает наличие апелляции к оппонентам.

Из резервов улучшения публикации можно отметить следующие. Во-первых, использованные автором выделения текста особым начертанием шрифта, а также различные маркеры для оформления списков, во многих случаях неудачны, поскольку не акцентируют внимание читателя на ключевых моментах. Во-вторых, наименование таблицы 1 – Топ-10 городов по показам материалов по запросу «кросс-промо» размещено почему-то не перед таблицей, как это предусмотрено правилами

оформления, а после нее. В-третьих, необходимо уточнить нумерацию рисунков, поскольку после «Рис. 2. Топ-5 самых популярных поисковых запросов совместно с ключевым словом «кросс-промо», размещен «Рис. 4. Пример совместной акции сети ресторанов «Тануки» и гипермаркетов ОБИ», а рисунок 3 отсутствует.

Рецензируемый материал соответствует направлению журнала «Теоретическая и прикладная экономика», отражает результаты проведенной авторами работы, содержит элементы научной новизны и практической значимости, может вызвать интерес у читателей, но нуждается в доработке в соответствии с высказанными замечаниями перед его опубликованием.

Результаты процедуры повторного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В статье произведена попытка представления информации об организации успешных промо-акций и формулировании ряда рекомендаций по проведению кросс-промо, но эта тема недостаточно раскрыта.

Актуальность темы статьи выражается в том, что число маркетинговых технологий постоянно увеличивается, потому что современный потребитель становится все более требовательным к товару, который приобретает. В связи с этим конкуренция практически во всех отраслях экономики становится жестче, и многие производители сталкиваются с необходимостью повышения конкурентных преимуществ своего продукта. В современных условиях требуются иные подходы для привлечения внимания клиентов, в первую очередь, применение кросс-маркетинговых технологий.

Научная новизна в данном тексте неочевидна, нет никаких ссылок на другие научные исследования, в тексте представлено только авторское мнение, что сильно снижает уровень достоверности представленного материала.

У рецензента есть много замечаний и нареканий по статье:

1. Стиль изложения сложно назвать научным, в тексте статьи отсутствует теоретический блок, посвященный рассматриваемому вопросу, что усложняет восприятие. Без этого раздела достаточно сложно оценить вклад автора в проведенное исследование. Необходимо прописать вводную часть, для того чтобы читателям было более комфортно читать представленную публикацию, сейчас в разделе "Введение" представлено только определение понятия "кросс-промо", чего явно недостаточно для научной статьи. Также желательно выделить отдельно блок, в рамках которого автор статьи проводит собственный анализ и представляет его результаты, сравнивая с работами других исследователей.
2. Второе замечание вытекает из первого - отсутствие апелляции к оппонентам. Также в статье нет статистического или ретроспективного анализа развития кросс-маркетинга в мире и в России.
3. В статье не раскрыто, каким образом измеряется показатель «Региональная популярность, %». Также непонятно, к чему был проведен анализ запросов по исследуемой теме в разрезе регионов.
4. Рисунок 3 не информативен, в чем конкретно была совместная акция ресторана и гипермаркета?
5. В статье не разграничены понятия «кросс-промо», кросс-маркетинг» и «кросс-акции».
6. Также рецензент предлагает, исходя из текста публикации, доработать и название статьи, предложение рецензента: «Современные аспекты кросс-маркетинг в российских компаниях».

В связи с представленными выше замечаниями можно сделать вывод, что научная новизна неочевидна, невозможно оценить вклад автора в изучение поставленного вопроса, выводы по статье не подкреплены доводами. Работа не в полной мере соответствует требованиям, предъявляемым к научным исследованиям, но написана на актуальную тему, которая получит отклик среди читательской аудитории, поэтому может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Теоретическая и прикладная экономика» после существенной доработки представленных замечаний.

Результаты процедуры окончательного рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом рецензируемого исследования выступает такой полезный маркетинговый инструмент продвижения товаров и услуг, как кросс-промо. Несмотря на то, что сам автор вместо обоснования актуальности собственного исследования ограничился перечислением того, что делалось в процессе работы, нельзя не признать довольно высокую степень актуальности изучения феномена кросс-промо, учитывая рост популярности данного инструмента в России, интенсивности его использования российскими компаниями, а также хорошие результаты, которые даёт совместное «перекрёстное» продвижение товаров и услуг. К сожалению, в отношении методологии автор также отделался общими фразами про вечные «анализ и синтез», «теории и идеи российских учёных», «систематизацию научной, практической и методической информации». То есть, конкретно об использованной методологии не сказано практически ничего. Тем не менее, из контекста можно понять, что в процессе исследования применялись анализ поисковых запросов при помощи сервиса «Wordstat Yandex», процессуальный и институциональный анализ успешных кейсов использования кросс-маркетинга, критический концептуальный анализ основных подходов к реализации кросс-промом, а также анализ вторичных статистических данных. Вполне корректное использование перечисленных методов позволило автору получить результаты, обладающие признаками научной новизны. И вновь, несмотря на некорректную формулировку новизны самим автором (научной новизной может обладать РЕЗУЛЬТАТ исследования, а не ПРОЦЕСС, то есть, те элементы нового научного знания, которые были ПОЛУЧЕНЫ в процессе исследования, а не то, что ДЕЛАЛ автор в этом процессе; соответственно, декларируемый автором «комплексный анализ факторов» быть научным результатом не может по определению). К числу таких результатов можно отнести следующие: экспликация факторов роста популярности кросс-маркетинга в России, механизм успешных кросс-промо, а также конкретные рекомендации по организации и проведению эффективных кросс-промо. В структурном плане статья также не вызывает отторжения: её логика достаточно последовательна и репрезентирует основные аспекты проведённого исследования. Хотя стремление автора следовать принятой в международной науке структуре IMRAD следует признать не очень удачной, поскольку в работе отсутствует раздел «Обсуждение», а раздел «Результаты» назван «Основной частью». Тем не менее, следует повториться: структура рецензируемой статьи вполне приемлема. В тексте выделены следующие разделы: - «Введение», где формулируется научная проблема, делается попытка (не очень удачная) обоснования её актуальности, а также предлагаются дефиниции основных понятий; - «Методология и условия исследования», где предпринимается попытка (тоже не очень удачная) теоретико-методологической рефлексии и где по неясным причинам оказывается и научная новизна исследования; - «Основная часть», где представлены основные результаты

