

ISSN 1991-0525 (Print)  
eISSN 2949-3935 (Online)

# ФИНАНСОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ТОМ 25, № 2, 2024

(АПРЕЛЬ – ИЮНЬ)

СКВОЗНОЙ НОМЕР ВЫПУСКА – 83

НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЖУРНАЛ

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»  
344002, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69

DOI: 10.54220/FINIS.1991-0525.2024.83.2.009

# FINANCIAL RESEARCH

VOL. 25, № 2, 2024

(APRIL – JUNE)

CONTINUOUS ISSUE – 83

SCHOLARLY JOURNAL

FOUNDER AND PUBLISHER:

Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education  
"Rostov State University of Economics"  
69 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, 344002, Russian Federation

e-mail: [research@inbox.ru](mailto:research@inbox.ru)

<https://finis.rsue.ru>

© «Финансовые исследования», №2, 2024

© ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)», 2024



# ФИНАНСОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ: РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)

Основное содержание журнала составляют оригинальные научные статьи. Концепция журнала ориентирована на теоретическое обобщение и прикладной анализ развития мировой и национальных финансовой и денежно-кредитной систем, рынка ценных бумаг, а также выявление национальной и региональной специфики, особенностей и последствий включения национального и регионального финансового рынка в систему мирового финансового рынка.

Тематика журнала включает теоретические разработки, прикладные исследования, в том числе совместные с зарубежными учеными, методические разработки по ключевым финансовым направлениям.

Журнал осуществляет научное рецензирование всех поступающих в редакцию материалов.

Политика редакционной коллегии журнала базируется на современных юридических требованиях в отношении клеветы, авторского права, законности и плагиата, поддерживает Кодекс этики научных публикаций, сформулированный Комитетом по этике научных публикаций, и строится с учетом этических норм работы редакторов и издателей, закрепленных в Кодексе поведения и руководящих принципах наилучшей практики для редакторов журнала и Кодексе поведения для издателя журнала, разработанных Комитетом по публикационной этике (COPE).

Журнал входит в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (ВАК). Журнал индексируется в научной электронной библиотеке «КиберЛенинка», включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Регистрационный номер: ПИ № ФС77-76372 от 02 августа 2019 г.

Содержание рубрик журнала соответствует отраслям науки и группам специальностей, по которым присуждаются ученые степени:

5.2.4. Финансы (экономические науки).

5.2.5. Мировая экономика (экономические науки).

5.2.3. Региональная и отраслевая экономики (экономические науки).





## FINANCIAL RESEARCH

FOUNDER AND PUBLISHER: FEDERAL STATE BUDGETARY EDUCATIONAL INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION  
"ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS»

---

The primary content of the journal consists of original scientific articles. The journal's concept is oriented towards theoretical synthesis and applied analysis of the development of global and national financial and monetary systems, securities markets, as well as the identification of national and regional specificities, features, and consequences resulting from the integration of national and regional financial markets into the global financial market system.

The thematic scope of the journal includes theoretical developments, applied research, including collaborative studies with international scholars, and methodological advancements in key financial areas.

The journal conducts rigorous scientific review of all materials submitted to the Editorial Office.

The Editorial Board's policy of the journal is based on contemporary legal requirements concerning libel, copyright, legality, and plagiarism. It adheres to the Code of Ethics for Scientific Publications formulated by the Committee on Publication Ethics (COPE) and is structured to consider ethical norms for editors and publishers outlined in the Journal Editor's Code of Conduct and Best Practice Guidelines for Journal Editors and the Publisher's Code of Conduct, both developed by the Committee on Publication Ethics (COPE).

The journal is listed among peer-reviewed scientific publications where the primary scientific findings of dissertations for obtaining doctoral and candidate degrees (VAK) are required to be published. It is indexed in the scientific electronic library "CyberLeninka" and is included in the Russian Science Citation Index and is registered with "Crossref", a nonprofit open digital infrastructure organization serving the global scholarly research community.

The publication is registered with the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media. Registration number: ПИ № ФС77-76372 dated August 2, 2019.

The content of the scholarly journal's sections corresponds to scientific fields and groups of specialties for which academic degrees are awarded:

5.2.4. Finance (economic sciences).

5.2.5. Global economy (economic sciences).

5.2.3. Regional and sectoral economies (economic sciences).



## **РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

---

**Кузнецов Николай Геннадьевич** – главный редактор, д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Научный руководитель университета, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, зав. кафедрой «Экономическая теория» РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Алифанова Елена Николаевна** – заместитель главного редактора, д.э.н., профессор, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, руководитель Департамента финансовых рынков и финансового инжиниринга, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

**Семенюта Ольга Гетовна** – заместитель главного редактора, д.э.н., профессор, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, зав. кафедрой «Банковское дело» РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Шапиро Ирина Евгеньевна** – ответственный секретарь, к.э.н., доцент кафедры «Банковское дело», РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Божко Лариса Леонидовна** – д.э.н., академик Международной академии информатизации, проректор по академическим вопросам Некоммерческого акционерного общества «Рудненский индустриальный институт», Рудный, республика Казахстан.

**Вовченко Наталья Геннадьевна** – д.э.н., профессор РГЭУ (РИНХ), Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, действительный член Академии социальных наук, проректор по научной работе и инновациям РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Вазарханов Ислам Салаудинович** – д.э.н., доцент, Заслуженный экономист РФ, заместитель Председателя Совета менторов ФНС России, Грозненский государственный нефтяной технический университет имени академика М.Д. Миллионщикова, Грозный, Россия.

**Воронина Татьяна Васильевна** – д.э.н., доцент, зав. кафедрой «Мировая экономика и международные отношения» ЮФУ, Ростов-на-Дону, Россия.

**Гомцяц Арарат Двинович** – д.э.н., профессор Армянского государственного экономического университета, Ереван, Армения.

**Горлов Сергей Михайлович** – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Экономика и внешнеэкономическая деятельность», СКФУ, Ставрополь, Россия.

**Димитриади Николай Ахиллесович** – д.э.н., доцент, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, Директор института междисциплинарных исследований глобальных процессов и стратегического управления, профессор кафедры «Общего и стратегического менеджмента» РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Засько Вадим Николаевич** – д.э.н., профессор Департамента налогов и налогового администрирования, декан Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

**Золотарев Владимир Семенович** – д.э.н., профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, Ростов-на-Дону, Россия.

**Иванова Елена Александровна** – д.э.н., профессор, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, профессор кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» РГЭУ (РИНХ), директор Института магистратуры РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Исраилова Элима Адамовна** – д.э.н., доцент, зав. кафедрой «Мировая экономика и международные отношения» РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Назарян Григор Аршамович** – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Международные экономические отношения» Армянского государственного экономического университета, Ереван, Армения.

**Ниворожкин Евгений** – д.э.н., Институт славянских и восточноевропейских исследований, Лондон, Великобритания.

**Пржедецкая Наталия Витовна** – д.э.н., профессор, профессор кафедры «Экономическая теория» РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Рубин Юрий Борисович** – д.э.н., профессор, член-корреспондент Российской академии образования, Президент Московского финансово-промышленного университета «Синергия», Москва, Россия.

**Сильвестров Сергей Николаевич** – д.э.н., профессор, Заслуженный экономист Российской Федерации, действительный государственный советник второго класса, действительный член (академик) Российской академии естественных наук (РАЕН), директор Института экономической политики и проблем экономической безопасности Финансового университета при Правительстве РФ, Москва, Россия.

**Соболева Светлана Юльевна** – к.э.н., доцент, зав. кафедрой «Экономика и менеджмент» Института общественного здоровья ФГБОУ ВО ВолгГМУ Минздрава России, Волгоград, Россия.

**Тяглов Сергей Гаврилович** – д.э.н., профессор, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, профессор кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» РГЭУ (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия.

**Цепилова Елена Сергеевна** – д.э.н., доцент, профессор кафедры управления и технологий в туризме и рекреации Сочинского государственного университета (СГУ), Сочи, Россия.

**Шевченко Игорь Викторович** – д.э.н., профессор, декан экономического факультета, зав. кафедрой «Мировая экономика и менеджмент» Кубанского государственного университета (КубГУ), Краснодар, Россия.

**Шеховцов Роман Викторович** – д.э.н., профессор, заместитель министра экономического развития Ростовской области, Ростов-на-Дону, Россия.

**Шубаева Вероника Георгиевна** – д.э.н., профессор, проректор по учебной и методической работе Санкт-Петербургского государственного экономического университета, Санкт-Петербург, Россия.

---

*МНЕНИЯ, ВЫСКАЗЫВАЕМЫЕ В МАТЕРИАЛАХ ЖУРНАЛА, НЕОБЯЗАТЕЛЬНО СОВПАДАЮТ С ТОЧКОЙ ЗРЕНИЯ РЕДАКЦИИ.*

Рукописи статей в обязательном порядке оформляются в соответствии с требованиями для авторов, установленными редакцией.

## **EDITORIAL BOARD**

---

**Nikolay G. Kuznetsov – Editor-in-Chief**, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Honored Scientist of the Russian Federation, Scientific Advisor of the University, Honored Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Head of the Department of Economic Theory at Rostov State University of Economic (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

**Elena N. Alifanova – Deputy Editor-in-Chief**, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Honored Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Head of the Department of Financial Markets and Financial Engineering at the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

**Olga G. Semenyuta – Deputy Editor-in-Chief**, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Honored Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Head of the Banking Department at Rostov State University of Economic (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

**Irina E. Shapiro – Executive Editor**, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor of the Department of Banking at Rostov State University of Economic (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

**Larisa L. Bozhko – Dr.Sci. (Econ.)**, Professor, Academician of the International Academy of Informatization, Vice-Rector for Academic Affairs of the Non-Profit Joint-Stock Company "Rudny Industrial Institute," Rudny, Republic of Kazakhstan.

**Natalya G. Vovchenko – Dr.Sci. (Econ.)**, Professor, Honored Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Full Member of the Academy of Social Sciences, Vice-Rector for Research and Innovation at Rostov State University of Economic (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

**Islam S. Vazarkhanov – Dr.Sci. (Econ.)**, Associate Professor, Honored Economist of the Russian Federation, Deputy Chairman of the Council of Mentors of the Federal Tax Service of Russia, Grozny State Oil Technical University named after Academician M.D. Millionshchikov, Grozny, Russia.

**Tatyana V. Voronina – Dr.Sci. (Econ.)**, Associate Professor, Head of the Department of World Economy and International Relations at Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.

**Grigor A. Nazaryan – Cand. Sci. (Econ.)**, Associate Professor, Head of the Department of International Economic Relations at Armenian State Economic University, Yerevan, Armenia.

**Yevgeny Nivorozhkin – Dr.Sci. (Econ.)**, Institute of Slavic and East European Studies, London, United Kingdom.

**Natalia V. Przhedetskaya – Dr.Sci. (Econ.)**, Prof., Professor of the Department of Economic Theory at Rostov State University of Economic (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

**Yuri B. Rubin – Dr.Sci. (Econ.)**, Professor, Corresponding Member of the Russian Academy of Education, President of Moscow Financial and Industrial University "Synergy," Moscow, Russia.