исследования и сформулированы рекомендации по применению полученных знаний о кросс-промо; - «Выводы и дальнейшие направления исследования», где резюмируются итоги проведённого исследования, но вопреки заголовку, никаких перспектив дальнейших исследований не намечается. Стиль статьи можно признать вполне научным, хотя и не лишённым некоторых недостатков. В тексте встречается некоторое количество стилистических (например, некорректное выражение «...Больше всего кросс-промо [«термин кросс-промо»? – рец.] ищут жители Москвы...»; или избыточные слова вроде «представляется логичным предположить...» [«логично предположить»? – рец.]; и др.) и грамматических (например, лишняя запятая в предложении «Чаше всего, в организации совместного кросс-промо участвует...»; другой пример лишних запятых: «В него, чаще всего, вкладывают не просто совместное продвижение...»; и др.) ошибок, но в целом он написан достаточно грамотно, на хорошем русском языке, с корректным использованием научной терминологии. Библиография насчитывает 19 наименований, и в должной мере отражает состояние исследований по проблематике статьи. Хотя и могла бы быть усилена за счёт использования источников на иностранных языках. Апелляция к оппонентам имеет место при обсуждении причин успешных кросс-промо. К достоинствам статьи можно отнести использование иллюстративного материала (двух рисунков и одной таблицы), облегчающих восприятие текста.

На будущее автору можно пожелать более тщательно подходить к обоснованию актуальности собственного исследования, а также его теоретико-методологической базы. Да и в отношении структурирования текста также следует быть внимательнее и в заголовке раздела выносить только то, что действительно содержится в этом разделе.

ОБЩИЙ ВЫВОД: предложенную к рецензированию статью можно квалифицировать в качестве научной работы, отвечающей основным требованиям, предъявляемым к работам подобного рода. Полученные автором результаты будут интересны экономистам, маркетологам, социологам, представителям российских компаний, а также студентам экономических специальностей. Представленный материал соответствует тематике журнала «Теоретическая и прикладная экономика». По результатам рецензирования статья рекомендуется к публикации.

Англоязычные метаданные

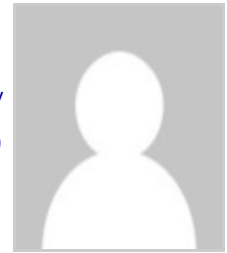
The conditions necessary for the emergence of an LNG price hub in Russia

Shprygov Iurii

Postgraduate student, Department of World Economics, St. Petersburg State University

199034, Russia, Leningrad region, Saint Petersburg, Universitetskaya nab., 7/9

✉ yury.shprygov@gmail.com



Abstract. The subject of the study is the consideration of the possibility of creating Russia's own LNG price hub. Global pricing for liquefied natural gas (LNG) is characterized by a hybrid approach – it combines binding to oil products and price indices at gas hubs. However, formula pricing with binding to quotations at global gas hubs currently prevails. Russia, as the largest LNG producer, is also forced to follow this trend, and thus depend on the prices of foreign hubs when implementing gas exports. The creation of our own price hub would improve Russian LNG export channels and influence global pricing, maximizing the profits of domestic producers. The study is based on the use of methods of analysis and synthesis, statistical and factor analysis. In the first part, the author examines the experience of European and American companies in the creation and operation of price gas hubs, assesses their role and identifies the conditions for their successful development. The second part is devoted to the creation and development of an LNG price hub in Russia, an analysis of the competitiveness of Russian LNG supplies to the Asian market, and consideration of possible challenges in the implementation of such a project. The conclusions present the conditions for the formation of a price gas hub based on the experience of foreign companies and countries and the challenges in implementing this project in Russia. In addition, as a preliminary stage of ensuring the hub's activities, an initiative to create an electronic auction platform for LNG trading is presented and calculations are given to determine the marginality of spot sales from the Far East as part of trading on the auction platform.

Keywords: Natural gas, Liquefied natural gas, hub, export of gas, gas industry, price formation on gas, TTF, NBP, Henry hub, International market of gas

References (transliterated)

1. Statistical review of world energy // British Petroleum. – 2018. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2018-full-report.pdf> (data obrashcheniya: 25.04.2019);
2. World LNG Report. 27th World Gas Conference Edition // International Gas Union. – 2018. [Elektronnyi resurs]. – URL: https://www.igu.org/sites/default/files/node-document-field_file/IGU_LNG_2018_0.pdf (data obrashcheniya: 26.04.2019);
3. Statistical review of world energy. Op.Cit.;
4. Ibid.;
5. Buyers are unable and sellers are unwilling // PJSC Gazprom. – 2014. [Elektronnyi resurs]. – URL: <http://www.gazprom.com/press/news/reports/2014/european-market-at-a-crossroads/> (data obrashcheniya: 26.04.2019);

6. Ibid.;
7. Ibid.;
8. Stern, J. and Rogers. The Transition to Hub-Based Gas Pricing in Continental Europe // Oxford Institute for Energy Studies. – 2011. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2011/03/NG49.pdf> (data obrashcheniya: 20.04.2019);
9. Heather P. The evolution of European traded gas hubs // Oxford Institute for Energy Studies. – 2015. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2016/02/NG-104.pdf> (data obrashcheniya: 20.04.2019);
10. Khizer P. Razvitie gazovykh khabov i ikh rol' v formirovanii benchmarkov dlya fizicheskikh kontraktov na postavku prirodnogo gaza // Skolkovo. – 2017. [Elektronnyi resurs]. – URL: [a.https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/SEneC/research02.pdf](https://energy.skolkovo.ru/downloads/documents/SEneC/research02.pdf) (data obrashcheniya: 20.04.2019);
11. Shi X., Hari M.P. Variam. Key elements for functioning gas hubs: A case study of East Asia // Natural gas industry B. Volume 5, Issue 2. – 2018. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2352854017302036?token=AC327496B2CB9612568AEE32C1B57BD6985309039CCA7398293815B3A39498565D42E8F7E27C078ED008EBEFE9F529C6> (data obrashcheniya: 20.04.2019);
12. László Varró W.K, Corbeau A.S. Developing a natural gas trading hub in Asia: obstacles and opportunities // International Energy Agency. – 2013. [Elektronnyi resurs]. – URL: https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/AsianGasHub_FINAL_WE_B.pdf (data obrashcheniya: 20.04.2019);
13. Wood D. Gas hub scorecard 2018 update // European Federation of Energy Traders. – 2018. [Elektronnyi resurs]. – URL: https://efet.org/Files/Documents/EFET_GasHubs2018_EAGC.pdf (data obrashcheniya: 24.04.2019);
14. Ibid.;
15. European brokered gas trade jumps by more than 25% in 2018 // ICIS Heren. – 2019. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.icis.com/explore/resources/news/2019/01/02/10301180/european-brokered-gas-trade-jumps-by-more-than-25-in-2018/> (data obrashcheniya: 25.04.2019);
16. Ibid.;
17. CME Group Announces Henry Hub Natural Gas Futures All-Time Daily Volume Record, Surpassing 1.2 Million Contracts // Cission PR Newswire. – 2018. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/cme-group-announces-henry-hub-natural-gas-futures-all-time-daily-volume-record-surpassing-1-2-million-contracts-300750523.html> (data obrashcheniya: 28.04.2019);
18. Evolyutsiya sistemy tsenoobrazovaniya na mirovom energeticheskom rynke: ekonomicheskie posledstviya dlya Rossii / pod red. O. I. Malikovoi, E. S. Orlovai. — M.: Ekonomicheskii fakul'tet MGU imeni M. V. Lomonosova, 2017. — 432 s.
19. Heather P. The evolution and functioning of the traded gas market in Britain // Oxford Institute for Energy Studies. – 2010. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/publications/the-evolution-and-functioning-of-the-traded-gas-market-in-britain-2/> (data obrashcheniya: 29.04.2019);
20. The evolution of European traded gas hubs. Op.Cit.

21. Fulford N. Evolving Natural Gas Paradigms – Risks and Opportunities for Industry Participants // Gaffney, Cline & Associates. – 2016. [Elektronnyi resurs]. – URL: <http://gaffney-cline-focus.com/evolving-natural-gas-paradigms-risks-and-opportunities-for-industry-partici> (data obrashcheniya: 29.04.2019);
22. Gasunie Transport Services – About GTS // Gasunie Transport Services. – URL: <https://www.gasunietransportservices.nl/en/about-gts>
23. Dutch TTF Gas Futures – Description // The ICE. – 2019. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.theice.com/products/27996665/Dutch-TTF-Gas-Futures> (data obrashcheniya: 29.04.2019);
24. Shi X. Development of Europe's gas hubs Implications for East Asia // Natural Gas Industry B. – 2016. –Vol.3, Issue 4. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352854016300766> (data obrashcheniya: 30.04.2019);
25. Dickx L., Miriello C., Polo M. Balancing systems and flexibility tools In European gas markets // IEFCE Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy. –2014. [Elektronnyi resurs]. – URL: http://www.iefce.unibocconi.it/wps/wcm/connect/dfdb3e33-daae-416f-af7e-1886cc32507a/Report_IEFE_14.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kfZenmk (data obrashcheniya: 30.04.2019);
26. Authority for Consumers and Markets. – [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.acm.nl/en>
27. Intercontinental Exchange. – [Elektronnyi resurs]. –<https://www.theice.com/index> (data obrashcheniya: 01.05.19);
28. Stern J., Rogers H.V. The dynamics of a liberalized European gas market: Key determinants of hub prices, and roles and risks of major players // Oxford Institute for Energy Studies. – 2014. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/wpcms/wp-content/uploads/2014/12/NG-94.pdf> (data obrashcheniya: 01.05.2019);
29. Office of Gas and Electricity Markets. – [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.ofgem.gov.uk/> (data obrashcheniya: 01.05.2019);
30. Neumann A., Siliverstovs B., Hirschhausen C. Convergence of European spot market prices for natural gas? A real-time analysis of market integration using the Kalman filter // Applied Economics Letters. – 2006.-№13.[Elektronnyi resurs]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/24068301_Convergence_of_European_Spot_Market_Prices_for_Natural_Gas_A_Real-Time_Analysis_of_Market_Integration_Using_the_Kalman_Filter (data obrashcheniya:);
31. Mel'nikova S.I., Geller E.I., Mitrova T.A., Kulagin V.A. GAZOVYI RYNOK ES: epokha a.reform// INEI RAN-NIU VShE. – 2016. [Elektronnyi resurs]. – URL: https://www.eriras.ru/files/gazovyy_rynok_es_-_epokha_reform.pdf (data obrashcheniya: 01.05.2019);
32. Razvitie gazovykh khabov i ikh rol' v formirovanii benchmarkov dlya fizicheskikh kontraktov na postavku prirodnogo gaza. Op. Cit.
33. Ibid.;
34. Federal Energy Regulatory Commission. – [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.ferc.gov/> (data obrashcheniya: 01.05.2019);
35. Polo M., Miriello C., Dickx L. Balancing systems and flexibility tools In European gas markets // IEFCE Centre for Research on Energy and Environmental Economics and Policy. –2014.-№14 [Elektronnyi resurs]. – URL:

http://www.iefе.unibocconi.it/wps/wcm/connect/dfdb3e33-daae-416f-af7e-1886cc32507a/Report_IEFE_14.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kfZenmk (data obrashcheniya: 01.05.2019);