**Sergey N. Sylvesterov – Dr.Sci. (Econ.)**, Professor, Honored Economist of the Russian Federation, State Counsellor of the Second Class, Academician of the Russian Academy of Natural Sciences (RANS), Director of the Institute of Economic Policy and Problems of Economic Security at the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

**Svetlana Y. Soboleva** – Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Head of the Department of Economics and Management in Tourism and Recreation at Volgograd State Medical University (Ministry of Health of Russia), Volgograd, Russia.

**Sergey G. Tyaglov** – Dr.Sci. (Econ.), Professor, Honored Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation, Professor of the Department of Regional Economics, Industries, and Enterprises at Rostov State University of Economic (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

**Elena S. Tsepilova** – Dr.Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the Department of Management and Technologies in Tourism and Recreation at Sochi State University (SGU), Sochi, Russia.

**Igor V. Shevchenko** – Dr.Sci. (Econ.), Professor, Dean of the Faculty of Economics, Head of the Department of World Economy and Management at Kuban State University (KubSU), Krasnodar, Russia.

**Roman V. Shekhovtsov** – Dr.Sci. (Econ.), Professor, Deputy Minister of Economic Development of the Rostov Region, Rostov-on-Don, Russia.

**Veronika G. Shubaeva** – Dr.Sci. (Econ.), Professor, Vice-Rector for Educational and Methodical Work at St. Petersburg State Economic University, St. Petersburg, Russia.

---

*THE OPINIONS EXPRESSED IN THE JOURNAL'S MATERIALS DO NOT NECESSARILY COINCIDE  
WITH THOSE OF THE EDITORIAL BOARD.*

Manuscripts of articles must be formatted in accordance  
with the requirements for authors set by the Editorial Board.

---

# ФИНАНСОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ:

РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ (РИНХ)

---

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

10 **Макаренко Е.Н., Тяглов С.Г., Шевелева А.В.**  
УСТОЙЧИВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ РОССИЙСКИХ  
И ЗАРУБЕЖНЫХ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ  
В УСЛОВИЯХ ФРАГМЕНТИРОВАННОЙ  
ЭКОНОМИКИ

21 **Богданова Р.М.**  
ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ  
ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ В ЦЕЛЯХ  
ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ  
КОМПАНИЯМИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА  
ЭКОНОМИКИ

31 **Бондаренко В.А., Пржедецкая Н.В., Разинкова Т.И.**  
ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ  
В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

### ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ

44 **Хасанов Р.Х., Котельникова А.А.**  
ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ  
КАК НОВАЯ ФОРМА СЕКЬЮРИТИЗАЦИИ

### ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ФИНАНСЫ

55 **Тиникашвили Т.Ш., Федосимов Б.А.**  
ВВЕДЕНИЕ ЕДИНОГО НАЛОГА С ОБОРОТА  
И ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК ВОЗМОЖНОСТЬ  
УПРОЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ  
НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

### ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

65 **Федченко Е.А.**  
КОНТРОЛЬНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
ОБЪЕКТОВ НЕЗАВЕРШЕННОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

74 **Никитин М.А.**  
ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ  
ТРАНСФОРМАЦИИ ИСПОЛЬЗУЕМОЙ  
БИЗНЕС-МОДЕЛИ

### МЕЖДУНАРОДНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО

88 **Гукешева М.А.**  
КОРПОРАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ



---

# FINANCIAL RESEARCH

FOUNDER AND PUBLISHER: ROSTOV STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

---

## CONTENTS

---

<b>Regional Economics</b>	10	<b>Sustainable Financing of Russian and Foreign Oil and Gas Companies in a Fragmented Economy</b> <i>E.N. Makarenko, S.G. Tyaglov, A.V. Sheveleva</i>
	21	<b>Prospects for the Use of Digital Financial Assets in Order to Attract Investment Resources by Companies in the Real Sector of the Economy</b> <i>R.M. Bogdanova</i>
	31	<b>The Evolution of Territorial Marketing in the Context of Sustainable Development</b> <i>V.A. Bondarenko, N.V. Przhedetskaya, T.I. Razinkova</i>
<b>Financial Markets</b>	44	<b>Digital Financial Assets as a New Form of Securitization</b> <i>R.K. Khasanov, A.A. Kotelnikova</i>
<b>Public Finance</b>	55	<b>Introduction of a Single Turnover and Consumption Tax as an Opportunity to Simplify the Russian Tax System</b> <i>T.Sh. Tinikashvili, B.A. Fedosimov</i>
<b>Economics of Enterprise</b>	65	<b>Control and Analytical Support of Construction in Progress</b> <i>E.A. Fedchenko</i>
	74	<b>Increasing Profitability of Manufacturers' Activities by Business Model Updating</b> <i>M.A. Nikitin</i>
<b>International Cooperation</b>	88	<b>Corporation in the International Economic System</b> <i>M.A. Gukepsheva</i>

Научная статья

<https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.001>

УДК 336.645

JEL classification: F64, G30, O13, P28, Q01, Q56

**УСТОЙЧИВОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ  
РОССИЙСКИХ И ЗАРУБЕЖНЫХ  
НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ  
В УСЛОВИЯХ ФРАГМЕНТИРОВАННОЙ  
ЭКОНОМИКИ**

Макаренко Е.Н.<sup>a</sup>, Тяглов С.Г.<sup>b</sup>,  
Шевелева А.В.<sup>c\*</sup>

<sup>a,b</sup> РГЭУ (РИНХ),

г. Ростов-на-Дону, Россия

<sup>c</sup> МГИМО МИД России, г. Москва, Россия

**Аннотация**

**Введение.** Актуальность данной темы определяется тем, что в целях реализации климатической повестки, достижения целей устойчивого развития и принципов ESG зарубежные и российские нефтегазовые компании начали активно осуществлять инвестиции в экологически чистые проекты. Однако фрагментация экономики, обусловленная геополитическими факторами, которые создают неопределенность экономических условий, приводит к пересмотру подходов к устойчивому финансированию нефтегазовыми компаниями. В этой связи становится достаточно актуальным проведение сравнительного анализа подходов к устойчивому финансированию российских и зарубежных нефтегазовых компаний в условиях фрагментированной экономики.

Существующие исследования посвящены в большей степени проблемам реализации компаниями основных положений климатической повестки, достижения целей устойчивого развития и принципов ESG в целом, при этом практически не уделяется внимание влиянию фрагменти-

рованной экономики на такие вопросы, как какова степень приверженности своим целям в области устойчивого финансирования российских и зарубежных нефтегазовых компаний, соответствует ли уровень их инвестирования в зеленые проекты заявленным ими целям, а также изменились ли подходы данных компаний к финансированию проектов, способствующих достижению целей устойчивого развития.

Цель исследования – рассмотрение подходов к устойчивому финансированию российских и зарубежных нефтегазовых компаний в условиях фрагментированной экономики, проведение их сравнительного анализа и выявление сходных и отличительных черт, а также лучших практик.

**Материалы и методы.** В основе исследования лежит сравнительный анализ, который позволил соотнести изучаемые подходы к устойчивому финансированию нефтегазовых компаний, увидеть в них специфические и тождественные характеристики. Применение методов обобщения и синтеза полученных результатов позволило авторам в заключении сделать основные выводы.

**Результаты исследования.** Определено влияние фрагментированной экономики на осуществление устойчивого финансирования американскими нефтегазовыми компаниями Exxon Mobil Corp. и Chevron Corp., британскими нефтегазовыми компаниями Shell и BP, а также российскими нефтегазовыми компаниями ПАО «НК «Роснефть»» и ПАО «ЛУКОЙЛ». Выявлены различия в степени приверженности своим целям в области устойчивого финансирования российских и зарубежных нефтегазовых компаний.

**Обсуждение и заключение.** Результаты анализа расходов российских и зарубежных нефтегазовых компаний на разведку, добычу, переработку и реализацию нефти и газа, на охрану окружающей среды и решения в области низкоуглеродного развития в период 2021–2023 гг. показали, что уровень инвестирования в зеленые проекты зарубежных компаний не соответствует заявленным ими целям, напротив, наблюдается рост расходов на реализацию проектов в сфере добычи традиционных источников энергии, в то время как российские компании, наоборот, наращи-

\* Corresponding authors.

E-mail addresses: rector@rsue.ru (E.N. Makarenko),  
tyaglov-sg@rambler.ru (S.G. Tyaglov),  
a\_sheveleva@rambler.ru (A.V. Sheveleva)

вают объемы устойчивого финансирования, стремясь достичь поставленных Правительством РФ целей по снижению выбросов парниковых газов.

Выявленные результаты будут полезны прежде всего для российских нефтегазовых компаний, которые только начинают осуществлять устойчивое финансирование, а также для государственных органов при выработке политики стимулирования применения этими компаниями устойчивых финансовых инструментов в современных условиях.

*Ключевые слова:* устойчивое финансирование, устойчивое развитие, климатическая повестка, ESG-принципы, нефтегазовые компании, фрагментированная экономика, санкции.

**Для цитирования:** Макаренко Е.Н., Тяглов С.Г., Шевелева А.В. Устойчивое финансирование российских и зарубежных нефтегазовых компаний в условиях фрагментированной экономики. *Финансовые исследования*. 2024;25(2):10-20. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.001.

## Research Article

### SUSTAINABLE FINANCING OF RUSSIAN AND FOREIGN OIL AND GAS COMPANIES IN A FRAGMENTED ECONOMY

E.N. Makarenko<sup>a</sup>, S.G. Tyaglov<sup>b</sup>,  
A.V. Sheveleva<sup>c\*</sup>

<sup>a,b</sup> Rostov State University of Economics  
(RINH), Rostov-on-Don, Russia

<sup>c</sup> MGIMO University, Moscow, Russia

#### Abstract

**Introduction.** The relevance of this topic is determined by the fact that in order to implement the climate agenda, achieve sustainable development goals and ESG principles, foreign and Russian oil and gas companies have begun to actively invest in environmentally friendly projects. However, the fragmentation of the economy, driven by geopolitical factors that create uncertainty in economic conditions, is leading to a rethinking of approaches to sustainable financing by oil and gas companies. In this regard, it becomes quite relevant to conduct a

comparative analysis of approaches to sustainable financing of Russian and foreign oil and gas companies in a fragmented economy.

Existing research focuses largely on how companies are implementing the key provisions of the climate agenda, achieving sustainable development goals and ESG principles in general, while paying virtually no attention to the impact of a fragmented economy on issues such as the degree of commitment to their goals in the field of sustainable financing of Russian and foreign companies. oil and gas companies, whether the level of their investment in green projects corresponds to their stated goals, and whether the approaches of these companies to financing projects that contribute to achieving sustainable development goals have changed.

The purpose of the study is to analyze approaches to sustainable financing of Russian and foreign oil and gas companies in a fragmented economy, conduct a comparative analysis of them and identify similar and distinctive features, as well as best practices.

**Materials and Methods.** The study is based on a comparative analysis, which made it possible to correlate the studied approaches to sustainable financing of oil and gas companies and to see specific and identical characteristics in them. The use of methods for generalizing and synthesizing the results obtained allowed the authors to draw the main conclusions.