36. Sakhalin – 2 // PAO «Gazprom». – [Elektronnyi resurs]. – URL: <http://www.gazprom.ru/projects/sakhalin2/> (data obrashcheniya: 02.05.2019);
37. «Kriogaz-Vysotsk» nachal seriinye otgruzki SPG // PAO «Novatek». – [Elektronnyi resurs]. – URL: http://www.novatek.ru/ru/press/releases/index.php?id_4=3171 (data obrashcheniya: 02.05.2019);
38. Yamal SPG – integrirovannyi proekt po dobyche, szhizheniyu i realizatsii gaza // PAO «Novatek» – [Elektronnyi resurs]. – URL: <http://www.novatek.ru/ru/business/yamal-lng/> (data obrashcheniya: 02.05.2019);
39. Steuer C. Outlook for Competitive LNG Supply. – 2019. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.oxfordenergy.org/publications/outlook-competitive-lng-supply/> (data obrashcheniya: 02.05.2019);
40. Problemy i perspektivy SPG-proektov v Rossii // PwC – [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.pwc.ru/ru/oil-and-gas/assets/challenges-and-outlook-for-lng-projects-rus.pdf> (data obrashcheniya: 02.05.2019);
41. Kriogaz-Vysotsk pokonchit s litovskoi «Nezavisimost'yu» // 1Prime – 2019. [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://1prime.ru/energy/20190425/829929872.html> (data obrashcheniya: 02.05.2019);
42. Trading Volumes in 2018: PEGAS Sets A Record Volume On Its Spot Segment in 2018 // Mondovisione. – 2019. [Elektronnyi resurs]. – URL: <http://mondovisione.com/news/trading-volumes-in-2018-pegas-sets-a-record-volume-on-its-spot-segment-in-2018/> (data obrashcheniya:);
43. Outlook for competitive LNG supply. Op.Cit.
44. Chzhinsok C. Kontrakt na import SPG s tsenovoi privyazkoi k Genri-Khab i konkurentosposobnost' dvukh modelei tsenobrazovaniya na SPG v ATR: predvaritel'nye rezul'taty issledovaniya // IMEMO. – 2015. [Elektronnyi resurs]. – URL: https://www.imemo.ru/files/File/ru/conf/2015/15062015/15062015_PRZ_JUN.pdf (data obrashcheniya: 02.05.2019).

On the current stage of implementation of the environmental principles of the ESG by the largest insurers in Western Europe

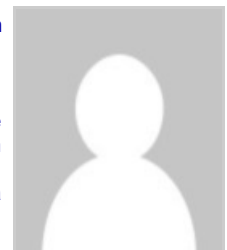
Okhrimenko Igor Viktorovich

PhD in Economics

Senior Researcher; Institute of Financial Research of the Financial University under the Government of the Russian Federation

49/2 Leningradsky Ave., Moscow, 125993, Russia

✉ okhrimenko_igor@mail.ru



Abstract. The subject of the study is the activities carried out by the largest insurance companies in Western Europe in order to implement the environmental principles of the ESG in their own activities. The object of the study is the ESG culture in the insurance companies. The article focuses on the ESG activities of the largest insurers in Western Europe. Due to the special need of introducing relevant experience into the activities of the Russian insurance

market, the problems of developed and emerging markets companies' implementation of the ESG principles are currently being studied at the Financial University under the Government of the Russian Federation as part of fundamental research work within the framework of the 2024 state assignment on the topic: "Insurance in ESG" (Stage III). In the course of the study, theoretical (analysis and generalization of the presented materials and knowledge in the field of interest) and private (assessment of information provided in the public domain, consideration and evaluation of expert opinions, as well as observation and description aimed at and development of summarizing conclusions) methods of study were used. The author's contribution to the study of the problems of joining insurance markets to the conceptual principles of ESG are the following conclusions. The ESG activities of large Western European insurers are characterized by the presence of a conceptual component, since most of them have issued corporate doctrinal documents. The introduction of ESG principles into the activities of Western European insurance companies is a fairly common practice and is carried out using methods similar to most, while possessing different informational, managerial or socio-economic authentic features. Financing of measures aimed at preserving the environment is a natural thing for Western European companies and is unlikely to be regarded by them as a burden on their own financial and economic activities. At the same time, compliance with ESG principles can stimulate innovation, investment and new business opportunities, give impetus to the development of advanced products and services and, as a result, serve to expand business opportunities and sustainable economic growth.

Keywords: market, business, program, Western Europe, insurance company, insurance, ecology, ESG, sustainable development, service

References (transliterated)

1. Kharlamov A.V. Gosudarstvennaya politika povysheniya konkurentosposobnosti natsional'noi ekonomiki i razvitie khozyaistvennoi sistemy // Forsait «Rossiya»: budushchee tekhnologii, ekonomiki i cheloveka. Tom 2. Sbornik dokladov V Sankt-Peterburgskogo mezhdunarodnogo ekonomicheskogo kongressa (SPEK-2019). SPb.: INIR, 2019. S. 427–437.
2. Bratarchuk T.V., Altunina V.V., Voityuk V.N., Li N.O. Kachestvennyi analiz ekologicheskikh riskov v ramkakh realizatsii printsipov ESG // Biznes. Obrazovanie. Pravo. 2024. № 1(66). S. 53–63.
3. You L. The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility Short Title: The Impact of Social Norms of Responsibility on Corporate Social Responsibility // Journal of Business Ethics. 2024. Volume 190. Pp. 309–326.
4. Deev O., Khazalia N. Corporate governance, social responsibility and financial performance of European insurers // Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis. 2017. No. 65(6). Rp. 1873–1888.
5. Martín G.J., Herrero B. Do board characteristics affect environmental performance? A study of EU firms // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 2020. No. 27(1). Rp. 74–94.
6. Il'in A.B. ESG-printsipy publichnogo i korporativnogo upravleniya // Vestnik RGGU. Seriya «Ekonomika. Upravlenie. Pravo». 2023. № 2. S. 1–12.
7. Bataeva B.S. Vliyanie faktorov korporativnogo upravleniya na uroven' raskrytiya ESG-informatsii rossiiskimi publichnymi kompaniyami // Upravlenets. 2023. T. 14. № 3. S. 30–43.
8. Kleonskaya A.V. Draivery ESG-povestki v Rossii v sovremennykh realiyakh //

- Auditorskie vedomosti. 2023. № 1. S. 202–205.
9. Ryazanova O.E. Kak rossiiskie kompanii vstayut na ESG-put'? // Aktual'nye problemy ekonomiki i menedzhmenta. 2023. № 1 (37). S. 140–148.
 10. Zagorodnii D.V., Tereshchenko S.V. Imidzh organizatsii kak faktor ustoichivogo razvitiya // Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya. 2024. № 1. T. 1. S. 26–34.
 11. Sapozhnikov A.I. Podkhody k otsenke rezul'tativnosti territorial'nogo developmenta s pozitsii ESG-printsipov // Baikal Research Journal. 2024. T. 15, № 1. S. 152–162.
 12. Tsyganov A.A. Ot finansovoi gramotnosti k strakhovoi kul'ture // Sovremennye strakhovye tekhnologii. 2016. № 3. S. 102–107.
 13. Okhrimenko I.V. O prinyatii printsipov ESG evropeiskimi strakhovshchikami (ekologicheskii aspekt) // Strakhovoe Delo. 2023. № 08(365). S. 27–32.
 14. Krutova L.S. Perspektivy vnedreniya mekhanizma ekologicheskogo strakhovaniya kak uslovie ustoichivogo razvitiya ekonomiki // Ustoichivoe razvitie ekonomiki: sostoyanie, problemy, perspektivy: sbornik trudov XV mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Pinsk: PolesGU, 2021. S. 40–42.
 15. Ho C., Huang C., Ou C. Analysis of the factors influencing sustainable development in the insurance industry // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 2018. No. 25. Rp. 391–410.
 16. Bowley T., Hill J.G. The Global ESG Stewardship Ecosystem // European Business Organization Law Review. 2024. No. 25(Z). Pp. 229–268.
 17. Soldatova A.N., Moiseeva E.E. Sovershenstvovanie biznes-protsessov marketinga na osnove kontseptsii ESG // Sbornik materialov vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh. Krasnoyarsk: Izd-vo SGUNT im. akad. M.F. Reshetneva, 2022. S. 769–722.

Education as a tool for managing the development of human capital in new macroeconomic conditions

Kirko Vladimir Igorevich

Doctor of Physics and Mathematics

Professor, the department of Economics and Management, Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev, Professor, Siberian Federal University

✉ director.nifti@mail.ru



Kononova Elena Sergeevna

PhD in Economics

Deputy Prorector of Educational Activities, Reshetnev Siberian State University of Science and Technology

660037, Russia, Krasnoyarskii krai, g. Krasnoyarsk, prospekt imeni gazety, 31

✉ elkask@rambler.ru



Luk'yanova Anna Aleksandrovna

Doctor of Economics

Vice-rector for Educational Activities, SibGU named after M.F. Reshetnev

31 Gazeta Avenue, Krasnoyarsk Territory, 660037, Russia

✉ aaluk110@mail.ru



Abstract. The article considers the issues of stable development of socio-economic systems, creation of conditions for the well-being of the population.

A modernized chain of stages for improving the quality of life and sustainable development is given, the evolution of knowledge accumulation is considered. The author's interpretations of the difference between the concepts of "human capital" and "human potential" are given.

It is concluded that education is a key tool for the formation of sustainable socio-economic systems that ensure the implementation and development of human capital and, ultimately, an improvement in the quality of life of the population.

The methodological basis of the study includes such general scientific methods as system analysis, synthesis, abstraction and analogy, generalization and classification, which ensure the validity of the results and conclusions of the study. The main conclusion of the study is the fact that the innovative vector of development of the Russian economy necessitates the creation of a system of continuous education that could ensure a high quality of life for the population and the maximum completeness of the development of human capital.

At the same time, the authors conclude as a result of the study that a highly effective system of engineering and technical training is another important element of education as a tool for improving the quality of life of the population and developing human capital.

At the same time, some of the key areas of modernization of engineering and technical training are:

- development of interaction with industrial partners in order to ensure the practical orientation of the educational process;
- modernization of the model of targeted training of graduates in terms of the transition from targeted admission to the 1st year to targeted training based on the selection of highly motivated 2nd-3rd year students for specialized training in the interests of industry leaders;
- development of innovative forms of organization of the educational process.