**Results.** The impact of a fragmented economy on the implementation of sustainable financing by American oil and gas companies Exxon Mobil Corp. is determined. and Chevron Corp., British oil and gas companies Shell and BP, as well as Russian oil and gas companies PJSC NK Rosneft and PJSC LUKOIL. Differences in the degree of commitment to their goals in the field of sustainable financing of Russian and foreign oil and gas companies were revealed.

**Discussion and Conclusion.** Results of an analysis of the expenses of Russian and foreign oil and gas companies for exploration, production, refining and sales of oil and gas, for environmental protection and solutions in the field of low-carbon development in the period 2021–2023. showed that the level of investment in green projects of foreign

companies does not correspond to their stated goals; on the contrary, there is an increase in costs for the implementation of projects in the field of extraction of traditional energy sources, while Russian companies, on the contrary, are increasing the volume of sustainable financing, trying to achieve the goals set by the Government of the Russian Federation for reducing greenhouse gas emissions.

The identified results will be useful, first of all, for Russian oil and gas companies that are just beginning to implement sustainable financing, as well as for government agencies when developing policies to encourage the use of sustainable financial instruments by these companies in modern conditions.

*Keywords:* sustainable finance, sustainable development, climate agenda, ESG principles, oil and gas companies, fragmented economy, sanctions.

**For citation:** E.N. Makarenko, S.G. Tyaglov, A.V. Sheveleva. Sustainable Financing of Russian and Foreign Oil and Gas Companies in a Fragmented Economy. *Financial Research*. 2024;25(2):10-20. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.001.

## 1. Введение

До 2022 года зарубежные и российские нефтегазовые компании увеличивали объемы устойчивого финансирования, стремясь занять лидирующие позиции в ESG-рейтингах, чтобы повышать свою акционерную стоимость, формировать положительный имидж, работать с банками и инвесторами на более привлекательной основе.

Однако после 2022 года зарубежные и российские нефтегазовые компании вынуждены адаптироваться к условиям фрагментированной экономики, что привело к изменению их отношения к устойчивому финансированию.

Зарубежные нефтегазовые компании сокращают объемы устойчивого финансирования, переключаясь на поддержку традиционных нефтегазодобывающих проектов.

В этой связи в сентябре 2023 года власти американского штата Калифорния предъявили иск крупнейшим в мире нефтегазовым компаниям, в частности

американским Exxon Mobil и Chevron, а также британским Shell и BP, обвиняя их в причиненном окружающей среде ущербе от их производственно-хозяйственной деятельности и в том, что они в своих отчетах существенно занижают экологические риски, возникающие в ходе разведки, добычи, переработки и реализации нефти и газа. В качестве варианта для урегулирования данной ситуации власти Калифорнии предлагают компаниям создать фонд, из средств которого будут покрываться последствия климатических катастроф в данном штате.

В свою очередь, в январе 2024 года компания Exxon Mobil обратилась в Окружной суд в Северном округе штата Техас с иском, заявляя, что климатические инвесторы-активисты оказывают неправомерное давление на компанию, требуя от нее увеличения затрат на защиту окружающей среды и установления более жестких целей в сфере снижения выбросов, загрязняющих атмосферу.

Российские нефтегазовые компании, в частности ПАО «НК «Роснефть»» и ПАО «ЛУКОЙЛ», наоборот, начинают все больше финансировать мероприятия, направленные на обеспечение устойчивого развития. При этом если раньше они это делали в основном, чтобы избежать углеродного налога со стороны стран Европы при экспорте, то в условиях прекращения торгово-экономического сотрудничества в этом нет необходимости. Главным стимулом для устойчивого финансирования российских нефтегазовых компаний стала проводимая российским правительством внутренняя климатическая политика.

В этой связи становится достаточно актуальным проведение сравнительного анализа подходов к устойчивому финансированию российских и зарубежных нефтегазовых компаний в условиях фрагментированной экономики.

## 2. Материалы и методы

Вопросы устойчивого финансирования компаний и их низкоуглеродного развития в целом представлены в трудах Крюковой А.А. [4], Миргасимова Д.Р. [6], Kopina N.Y., Sapir E.V. [10], Moncea M.I., Dobrea R.C., Dima C., Minciu M. [11].

Устойчивое развитие и зеленое инвестирование нефтегазовых компаний рассматрива-

ли Иванов Н.А. [1], Минаева И.А., Глебова Е.В., Боландова Ю.К., Смирнова К.М. [3], Dutta A., Samanta A. [9], Tyaglov S.G., Sheveleva A.V., Rodionova N.D., Guseva T.B. [8].

Отдельным аспектам финансирования и реализации зеленых проектов зарубежными и российскими нефтегазовыми компаниями посвящены труды таких авторов, как Кокарева С.А. [2], Матковская Я.С. [5], Тяглов С.Г., Шевелева А.В. [7].

В вышеуказанных источниках показано, что устойчивое финансирование российских и зарубежных нефтегазовых компаний способствует их устойчивому развитию, обеспечивает эффективное управление экологическими рисками, экологическую безопасность производства, планомерную минимизацию техногенного воздействия и рисков возникновения инцидентов и аварий. При этом зарубежные и российские нефтегазовые компании активно занимались реализацией экологически ориентированных проектов.

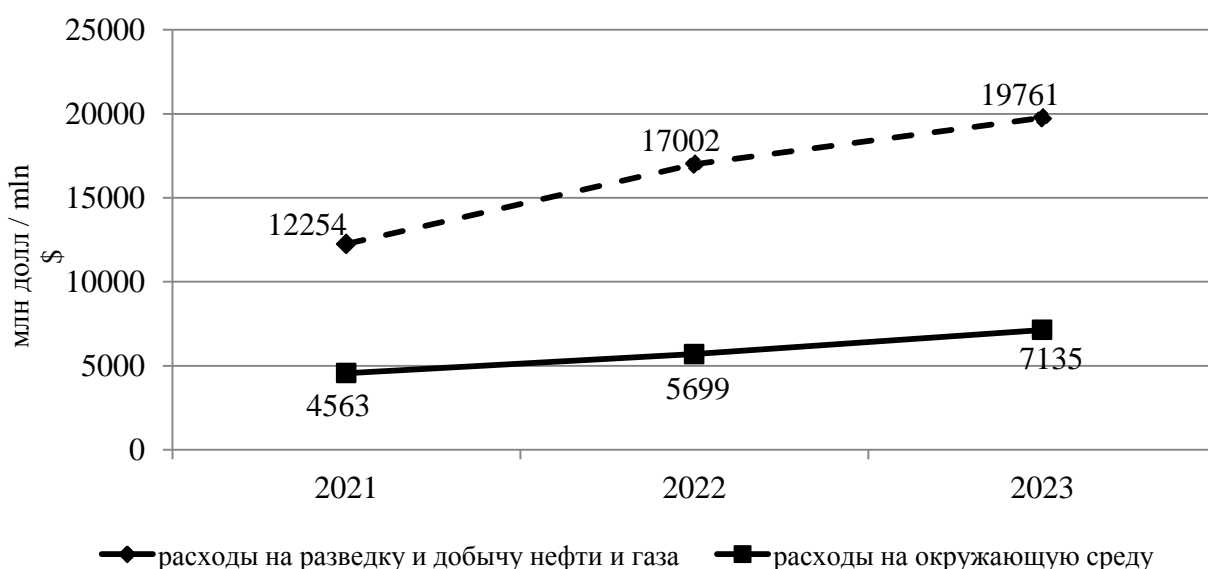
Однако данные труды не отражали отношение российских и зарубежных нефтегазовых компаний к устойчивому финансированию и развитию в условиях фрагментированной экономики: изменились ли их цели и в каком направлении. Авторы восполнили этот пробел, посвятив свою статью исследованию данного аспекта.

### 3. Результаты исследования

Современный нефтегазовый сектор находится под влиянием сильнейших фундаментальных изменений. Цифровизация, пандемия коронавируса, энергетический кризис и, наконец, геополитическая ситуация обусловили трансформацию мировой энергетической парадигмы и смену зеленого курса нефтегазовых компаний целого ряда стран.

Нефтегазовыми компаниями США Exxon Mobil Corp. и Chevron Corp. в 2023 году были отклонены климатические инициативы, которые были направлены на сокращение выбросов по всей цепочке потребления выпускаемой ими продукции, касались публикации информации по ESG-показателям. Кроме того, компании Exxon Mobil и Chevron отказались присоединиться к представленной в Дубае (ОАЭ) на 28-й конференции участников Рамочной конвенции ООН по изменению климата Программе «Глобальное партнерство по сокращению сжигания газа и выбросов метана», возглавляемой Всемирным банком.

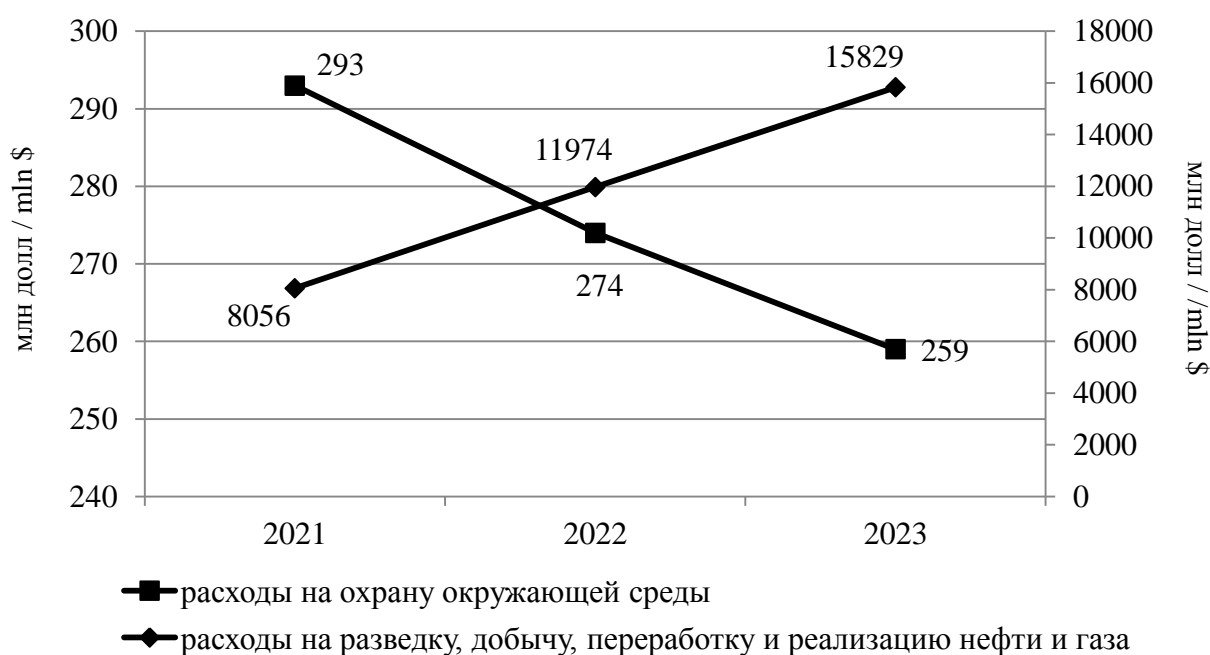
Следует отметить, что американская нефтегазовая компания Exxon Mobil, конечно же, увеличивает затраты на окружающую среду, но в то же время значительными темпами наращивает расходы на разведку и добычу нефти и газа (рис. 1).



**Рис. 1.** Расходы компании Exxon Mobil на разведку и добычу нефти и газа и на охрану окружающей среды в 2021–2023 гг., млн долл.

**Fig. 1.** Exxon Mobil expenses for exploration and production, and environmental protection in 2021–2023, mln \$

Источник: составлен авторами по данным Exxon Mobil Annual Report 2023.



**Рис. 2.** Расходы компании Chevron Corp. на разведку, добычу, переработку и реализацию нефти и газа и на охрану окружающей среды в 2021–2023 гг., млн долл.

**Fig. 2.** Chevron Corp. expenses for exploration, production, processing and sale of oil and gas and environmental protection in 2021–2023, mln \$

Источник: составлен авторами по данным Chevron Corp. Annual Report 2023.

Деятельность компании Exxon Mobil в наибольшей степени ориентирована на нефть и газ, что приносит инвесторам наибольшую прибыль в условиях роста цен на традиционные источники энергии. Компания практически не реализует проекты в сфере возобновляемых источников энергии, таких как солнечная и ветровая энергия. Планы энергетического перехода предполагают сокращение выбросов углекислого газа от собственных операций, на реализацию которых Exxon Mobil собирается потратить 10 млрд долл. к 2027 году<sup>1</sup>.

В то же время американская нефтегазовая компания Chevron Corp. увеличивает расходы на традиционные источники энергии и сокращает расходы на восстановление окружающей среды (рис. 2).

Компания Chevron Corp. заявляет о стремлении к углеродной нейтральности, но продолжает вести бизнес как обычно, не продвигаясь к низкоуглеродному будущему

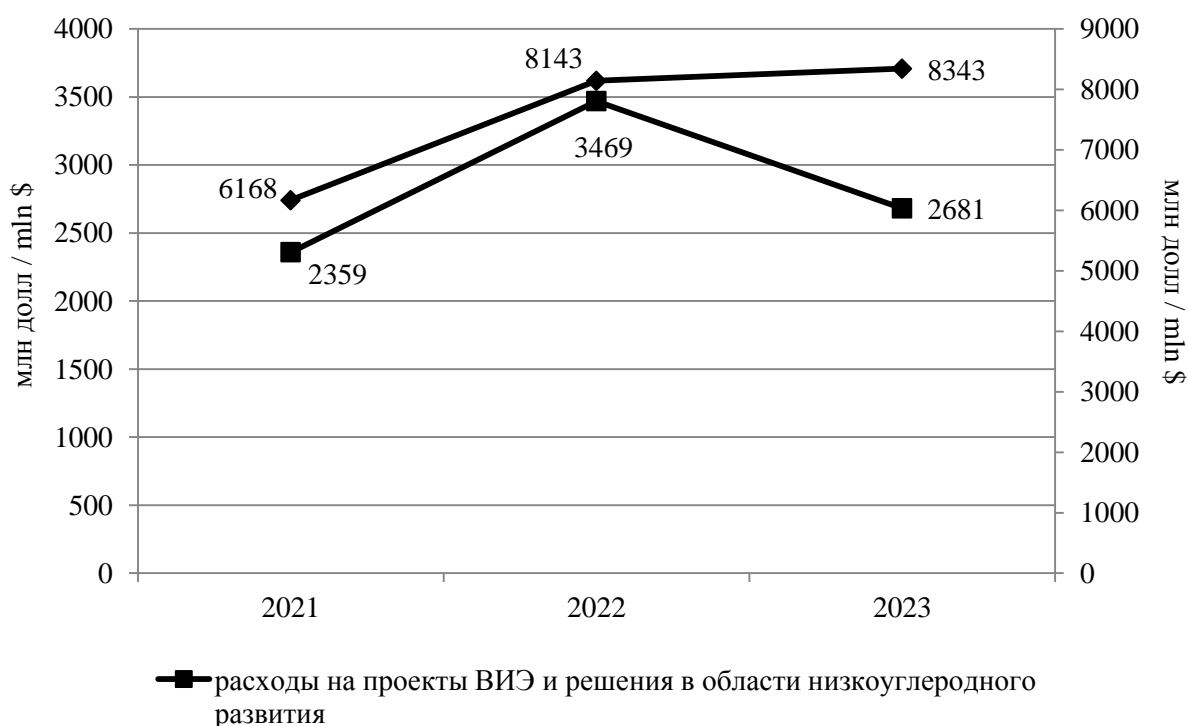
в соответствии с Парижским соглашением по климату. При этом почти все углеродные компенсации, которые Chevron покупала и учитывала для своих климатических целей, имели низкую экологическую целостность и чистоту<sup>2</sup>.

Британская нефтегазовая компания Shell также за период 2021–2023 гг. увеличила расходы на добычу нефти и газа и после резкого роста в 2022 году сократила затраты на проекты в сфере возобновляемых источников энергии (ВИЭ) и решения в области низкоуглеродного развития в 2023 году (рис. 3).

Расходы британской компании BP на охрану окружающей среды и низкоуглеродное развитие в период 2021–2022 гг. сократились в 2,3 раза, затем в 2022–2023 гг. повысились в 1,4 раза. В то же время расходы на добычу и эксплуатацию нефти в эти три года непрерывно росли (рис. 4).

<sup>1</sup> Exxon Mobil Annual Report 2023. URL: <https://stocklight.com/stocks/us/nyse-xom/exxon-mobil/annual-reports/nyse-xom-2023-10K-23653785.pdf> (Дата обращения: 16.04.2024).

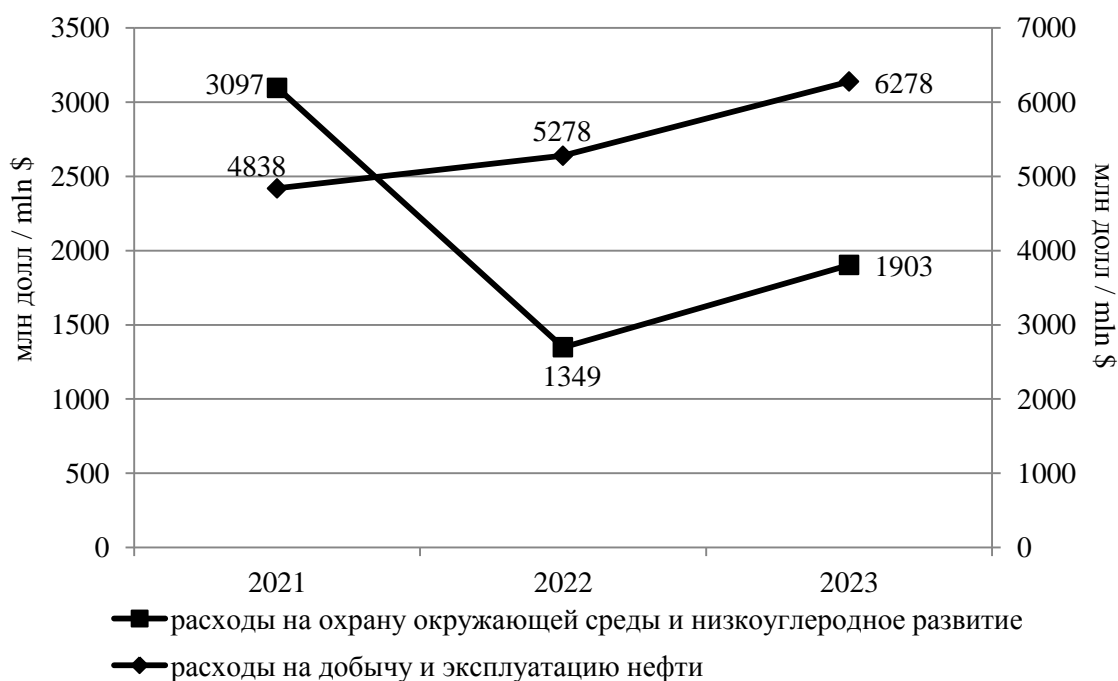
<sup>2</sup> Chevron Corp. Annual Report 2023. URL: <https://www.chevron.com/-/media/chevron/annual-report/2023/documents/2023-Annual-Report.pdf> (Дата обращения: 16.04.2024).



**Рис. 3.** Расходы компании Shell на разведку и добычу нефти и газа и на проекты ВИЭ и решения в области низкоуглеродного развития в 2021–2023 гг., млн долл.

**Fig. 3.** Shell's spending on oil and gas exploration and production and on renewable energy projects and low-carbon development solutions in 2021–2023, mln \$

Источник: составлен авторами по данным Shell Annual Report and Accounts 2023.



**Рис. 4.** Расходы компании BP на добычу и эксплуатацию нефти и на охрану окружающей среды и низкоуглеродное развитие в 2021–2023 гг., млн долл.

**Fig. 4.** BP's expenses for oil production and operation and for environmental protection and low-carbon development in 2021–2023, mln \$

Источник: составлен авторами по данным BP Annual Report and Form 20-F 2023.

С приходом нового генерального директора в компанию Shell ее стратегия развития до 2030 года поменялась в сторону поддержки стабильного уровня добычи нефти и осуществления инвестиций в данное направление до 40 млрд долл., в то время как затраты на производство низкоуглеродной продукции составят всего 10–15 млрд долларов<sup>1</sup>.

Таким образом, компания BP вернулась к стратегии традиционной добычи. Согласно стратегическому плану компании BP до 2030 года инвестиции в проекты, связанные с добычей нефти и газа, должны увеличиться до 8 млрд долларов<sup>2</sup>.

Российская нефтегазовая компания ПАО «НК «Роснефть»» ежегодно увеличивает расходы на свою основную деятельность, но в то же самое время она уделяет внимание вопросам устойчивого развития, и ее зеленые инвестиции также характеризуются непрерывным ростом (рис. 5).

К 2035 году компания ПАО «НК «Роснефть»» обязалась увеличить свои зеленые инвестиции, которые уже к 2026 году должны составить 300 млрд руб. Средства будут направлены на реализацию крупных экологических проектов, способствующих сокращению выбросов, улучшению водных ресурсов, рекультивации земель, а также на мероприятия по повышению надежности трубопроводов. Дополнительно компания будет финансировать мероприятия по высадке лесов, способствуя тем самым устойчивому развитию экосистем, сохранению биологического разнообразия, а также борьбе с изменением климата. Определенная часть затрат пойдет на сокращение общего объема забираемой воды за счет мероприятий по снижению водопотребления и объема водозабора из природных источников, на ме-

<sup>1</sup> Shell Annual Report and Accounts 2023. URL: [https://reports.shell.com/annual-report/2023/\\_assets/downloads/shell-annual-report-2023.pdf](https://reports.shell.com/annual-report/2023/_assets/downloads/shell-annual-report-2023.pdf) (Дата обращения: 16.04.2024).

<sup>2</sup> BP Annual Report and Form 20-F 2023. URL: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/investors/bp-annual-report-and-form-20f-2023.pdf> (Дата обращения: 16.04.2024).

роприятия по воспроизводству водных биологических ресурсов. Также компания финансирует масштабную с советских времен программу по всестороннему изучению и экологическому мониторингу Арктического региона<sup>3</sup>.