Keywords: socio-economic development, human capital, human development, macroeconomic conditions, technology, technological order, economic cycle, education, development, sustainable development

References (transliterated)

1. Kurttsveil R. Evolyutsiya razuma. – M: Eksmo, 2016. – 448 s.
2. Florian Kongoli Sustainable Development Definition / Criteria // Sustainable Industrial Processing Summit & Exhibition, 4-7 nov. 2018. Rio De Janeiro, Brazil. URL: <https://www.flogen.org/sips2018/>
3. D.J. Nelson Sustainability: Case study of perfect storm // Sustainable Industrial Processing Summit & Exhibition, 4-7 nov. 2018. Rio De Janeiro, Brazil. URL: <https://www.flogen.org/sips2018/>
4. Kirko V.I., Kononova E.S. Obrazovanie kak klyuchевой faktor innovatsionnogo i ustoichivogo razvitiya // Sovremennoe obrazovanie. – 2019. – № 1. – S. 12-24. DOI: 10.25136/2409-8736.2019.1.28894 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=28894
5. Minoiskaya tsivilizatsiya [Elektronnyi resurs]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Minoiskaya_tsivilizatsiya
6. Istoriya Ostrova Paskhi [Elektronnyi resurs]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Istoriya_Ostrova_Paskhi
7. Kuda ischezli 20 drevnix tsivilizatsii? [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://taynikrus.ru/tajny-ischeznuvshix-civilizacij/kuda-ischezli-20-drevnix->

civilizacij/<https://taynikrus.ru/tajny-ischeznuvshix-civilizacij/kuda-ischezli-20-drevnix-civilizacij/>

8. Istoriya otkrytiya medi [Elektronnyi resurs]. – URL:
<https://www.vazaro.ru/events/articles/134/>
9. Danilenko V. V. Iz istorii otkrytiya sinteza nanoalmazov // Fizika tverdogo tela. – 2004. – T. 46. – № 4. – S. 581–584.
10. D'yachkov P.N. Uglerodnye nanotrubki: stroenie, svoistva, primeneniya. – M.: Binom, 2006. – 293 s.
11. Hullman A. The Economic Development of Nanotechnology – An Indicators Based. Analysis / Angela Hullman. – European Commission. – DG Research. – 2006 (28 Nov). URL: <http://cordis.europa.eu/nanotechnology>
12. Kroto H. W., Heath J. R., O'Brien S. C., et. al. C: Buckminsterfullerene // Nature 318, 162 (1985) doi:10.1038/318162a0
13. Geim A. K., Novoselov K. S. Voskhod grafena (angl.) = The rise of graphene // Nature Materials. – 2007. – Vol. 6. – P. 183-191. – doi:10.1038/nmat1849. – arXiv:cond-mat/0702595.
14. Istoriya mirovykh ekonomicheskikh krizisov [Elektronnyi resurs]. – URL:
<https://ria.ru/20080917/151357556.html>
15. Kondrat'ev N. D. Bol'shie tsikly kon'yunktury i teoriya predvideniya. – M.: Ekonomika, 2002. – 767 c.
16. Glaz'ev S. Yu. Sovremennaya teoriya dlinnykh voln v razvitii ekonomiki // Ekonomicheskaya nauka sovremennoi Rossii. – 2012. – № 2 (57). – S. 8-27.
17. Iozef Shumpeter [Elektronnyi resurs]. – URL:
https://ru.wikipedia.org/wiki/Shumpeter_Iozef
18. Medvedev, D.A. Novaya real'nost': Rossiya i global'nye vyzovy / D.A. Medvedev // Voprosy ekonomiki. – 2015. – № 10. – S. 5-29.
19. Kurzweil R. The singularity is near. – New York. – Published by the Penguin Group, 2005. – 432 p.
20. Kovalevskii V. A., Kirko V. I. Strategicheskoe upravlenie regional'nym pedagogicheskim universitetom v usloviyakh global'nykh i lokal'nykh riskov //Sovremennoe obrazovanie. – 2015. – №. 2. – S. 45-69.
21. Kirko V. I., Belova E. N., Beloshapkin V. V. Set' resursnykh tsentrov KGPU im. V. P. Astaf'eva i malykh predpriyatii na ikh osnove–perspektivnye struktury innovatsionnogo razvitiya territorii //Innovatsii v nepreryvnom obrazovanii. – 2013. – № 6-7. – S. 007-012.
22. Kirko V. I. Malakhova E.V., Kovalevskii V.A. Realizatsiya distantsionnogo obrazovatel'nogo protsessa v usloviyakh otдалennogo poselka s ogranichennym dostupom k skorostnoi seti Internet //Sovremennoe obrazovanie. – 2014. – №. 4. – S. 72-85.

The Russian timber industry: features of formation, condition, development and role

Komissarova Anna Vladimirovna

Student; Faculty of Economics and Business; Financial University under the Government of the Russian



Abstract. The article is devoted to the study of the forestry complex (FC) of the Russian Federation. The work analyzes the fundamentals of the FC's functioning, its current state, and development prospects.

The subject of the research is the Russian forestry complex market, including the processes of creation and development, as well as the impact of export dynamics on the complex's development. Research methods include the analysis of the legal framework, statistical data, and the study of foreign market experiences. The novelty of the work lies in the comprehensive approach to studying the Russian FC, which allows for the identification of specific features of its functioning under the transition to a market economy and the determination of the main internal and external problems faced by the industry. The first section of the article examines the fundamentals of FC functioning, including the features of the processes of creation and development of the complex, as well as the impact of exports on its development. The second section analyzes the current state of the market, identifies problems, and proposes solutions, discusses the possibilities of overcoming trade restrictions, the impact of reforestation on the resource potential, and the role of the legal framework in an international context.