Российская нефтегазовая компания ПАО «ЛУКОЙЛ» является лидером среди российских компаний в отрасли по устойчивому финансированию. В 2023 году компания была награждена за вклад в устойчивое развитие, победив в VII ежегодной Премии ECO BEST AWARDS. Компания активно развивает и инвестирует в проекты, связанные с возобновляемыми источниками энергии, так, например, в 2021 году компания вложила более 2 млрд рублей, а в 2022 году еще 200 млн рублей. Кроме того, у компании ПАО «ЛУКОЙЛ», как и у компании ПАО «НК «Роснефть»», одновременно наблюдается рост объемов финансирования целевых и инвестиционных программ в области промышленной безопасности (ПБ), охраны труда (ОТ) и окружающей среды (ОС), а также операционных расходов, которые немного сократились в 2022 году, но затем опять резко увеличились (рис. 6).

В стратегических планах компании ПАО «ЛУКОЙЛ» до 2030 года запланирован объем инвестиций в зеленую энергетику в размере почти 15 млрд долл., что на 30% больше всей программы поддержки ВИЭ в России<sup>4</sup>.

#### 4. Обсуждение

Сокращение объемов устойчивого финансирования американскими и британскими нефтегазовыми компаниями обусловлено сложившейся геополитической ситуацией, спровоцировавшей энергетический кризис, что потребовало переключения внимания на традиционные источники энергии, а также тем, что США и Велико-

<sup>3</sup> Годовой отчет компании ПАО «НК «Роснефть»». 2023. URL: [https://www.rosneft.ru/upload/site1/document\\_file/a\\_report\\_2023.pdf](https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/a_report_2023.pdf) (Дата обращения: 16.04.2024).

<sup>4</sup> Годовой отчет компании ПАО «ЛУКОЙЛ» 2023. URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=17&type=2> (Дата обращения 16.06.2024)



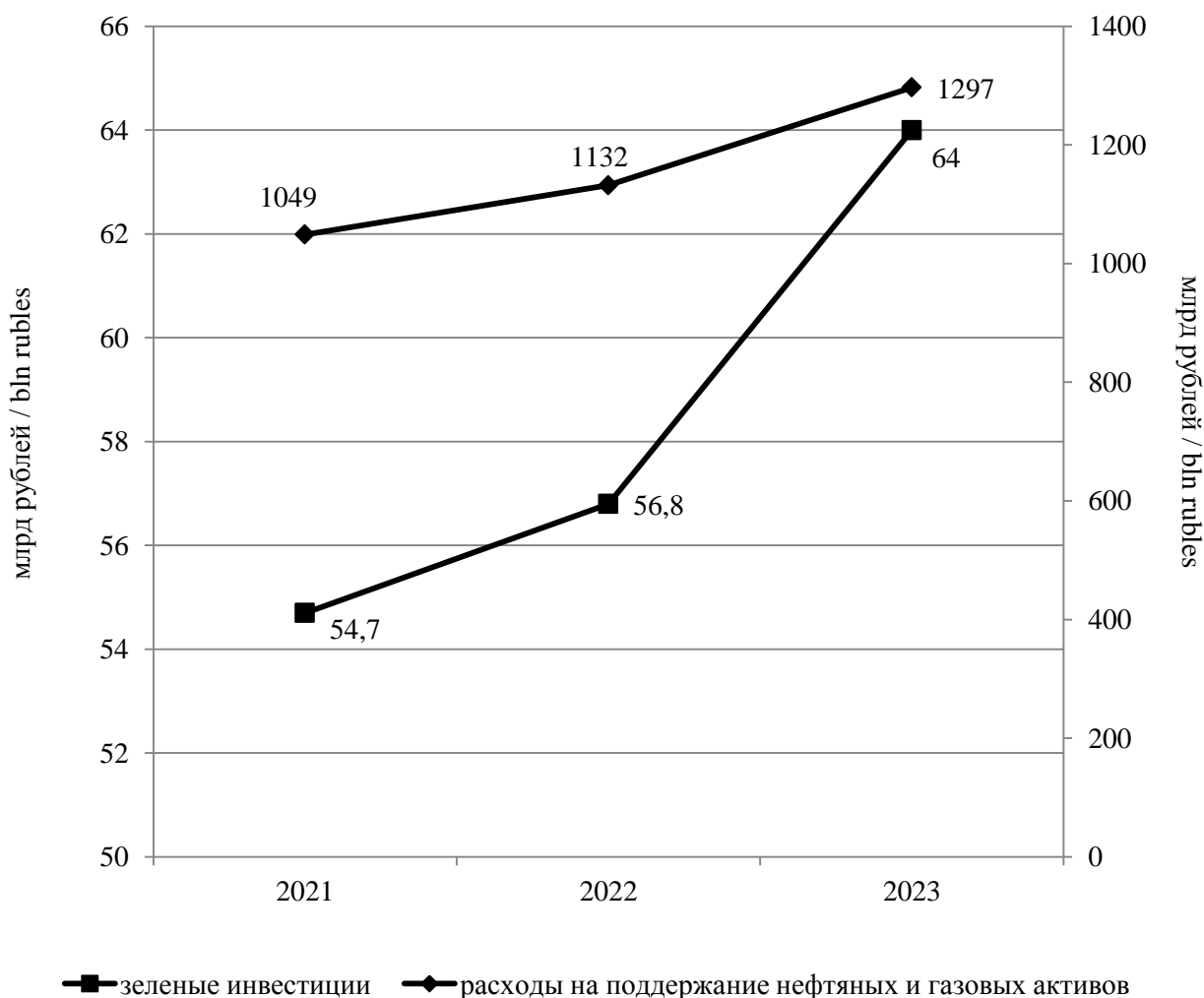
британия одними из первых начали реализацию целей устойчивого развития и уже достигли определенного прогресса, в связи с чем уровень загрязнений и других социально-экологических проблем в этих странах существенно меньше, чем в России. Российские нефтегазовые компании только начинают активизировать свою деятельность в данном направлении, поэтому наблюдается рост их зеленых инвестиций.

### 5. Заключение

В результате сравнительного анализа подходов к устойчивому финансированию

российских и зарубежных нефтегазовых компаний в условиях фрагментированной экономики выявились различия.

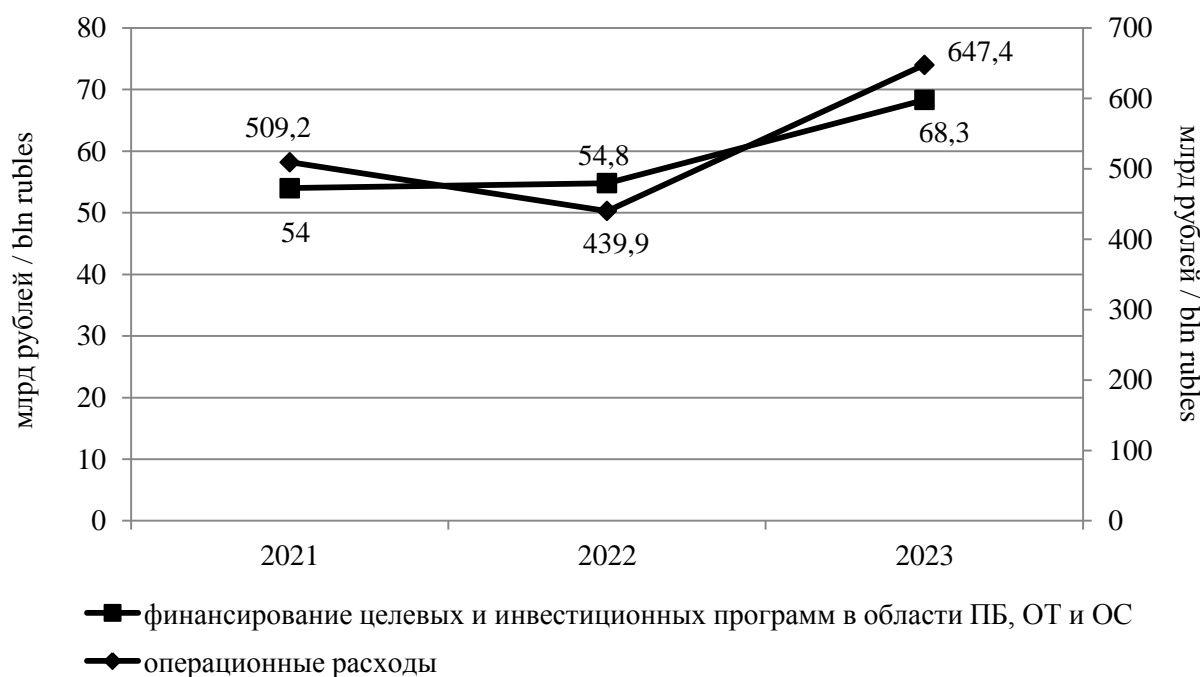
Американские нефтегазовые компании Exxon Mobil Corp. и Chevron Corp. и британские компании Shell и BP в сложившихся условиях, вызванных прежде всего геополитической ситуацией, провели переоценку экономической целесообразности перехода на зеленую энергию, переключив внимание на добычу традиционных нефти и газа, и начали сокращать объемы устойчивого финансирования.



**Рис. 5.** Расходы компании ПАО «НК «Роснефть» на поддержание нефтяных и газовых активов и зеленые инвестиции в 2021–2023 гг., млрд рублей  
**Fig. 5.** Expenses of the company PJSC NK Rosneft for maintaining oil and gas assets and green investments in 2021–2023, bln rubles

Источник: составлен авторами по данным Годового отчета компании ПАО «НК «Роснефть»» 2023<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Годовой отчет компании ПАО «НК «Роснефть»» 2023. URL: [https://www.rosneft.ru/upload/site1/document\\_file/a\\_report\\_2023.pdf](https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/a_report_2023.pdf) (Дата обращения: 16.04.2024).



**Рис. 6.** Расходы компании ПАО «ЛУКОЙЛ» на поддержание нефтяных и газовых активов и зеленые инвестиции в 2021-2023 гг., млрд рублей  
**Fig. 6.** Expenses of the company PJSC LUKOIL for maintaining oil and gas assets and green investments in 2021-2023, bln rubles

Источник: составлен авторами по данным Годового отчета компании ПАО «ЛУКОЙЛ». 2023.

Российские компании ПАО «НК «Роснефть» и ПАО «ЛУКОЙЛ», наоборот, начали наращивать объемы устойчивого финансирования, что обусловливается стремлением стать социально и экологически ответственным партнером для компаний из дружественных стран, а также необходимостью реализации положений Стратегии долгосрочного развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года.

## СПИСОК

### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кокарева С.А. Влияние «зеленой» повестки на рыночную капитализацию российских и иностранных компаний нефтегазового сектора. *Научное обозрение: теория и практика.* 2021;11;5(85):1434-1443. DOI: 10.35679/2226-0226-2021-11-5-1434-1443.

2. Минаева И.А., Глебова Е.В., Боландова Ю.К., Смирнова К.М. Концепция углеродной нейтральности и практика ее реализации на объектах нефтегазовой от-

расли. *Защита окружающей среды в нефтегазовом комплексе.* 2024;2(317):5-12. URL: <https://journal.gubkin.ru/journals/protection/2024/2-317/5-12/?ysclid=ly942qraeh315172212> (Дата обращения: 17.04.2024).

3. Крюкова А.А. ESG-финансирование в системе экономических инструментов управления экологической ответственностью предприятия. *Горизонты экономики.* 2022;1(67):116-121. URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_48012401\\_56513039.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48012401_56513039.pdf) (Дата обращения: 15.04.2024).

4. Матковская Я.С. Климатическая повестка и западные супермейджоры: «энергетический переход» или «зеленый камуфляж»? *Друкеровский вестник.* 2023;4(54):56-70. DOI: <http://dx.doi.org/10.17213/2312-6469-2023-4-56-70>.

5. Миргасимов Д.Р. Формирование алгоритма принятия решения о финансировании проектов в области устойчивого развития. *Фундаментальные исследования.* 2024;4:67-73. DOI: 10.17513/fr.43596.

6. Тяглов С.Г., Шевелева А.В. Формирование зеленых кластеров: опыт европейских стран и Российской Федерации. *Современная Европа*. 2022;2(109):100-116. DOI: 10.31857/S0201708322020085.

7. Tyaglov S.G., Sheveleva A.V., Rodionova N.D., Guseva T.B. Contribution of Russian Oil and Gas Companies to the Implementation of the Sustainable Development Goal of Combating Climate Change. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2021;666:022007. DOI: 10.1088/1755-1315/666/2/022007.

8. Dutta A., Samanta A. Strategic recommendations for financing green and sustainable energy projects. *Clean Energy*. 2023;7;5:1069-1077. DOI: 10.1093/ce/zkad052.

9. Konina N.Y., Sapir E.V. Geo-Economic Aspects of the “Green Economy” in *Industry 4.0*. 2021:337-352. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-75405-1\\_30](https://doi.org/10.1007/978-3-030-75405-1_30).

10. Moncea M.I., Dobrea R.C., Dima C., Minciu M. Sustainable Financing and ESG Investments in the Context of the VUCA Environment. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*. 2023;17;1:1385-1393. DOI: 10.2478/picbe-2023-0124.

*Об авторах:*

**Макаренко Елена Николаевна**, доктор экономических наук, профессор, ректор ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-8621-0751>, ScopusID – 57211799975, AuthorID – 736458

*E-mail: rector@rsue.ru.*

**Тяглов Сергей Гаврилович**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-8729-5117>, ScopusID – 57189035954, AuthorID – 456568.

*E-mail: tyaglov-sg@rambler.ru.*

**Шевелева Анастасия Викторовна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и внешнеэкономической деятель-

ности им. И.Н. Герчиковой МГИМО МИД России, Москва, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-7322-7033>, AuthorID – 479453.

*E-mail: a\_sheveleva@rambler.ru.*

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## REFERENCES

1. S.A. Kokareva The impact of the “green” agenda on the market capitalization of Russian and foreign oil and gas companies. *Scientific Review: Theory and Practice*. 2021;11(5):1434-1443. DOI: 10.35679/2226-0226-2021-11-5-1434-1443.

2. I.A. Minaeva, E.V. Glebova, Y.K. Bolandova, K.M. Smirnova. The concept of carbon neutrality and its implementation practices in the oil and gas industry facilities. *Environmental Protection in the Oil and Gas Complex*. 2024;2(317):5-12. Available at: <https://journal.gubkin.ru/journals/protection/2024/2-317/5-12/?ysclid=ly942qpaeh315172212> (Accessed: 17.04.2024).

3. A.A. Kryukova. ESG financing in the system of economic tools for managing corporate environmental responsibility. *Economic Horizons*. 2022;1(67):116-121. Available at: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_48012401\\_56513039.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48012401_56513039.pdf) (Accessed: 15.04.2024).

4. Y.S. Matkovskaya. The climate agenda and Western supermajors: “energy transition” or “green camouflage”? *Drucker Bulletin*. 2023;4(54):56-70. DOI: <http://dx.doi.org/10.17213/2312-6469-2023-4-56-70>.

5. D.R. Mirgasimov. Developing a decision-making algorithm for financing sustainable development projects. *Fundamental Research*. 2024;4:67-73. DOI: 10.17513/fr.43596.

6. S.G. Tyaglov, A.V. Sheveleva Formation of green clusters: experience of European countries and the Russian Federation. *Contemporary Europe*. 2022;2(109):100-116. DOI: 10.31857/S0201708322020085.

7. S.G. Tyaglov, A.V. Sheveleva, N.D. Rodionova, T.B. Guseva. Contribution of Russian Oil and Gas Companies to the Implementation of the Sustainable Development

Goal of Combating Climate Change. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 2021;666:022007. DOI: 10.1088/1755-1315/666/2/022007.

8. A. Dutta, A. Samanta. Strategic recommendations for financing green and sustainable energy projects. *Clean Energy*. 2023;7(5):1069-1077. DOI: 10.1093/ce/zkad052.

9. N.Y. Konina, E.V. Sapir. Geo-Economic Aspects of the “Green Economy” in Industry 4.0. 2021:337-352. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-75405-1\\_30](https://doi.org/10.1007/978-3-030-75405-1_30).

10. M.I. Moncea, R.C. Dobrea, C. Dima, M. Minciu. Sustainable Financing and ESG Investments in the Context of the VUCA Environment. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*. 2023;17(1):1385-1393. DOI: 10.2478/picbe-2023-0124.

*About the Authors:*

**Elena N. Makarenko**, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Rector, RSUE (RINH), Rostov-on-Don,

Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-8621-0751>, ScopusID – 57211799975, AuthorID – 736458.

E-mail: [rector@rsue.ru](mailto:rector@rsue.ru).

**Sergey G. Tyaglov**, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Professor of the Department of Economics of Region, Industries and Enterprises, RSUE (RINH), Rostov-on-Don, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-8729-5117>, ScopusID – 57189035954, AuthorID – 456568.

E-mail: [tyaglov-sg@rambler.ru](mailto:tyaglov-sg@rambler.ru).

**Anastasia V. Sheveleva**, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Professor of the Department of Management, Marketing and Foreign Economic Activity named after I.N. Gerchikova, MGIMO University, Moscow, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-7322-7033>, AuthorID – 479453.

E-mail: [a\\_sheveleva@rambler.ru](mailto:a_sheveleva@rambler.ru).

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.

## Научная статья

<https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.002>

УДК 336.71

JEL classification: G12, G23

### ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ В ЦЕЛЯХ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ КОМПАНИЯМИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Богданова Р.М.\*

РГЭУ (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Россия

#### Аннотация

**Введение.** Цифровизация всех форм корпоративных отношений и общественной жизни, обусловленная нарастанием влияния четвертой промышленной революции, актуализирует широкое применение цифровых технологий предприятиями реального сектора экономики, которые рассматривают их в качестве инструментов упрощения процессов заключения сделок и обеспечения их безопасности, а также в качестве нового источника привлечения инвестиционного капитала. Уже сейчас пилотные проекты по применению цифровых финансовых активов (ЦФА) как источников наращивания объемов финансового обеспечения показали свою высокую результативность, а сам механизм их внедрения оказался достаточно прост и удобен для компаний-эмитентов. В связи с этим можно обозначить достаточно высокий потенциал применения в реальном секторе экономики цифровых финансовых активов и их перспективность для рынков инвестиционного капитала, однако в дальнейшем требуется достаточно серьезная работа по правовому регулированию ЦФА, анализу рисков его использования для предприятий реального сектора, а также создание опре-

деленных унифицированных алгоритмов, которые позволят превратить цифровые активы в полноценный инструмент финансирования.

**Материалы и методы.** Проведение анализа возможностей применения цифровых финансовых активов как перспективных финансовых инструментов для реального сектора экономики основано на использовании основных положений Стратегии развития национальной платежной системы, что подразумевает рассмотрение термина «ЦФА» с точки зрения инновационного подхода к осуществлению инвестиционных операций и расширению сферы применения данных активов, в том числе и как самых современных средств платежа. Основу методического аппарата данного исследования составляет концептуально-теоретическое обобщение основных аспектов управления ЦФА, а также анализ преимуществ и недостатков внедрения цифровых активов для осуществления инвестирования и привлечения капитала на основе технологий блокчейна.

**Результаты исследования.** Полученные в ходе исследования результаты свидетельствуют о том, что на сегодняшний день ЦФА, несмотря на то, что являются новым явлением на финансовом рынке, обладают большим потенциалом для развития за счет возможности повышения безопасности и скорости заключения финансовых сделок, что открывает для предприятий реального сектора экономики новые технологические горизонты в области совершенствования методов финансового обеспечения своей деятельности. Обосновано, что в этом случае ЦФА позволяют снизить средневзвешенную стоимость капитала за счет уменьшения транзакционных издержек на привлечение финансирования, а также обеспечить максимальную прозрачность финансовых операций, что повышает инвестиционную привлекательность компании и укрепляет доверие к ней со стороны инвесторов.

**Обсуждение и заключение.** Выводы и обобщения, сделанные в рамках данной статьи, могут быть использованы в практике работы предприятий реального секто-

\* Corresponding author.

E-mail address: [raisa.m1975@mail.ru](mailto:raisa.m1975@mail.ru)  
(R.M. Bogdanova)

ра экономики, рассматривающих возможность применения ЦФА для инвестирования и финансирования, облегчения доступа на рынок займов (что особенно важно для субъектов среднего и малого бизнеса), оптимизации торгового финансирования, доступа к новому рынку ликвидности, токенизации активов с целью ускорения привлечения финансирования под них.

Научная значимость представленного в статье исследования заключается в идентификации основных преимуществ и ограничений выпуска цифровых финансовых активов для эмитентов предприятий реального сектора экономики.

*Ключевые слова:* реальный сектор экономики, цифровые финансовые активы, источники финансирования инвестиционной деятельности.

*Для цитирования:* Богданова Р.М. Перспективы использования цифровых финансовых активов в целях привлечения инвестиционных ресурсов компаниями реального сектора экономики. *Финансовые исследования.* 2024;25(2):21-30. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.002.

## Research Article

### PROSPECTS FOR THE USE OF DIGITAL FINANCIAL ASSETS IN ORDER TO ATTRACT INVESTMENT RESOURCES BY COMPANIES IN THE REAL SECTOR OF THE ECONOMY

**R.M. Bogdanova**\*

Rostov State University of Economics ((RINH),  
Rostov-on-Don, Russia

#### Abstract

**Introduction.** The digitalization of all forms of corporate relations and public life, due to the increasing influence of the fourth industrial revolution, leads to the widespread use of digital technologies by enterprises in the real sector of the economy, which consider them as tools to simplify the processes of concluding transactions and ensuring their security, as well as as a new

source of attracting external investment capital. Pilot projects on the use of digital financial assets (CFA) are already underway as sources of increasing the volume of financial support, they have shown their high effectiveness, and the mechanism of their implementation has turned out to be quite simple and convenient for issuing companies. In this regard, it is possible to identify a fairly high potential for the use of digital financial assets in the real sector of the economy and their prospects for investment capital markets, however, serious work is required on the legal regulation of the CFA, an analysis of the risks of its use for real sector enterprises, as well as the creation of certain unified algorithms that will turn digital assets into a full-fledged a financing tool.