The main conclusions of the study highlight that the Russian FC is characterized by the complexities of organizing the forest harvesting and processing system associated with the transition to a market model and the peculiarities of property rights distribution over forest resources. The complex has faced a number of internal problems, such as operating in the shadow economy and an ineffective control system. Rental relations between tenants and the state have also negatively impacted the economic efficiency of forest resource use.

Keywords: trade restrictions, shadow economy, investment attractiveness, regulatory framework, reforestation, economic analysis, export, timber market, forestry complex, Russia

References (transliterated)

1. Dianov S. V. Arkhitektura modeli perspektivnogo analiza i planirovaniya razvitiya regional'nogo lesnogo kompleksa // Problemy razvitiya territorii. 2017. № 5(91). С. 148-163.
2. Gulín K. A., Antonov M. B. Teoreticheskie aspekty agent-orientirovannogo modelirovaniya razvitiya lesnogo kompleksa // Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz. 2017. T. 10, № 6. S. 59-74.
3. Blam Yu. Sh. Agentno-orientirovannyi podkhod k realizatsii modeli lesnogo kompleksa regiona // Vestnik KuzGTU. 2014. № 4(104). С. 176-180.
4. Noskov V. A., Shishelov M. A. Podkhody k otsenke prirodnogo kapitala lesov i perspektivy modernizatsii lesopol'zovaniya v kontekste «zelenoi» ekonomiki // Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz. 2018. T. 11, № 6. S. 41-56.
5. Pyzhev A. I., Pyzheva Yu. I., Zander E. V. Lesnaya renta v ekonomike Rossii: otsenka i effektivnoe ispol'zovanie: monografiya. Krasnoyarsk: Sib. feder. un-t, 2015. 202 s.
6. Analiz ob'emov perevozok lesomaterialov po zheleznoi doroge. [Elektronnyi resurs].

- URL: <https://www.eastrussia.ru/news/obemy-perevozok-lesomaterialov-po-zheleznoy-doroge-sokratilis-na-16-1/> (data obrashcheniya: 16.04.2024).
7. Maevskaya E. Obzor rynka drevesiny v Rossii // BoomIn.ru. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://boomin.ru/publications/article/rynok-drevesiny/> (data obrashcheniya 16.04.2024).
 8. Pyzhev A. I., Ivantsova E. D. Instituty prav sobstvennosti na lesnye zemli v Rossii: uroki zarubezhnogo opyta // Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Ekonomika. 2018. № 3(63). S. 48-56.
 9. Shavkun G. A., Litvin E. A. Lesnaya promyshlennost' Rossii: sovremennye problemy i puti ikh resheniya // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta. 2019. № 7 (429). S. 102-109.
 10. Ivantsova E. D. Mekhanizmy stimulirovaniya investitsii v lesnoi sektor ekonomiki: analiz mirovogo opyta v kontekste tselesoobraznosti ego primeneniya v Rossii // Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Ekonomika. 2020. № 15(4). S. 566-586.
 11. Pyzhev A. I. Lesnaya promyshlennost' regionov Sibiri i Dal'nego Vostoka: perspektivy razvitiya lesoklimaticheskogo sektora // Problemy prognozirovaniya. 2022. № 4(193). S. 68-77.
 12. Lesopromyshlennyy kompleks Rossii // TadAdviser. [Elektronnyi resurs]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Stat'ya:Lesopromyshlennyy_kompleks_Rossii (data obrashcheniya 16.04.2024).
 13. Gordeev R. V., Pyzhev A. I. Lesnaya promyshlennost' Rossii v usloviyakh sanktsii: poteri i novye vozmozhnosti // Voprosy ekonomiki. 2023. №4. S. 45-66.
 14. FAO. Global Forest Resources Assessment 2020: Main report. Rome, 2020. 186 p.
 15. Shmatkov N. M. Vosproizvodstvo lesov predlozheniya: dlya novoi redaktsii strategii razvitiya lesnogo kompleksa do 2030 goda // LesPromInform. 2020. № 6 (152). S. 56-82.
 16. Sokolov V. A., Goryaeva E. V., Sokolova N. V. O sovershenstvovanii lesoupravleniya v Rossii // Interekspo Geo-Sibir'. 2020. T. 4, № 2. S. 107-112.
 17. Niu Y., Rasi K., Hughes M., Halme M., Fink G. Prolonging life cycles of construction materials and combating climate change by cascading: The case of reusing timber in Finland // Resources, Conservation & Recycling. 2021. Vol. 170, 105555. Pp. 1-10.
 18. Litvin D. A., Davydova G. V., Yakovlev P. N. Problemy lesnoi otrasli i institutsional'nye osnovy ee intensivnogo razvitiya // Realizatsiya Strategii razvitiya lesnogo kompleksa RF do 2030 goda v novykh realiyakh: Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Irkutsk: Baikal'skii gosudarstvennyi universitet, 2023. S. 55-61.
 19. Ivanova T. N. Osobennosti formirovaniya mekhanizma upravleniya lesopromyshlennym kompleksom // Vestnik MGTU. 2006. Tom 9. № 4. S. 629-632.
 20. Baikov M. D. Svyaz' religioznosti i politicheskikh predpochtenii: opyt zarubezhnykh i otechestvennykh issledovaniy // Politika i obshchestvo. 2024. № 1. S. 7-15. DOI: 10.7256/2454-0684.2024.1.68945
 21. Shegelman I. R., Kulagin O. I. From the history of the creation of integrated structures in the timber industry of Russia // Perspektivy nauki. 2011. №. 8. S. 82-86.
 22. Jackson D. H. The microeconomics of the timber industry. Routledge, 2019.