**Materials and Methods.** The analysis of the possibilities of using digital financial assets as promising financial instruments for the real sector of the economy is based on the use of the main provisions of the Strategy for the Development of the national payment system, which implies considering the term CFA from the point of view of an innovative approach to investment transactions and expanding the scope of these assets, including the most modern means of payment. The basis of the methodological apparatus of this study is a conceptual and theoretical generalization of the main aspects of CFA management, as well as an analysis of the advantages and disadvantages of introducing digital assets for investing and raising capital based on blockchain technologies.

**Results.** The results obtained during the study indicate that today, despite the fact that CFAs are a new phenomenon in the financial market, they have great potential for development due to the possibility of increasing the security and speed of concluding financial transactions, which opens up new technological horizons for enterprises in the real sector of the economy in the field of improving methods of financial support for their activities. It is proved that in this case, CFAs can reduce the weighted average cost of capital by reducing transaction costs for attracting financing, as well as ensure maximum transparency of financial transactions, which increases the investment

attractiveness of the company and strengthens investor confidence in it.

**Discussion and Conclusion.** The conclusions and generalizations made within the framework of this article can be used in the practice of enterprises in the real sector of the economy considering the possibility of using CFA for investment and financing – facilitating access to the borrowing market (which is especially important for medium and small businesses), optimizing trade finance, access to a new liquidity market, tokenization of assets to accelerate the attraction of financing for them.

The scientific significance of the research presented in the article is to identify the main advantages and limitations of issuing digital financial assets for issuers of enterprises in the real sector of the economy.

*Keywords:* the real sector of the economy, digital financial assets, sources of financing for investment activities.

**For citation:** R.M. Bogdanova. Prospects for the Use of Digital Financial Assets in Order to Attract Investment Resources by Companies in the Real Sector of the Economy. *Financial Research*. 2024;25(2):21-30. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.002.

## 1. Введение

Вопросы активизации инвестиционной деятельности для отечественных предприятий реального сектора экономики всегда были очень актуальны, но в последние годы на фоне введения экономических санкций приобрели особое значение, так как вопросы получения внешнего финансирования усложнились, количество доступных источников инвестиционного капитала снизилось, трансформировался и сам механизм его привлечения. Сложившаяся ситуация и общее ухудшение макроэкономических условий привели к необходимости разработки новых подходов к взаимодействию реального сектора экономики с финансовым рынком на основе использования инновационных финансовых инструментов. Так, использование цифровых финансовых активов позволяет усовершенствовать ряд финансовых бизнес-процессов компании и привлекать к фи-

нансированию деятельности предприятия широкий круг инвесторов, который невозможно привлечь в рамках использования традиционных источников финансового обеспечения, таких как эмиссия акций и облигаций или банковское кредитование.

Кроме того, отключение России от системы SWIFT и другие связанные с санкциями ограничения доступа к внешним финансовым рынкам обуславливают внедрение альтернативных способов привлечения финансирования для ведения инвестиционной деятельности, причем возникает необходимость в использовании таких инструментов, которые гарантируют компании сохранность ресурсов, а также позволяют быстро адаптироваться к изменениям в макроэкономическом пространстве. Все это характеризует целесообразность применения цифровых финансовых активов для предприятий реального сектора, так как в существующих условиях именно они становятся эффективным инструментом осуществления инвестиционной деятельности, а для предприятий, работающих с внешними рынками, появляются возможности для организации бесперебойной оплаты экспортируемых и импортируемых товаров.

Сложно переоценить значимость ЦФА как инструмента, позволяющего привлечь самый широкий круг инвесторов, так как в отличие от ценной бумаги актив может дробиться, и инвестор может осуществить покупку на совсем небольшую сумму. Также ЦФА как токенизированный актив, аналогичный бездокументарной ценной бумаге, упрощает процедуру совершения сделок, так как посредничество банка в этом случае уже не нужно, что положительно отражается и на росте доходности сделок, и на скорости их осуществления. Очень важным для российской практики является признание ЦФА как легального актива и введение в 2023 году в действие цифрового рубля, так как фактически это означает всестороннюю поддержку со стороны государства развития данного направления финансового рынка и перспективность использования инструмента в будущем. Особое внимание следу-

ет обратить на то, что, с одной стороны, ЦФА обеспечены реальными активами: производственными объектами, недвижимостью, металлами, долговыми инструментами, что снижает риски их применения для потенциальных инвесторов, а с другой стороны, ЦФА не обладают целым рядом ограничений вещественных форм актива, которые затрудняют их обращение на рынке.

Как на экспертном уровне, так и на уровне Правительства РФ заявлено, что активизация использования цифровых финансовых активов предприятиями реального сектора экономики будет способствовать популяризации механизмов коллективного финансирования и увеличит возможности предприятий по привлечению более масштабных объемов инвестиционных ресурсов, а также выступит в качестве эффективной альтернативы факторингу. Малый и средний бизнес-сегмент в этом случае получают доступ к новому рынку ликвидности («цифровым облигациям»), возможностями которого ранее могли воспользоваться только крупные компании с хорошими показателями кредитоспособности [1, с. 126]. В то время как процедура выпуска и размещения облигационного займа трудозатратна и требует большого количества времени и финансовых средств, размещение ЦФА сокращает сроки привлечения внешнего финансирования и снижает объем необходимых для выпуска ценных бумаг финансовых ресурсов.

Однако доступность данного финансового инструмента влечет за собой ряд рисков, например, массовая эмиссия ЦФА без особых ограничений может спровоцировать явление бесконтрольной эмиссии и возникновения «дутых» ЦФА. С учетом того, что инструмент является цифровым, так или иначе возрастают технологические риски, заключающиеся в хакерских атаках и появлении технологий по обходу защитных механизмов системы. Поэтому при широком внедрении ЦФА в практику работы предприятий становится необходимой разработка механизмов и алгоритмов управления всеми бизнес-процессами, свя-

занных с использованием ЦФА, которые будут способствовать максимальной защите интересов как эмитентов ЦФА, так и их инвесторов.

## **2. Материалы и методы**

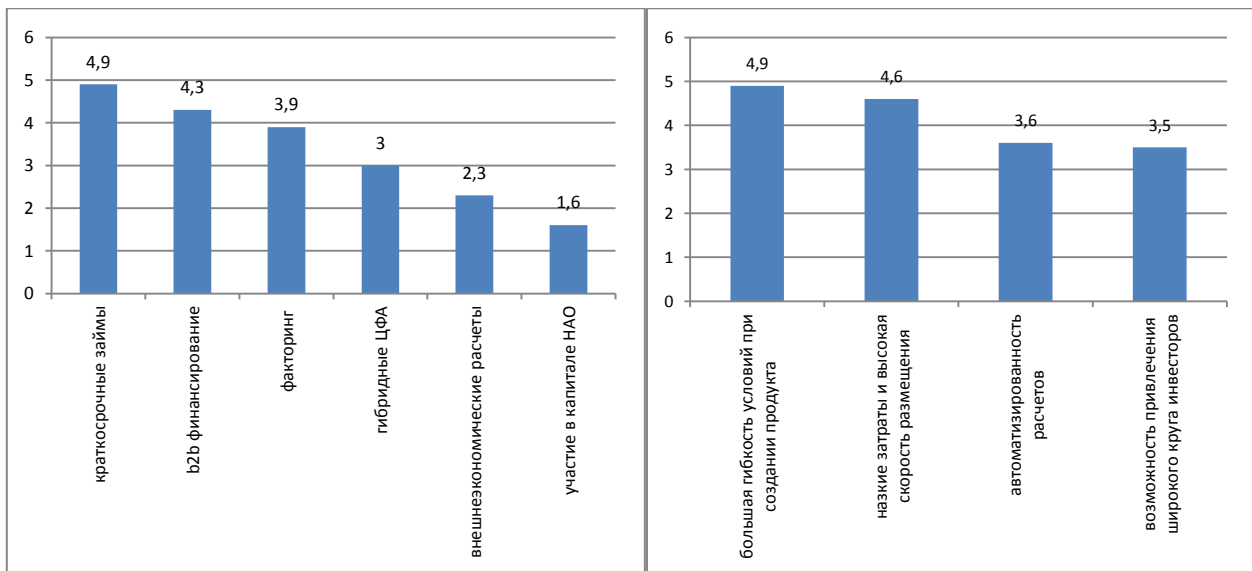
Информационную основу статьи составили исследования рынка цифровых финансовых активов, проводимые рейтинговыми агентствами «Эксперт РА», а также SberCIB Investment Research, статистические данные, формируемые Банком России и Московской биржей. Также были изучены критерии ЦФА, которые легли в основу методологии рейтингов ЦФА, формируемых рейтинговыми агентствами АКРА, «Эксперт РА» и НКР. В основе проведенного в статье обзора преимуществ и недостатков цифровых финансовых активов как источников обеспечения инвестиционной деятельности предприятий реального сектора экономики лежит базовая методология соответствующего типа долгового инструмента с поправкой на влияние различных инфраструктурных рисков.

Опираясь на понятия, заложенные в Концепции законодательного регулирования оборота ЦФА и Федеральном законе «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ», обосновывается, что ЦФА, в отличие от криптовалют, являются обеспеченными финансовыми инструментами [2, с. 324], что позволяет предприятиям реального сектора экономики эффективно использовать их для гарантированного привлечения дополнительных объемов финансирования.

## **3. Результаты исследования**

Исследование отечественного финансового рынка, проводимое аналитическим агентством «Эксперт РА», показало, что популярность использования ЦФА гибридного типа (сочетание свойства ЦФА как инвестиционного инструмента и утилитарных цифровых прав как инструмента передачи инвестору во владение некоего актива) возрастет и в ближайшем будущем уже даже может превзойти по востребованности такой инструмент, как факторинг (рис. 1).