Cross-promotion: features, causes of success and types of popular mechanics

Abstract. Cross-promo is becoming more and more popular among companies in the Russian market. Both representatives of large businesses and medium-sized companies resort to this marketing mechanics. The article discusses in detail the theoretical aspects and reasons for the growing popularity of cross-promo, analyzes the important nuances that companies face when conducting this type of activity, and the main mechanics of this type of partner campaigns, and also provides recommendations for organizing an effective cross-promo. The subject of the study is cross-promo, and the object is the growing popularity of this mechanics among companies in the Russian market. The purpose of the work is to systematize the varieties of cross-promo. The result of this study is a detailed description of various types of cross-promos and the formulation of recommendations for the successful conduct of promotions. Cross-promo formats such as sampling, organization of joint events, joint advertising campaigns, organization of recommendation cross-promo, joint promotions and contests, implementation of partner programs and loyalty programs, joint creation of products are considered in detail. The uniqueness of the article consists in identifying the factors that determine the achievement of the planned indicators for this type of promotions. Recommendations are given on the choice of partners for cross-promo and the formation of promotional offers attractive to the target audience.

Keywords: cross marketing, sales, attracting clients, promotion, advertising, advertising campaigns, affiliate marketing, marketing, cross-promotion, promo

References (transliterated)

1. Zhuravleva T. V., Zakharchenko P. A., Ivanitskii D. K. Tsifrovizatsiya. Instrumenty tsifrovogo brendinga // Innovatsii. Nauka. Obrazovanie. – 2021. – № 31. S. 1269–1273.
2. Ivanchenko O. V. Partnerskii marketing v formirovanii effektivnoi kommunikatsii s tselevymi potrebitel'nyimi // Vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta (RINKh). 2018. – № 2 (62). – S. 38–44.
3. Dremova M. Khrestomatiinye primery luchshikh kross-promo – kak naiti partnera [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://rb.ru/opinion/kross-promo-best/> (data obrashcheniya: 12.05.2018).
4. Kurasova O.V., Rinchinova A.G. Osobennosti prodvizheniya brendov po partnerskoi mekhanike v inflyuens-marketinge // Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra. – 2020. – T. 10. № 7A. S. 33–40.
5. Gol'man I. A. Event-marketing premiumnykh tovarov (na primere sovremennogo rossiiskogo art-rynka) // Nauchnye trudy Moskovskogo gumanitarnogo universiteta. – 2017. – № 3. S. 118–128.
6. Karpov, I. A., Kryachkov A. F. Kross-marketing kak forma razvitiya vnutrennego turizma na primere Samarskoi oblasti // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta. – 2016. – № 12(146). S. 58–62.
7. Makeeva S. Kross-marketing: chto takoe i kak rabotaet [Elektronnyi resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.gd.ru/articles/3253-kross-marketing> (data obrashcheniya: 12.12.2023).
8. Mishchenko S. N. Marketing partnerskikh otnoshenii kak novaya konkurentnaya

- strategiya marketinga // Vestnik Moskovskoi gosudarstvennoi akademii delovogo administrirovaniya. – 2010. – № 2(2). S. 149–153.
9. Semiletova Ya. I. Partnerskii marketing v razvitii vzaimovыgodnykh otnoshenii mezhdu rynochnymi igrokami // Izvestiya SPbGAU. – 2016. – № 45. S. 162–167.
 10. Berkutova T. A., Mishchenkova O. V. Planirovanie izmenenii v marketingovoi deyatel'nosti predpriyatii // Vestnik Povolzhskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie. – 2022. – № 2(54). S. 59–73.
 11. Korchagina E. S. Sposoby stimulirovaniya sprosa pri pomoshchi neyavnogo agressivnogo marketinga // Integratsiya sovremennykh nauchnykh razrabotok v otraslevye sistemy: Sbornik dokladov Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. – 2020. – S. 91–94.
 12. Rozova N. K., Nesmelova A. K. Spetsifika PR-prodvizheniya dosugovoi organizatsii // Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki. – 2021. – № 2 (20). S. 256–265.
 13. Nesterenko O. A. Mul'tibrending, komarketing i kross-promo: sinergiya programm loyal'nosti feshn-riteila i togovykh tsentrov // Tendentsii nauki i obrazovaniya v sovremennom mire. – 2016. – № 12(5). S. 23–28.
 14. Tatarinov K. A. Sovremennye aspekty marketingovykh kommunikatsii v tsifrovom obshchestve // Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie. – 2019. – T. 8, № 1(26). S. 307–312.
 15. Konstantinov P. K., Pavlov I. S. Programmy loyal'nosti kak neot'emlemaya chast' sovremennogo marketinga // StudNet. – 2021. – № 5. С. 630–636.
 16. Evteev A. V. Sozdanie indikatorov effektivnosti obespechivaet loyal'nost' dlya povysheniya effektivnosti primeneniya metodov geimifikatsii // Aktual'nye problemy i perspektivy razvitiya ekonomiki: rossiiskii i zarubezhnyi opyt. – 2021. – № 3. S.22–26.
 17. Bondarenko V. A., Ivanchenko, O. V. Geimifikatsiya v marketingovoi deyatel'nosti kompanii // Marketingovye kommunikatsii. – 2017. – № 3. S. 186–193.
 18. Stepanov V. I., Andreev S. N., Rykalina O. V. Marketingovye i logisticheskie resheniya v upravlenii proizvodstvenno-khozyaistvennoi deyatel'nost'yu promyshlennykh predpriyatii // Ekonomicheskie sistemy. – 2021. – T. 14. № 1(52). S. 96–105.
 19. Vedernikova, M.I. Prodvizhenie brenda operatora rechnykh kruizov // Internet-marketing. – 2023. – № 4 (124). S. 304–319.