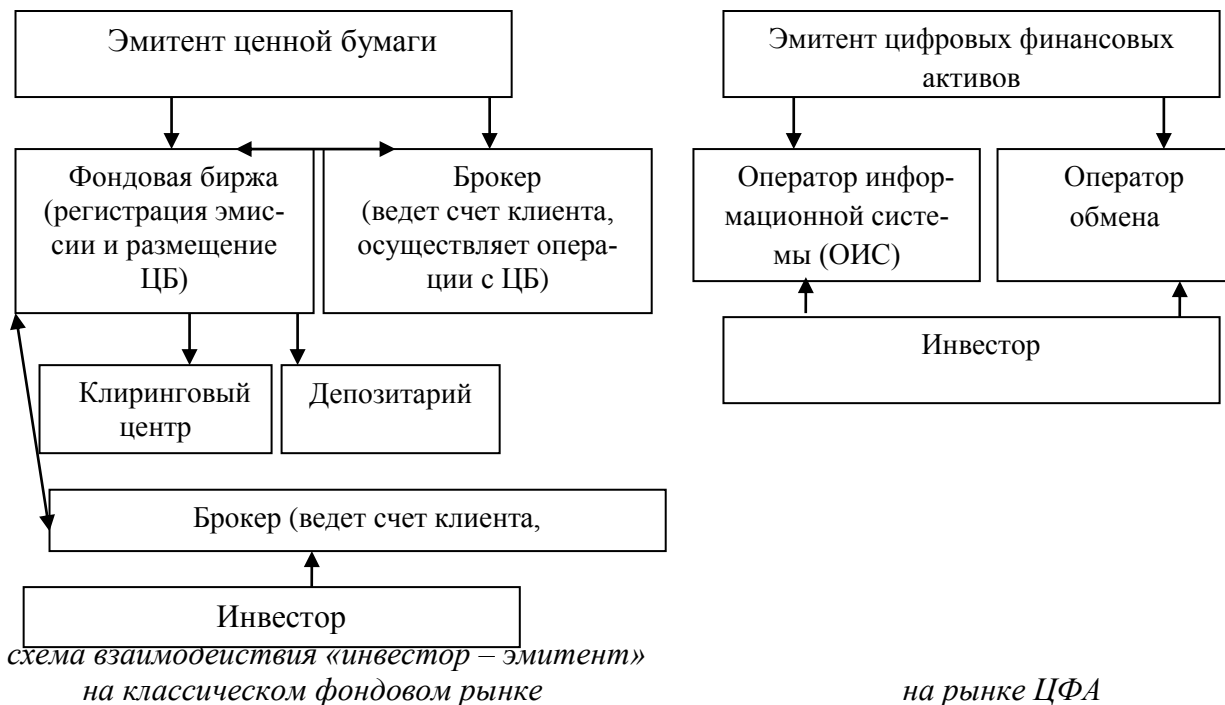


**Рис. 1.** Перспективы использования ЦФА на финансовом рынке в 2024 г. и их преимущества по сравнению с другими финансовыми инструментами, баллы [3]

**Fig. 1.** Prospects for the use of CFAs in the financial market in 2024 and their advantages compared to other financial instruments, points [3]

Из основных преимуществ инструмента, получивших практически максимальный балл, выделена большая гибкость условий при создании продукта, а также низкие затраты и высокая скорость размещения, и, действительно, практика пилотных выпусков

ЦФА в России подтверждает реальное наличие этих преимуществ. Обусловлено это как самой спецификой работы с цифровыми технологиями, так и сокращением количества посредников между эмитентом и инвестором, что наглядно демонстрирует рисунок 2.



**Рис. 2.** Сравнение алгоритмов взаимодействия эмитентов и инвесторов в рамках традиционной процедуры размещения ценных бумаг и при использовании ЦФА

**Fig. 2.** Comparison of algorithms of interaction between issuers and investors within the framework of the traditional procedure of securities placement and when using CFAs

Источник: составлен автором.

Для эмитентов общий алгоритм размещения ЦФА состоит из пяти последовательно реализуемых этапов: запрос ОИС на выпуск ЦФА, проверка оператором сведений по будущему выпуску, размещение эмитентом решения о выпуске ЦФА (после подтверждения оператором), сбор заявок инвесторов на покупку активов, заключение сделки о выпуске ЦФА, в результате которой инвестор приобретает цифровой актив, а эмитент получает инвестиционные ресурсы. С точки зрения инвестора, выход на рынок ЦФА также максимально прост и заключается в регистрации на сайте или в приложении у оператора информационной системы, выборе понравившегося актива и его покупке, сопровождающейся заключением сделки с помощью подписи приватным ключом.

Таким образом, доступ на рынок ЦФА открыт для большого количества инвесторов, в том числе и неквалифицированных, а простота покупки активов становится сравнима с открытием вклада в банке через мобильное приложение. Кроме того, для предприятий реального сектора экономики становится особенно привлекательным этот инструмент за счет того, что позволяет привлечь достаточно большой объем финансовых ресурсов, не прибегая к дорогостоящим банковским кредитам или выпуску акций, а у предприятий с известным «народным» брендом появляются очень хорошие шансы привлечения инвесторов из числа лояльных бренду покупателей. Поэтому, с нашей точки зрения, данный инструмент приобретает схожие черты с краудфандингом (коллективное сотрудничество людей (доноров), которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций [4, с. 58]) и краудинвестингом (финансирование на возвратной основе, где вкладчики получают экономическую выгоду от будущей успешной реализации инвестиционных проектов, а привлечение средств осуществляется через специализированный интернет-ресурс – краудинвестинговые платформы [5, с. 170]).

Однако для того чтобы инструментарий ЦФА заработал в полную силу, необ-

ходимо усовершенствовать институциональные условия, которые влияют на принятие решений эмитентами и инвесторами, а также оптимизировать механизмы экономического стимулирования участников данного рынка. По утверждению экспертов, технологии распределенного реестра, на которых основан механизм работы рынка ЦФА, сейчас находятся на стадии экспериментальных исследований и не достигли даже одного процента от своего потенциала [6]. Например, очень важным является получение сетевого эффекта за счет привлечения новых пользователей цифровых активов и роста объемов и количества операций, однако для этого необходимо положительное позиционирование как самого рынка ЦФА, так и используемых на нем технологий, ведь, например, тот же блокчейн до сих пор еще воспринимается многими как нелегальный инструмент, связанный исключительно с рынком криптовалют. В то же время самые крупные международные банки уже сейчас внедряют разработки калифорнийского криптопроекта Ripple, создающего инструменты для токенизации платежей, что говорит о том, что даже традиционный финансовый рынок видит большую перспективность использования как передовых финансовых цифровых технологий, так и самих криптовалют<sup>1</sup>.

При этом цифровые финансовые активы, в отличие от криптовалюты, не только являются полностью легальным финансовым инструментом на отечественном рынке, но и имеют конкретное материальное обеспечение, а информация о сделках записывается в приватный блокчейн, контролируемый Центробанком, что практически обнуляет риски подделки сделки или кражи активов [7, с. 130]. Права эмитентов и инвесторов в процессе размещения и покупки ЦФА надежно защищены, что позволяет рассматривать данный инструмент как эффективный и доступный способ привлечения инвестиционного финансиро-

<sup>1</sup> Банк России Развитие рынка цифровых активов в Российской Федерации. М.: Банк России, 2022:5. URL: [https://www.cbr.ru/Content/Document/File/141991/Consultation\\_Paper\\_07112022.pdf](https://www.cbr.ru/Content/Document/File/141991/Consultation_Paper_07112022.pdf) (Дата обращения: 15.02.2023).

вания. Учитывая низкие затраты на выпуск и размещение, для многих компаний реального сектора, характеризующихся небольшой рентабельностью (по сравнению со ставками по банковским кредитам), неоптимальной структурой капитала и высокой зависимостью от макроэкономических факторов, ЦФА могут превратиться в значимый источник финансирования и в ближайшем будущем обойти по востребованности другие инструменты привлечения долгосрочного капитала.

#### 4. Обсуждение

На сегодняшний день цифровые финансовые активы представляют собой пер-

спективный инструмент привлечения инвестиционных ресурсов, но вместе с тем малоизвестный широкому кругу инвесторов и вызывающий настороженность у эмитентов, которая, в частности, обусловлена его формированием и обращением исключительно в цифровом пространстве. Поэтому для того чтобы идентифицировать основные риски, присущие участникам этого нового рынка, целесообразно рассмотреть преимущества и недостатки использования ЦФА, сопоставив их с факторами, которые оказывают влияние на стоимость актива и соответствующими рисками.

*Таблица 1. Факторы формирования ценности ЦФА через призму их преимуществ, недостатков и сопутствующих рисков<sup>1</sup>*

*Table 1. Factors of CFA value formation through the prism of their advantages, disadvantages and associated risks<sup>3</sup>*

Факторы, влияющие на стоимость ЦФА / Factors affecting the value of CFA	Преимущества / Advantages	Недостатки / Disadvantages	Риски / Risks
Уровень ожидаемого дохода	Высокая доступность размещения, что дает возможность привлечь большое количество инвесторов	Доход по ЦФА фиксирован или привязан к определенному показателю, например стоимости металлов, кв. м жилья, если они снижаются, то падает и стоимость актива	Налоговые, юридические, риски, связанные со структурированием выпусков и взаимодействием с различными контрагентами эмитентов ЦФА [10]
Уровень развития цифровых финансовых технологий	Блокчейн гарантирует безопасность и невозможность подмены информации	ОИС должна быть способна обеспечить непрерывное функционирование информационных систем, что требует непрерывного ее совершенствования	Технологические риски и возможные нарушения в системе кибербезопасности
Квалификация участников рынка ЦФА	Права инвесторов юридически защищены	Накоплен еще очень небольшой опыт как выхода на рынок ЦФА со стороны эмитентов, так и торговли ЦФА со стороны инвесторов (торговля только через одного оператора обмена – Мосбиржу)	Невозможность использования потенциала рынка ввиду отсутствия специалистов, имеющих опыт работы с ЦФА

<sup>1</sup> Акра Искандаров Т. Цифровые финансовые активы – рейтинговое и направления развития. 2023. URL: [https://www.acra-ratings.ru/upload/iblock/7d3/vz101lvgisxo9hgff6yueqrvzhwv3s7/20230613\\_CFFTI.pdf](https://www.acra-ratings.ru/upload/iblock/7d3/vz101lvgisxo9hgff6yueqrvzhwv3s7/20230613_CFFTI.pdf) (Дата обращения: 15.02.2024).

Факторы, влияющие на стоимость ЦФА / Factors affecting the value of CFA	Преимущества / Advantages	Недостатки / Disadvantages	Риски / Risks
Величина транзакционных издержек	Инвестор не платит дополнительные комиссии брокеру, а эмитенты экономят на процедуре выпуска и размещения	-	Затраты могут возрастать по мере развития рынка, появления новых операторов обмена и увеличения количества операций, совершаемых на специализированных платформах
Инвестиционный потенциал	Может заменять инструменты межкорпоративного кредитования, а также традиционные финансовые инструменты, обеспечивая при этом доходность выше, чем по банковским депозитам. Для эмитента также это выгоднее, чем брать кредит в банке	Скептическое отношение инвесторов к ЦФА из-за ошибочного сравнения данного инструмента с криптовалютой	Риски ущемления прав инвесторов в случае банкротства ОИС
Возможность снижения операционных затрат и повышения эффективности бизнеса	Прямой доступ к торговле ЦФА, подпись приватным ключом позволяют совершать сделки удаленно и с любыми инвесторами, что снижает санкционные риски блокировки активов	Низкая заинтересованность эмитентов в привлечении капитала через ЦФА	Риск влияния кредитоспособности ОИС на исполнение обязательств по ЦФА
Известность бренда компании-эмитента	Возможность привлечь большое количество инвесторов, как корпоративных, так и частных, особенно среди лояльных бренду потребителей	-	В случае ухудшения репутации эмитента возможно снижение востребованности выпущенных им ЦФА

Источник: составлена автором.

Анализ данной таблицы приводит нас к выводу о том, что в настоящий момент развитие рынка ЦФА сдерживается рядом ограничительных параметров, которые имеют как объективные, так и субъективные причины, многие из них обусловлены проблемами и рисками, сопровождающими использование технологий распределенного реестра:

- отсутствием налаженного механизма повышения доверия участников финансового рынка к блокчейну и системы оценки рисков ЦФА [9, с. 105-106];

- пока еще низкой вовлеченностью мировых финансовых институтов в операции на рынке ЦФА;

- недостаточной осведомленностью эмитентов и инвесторов о тех возможностях, которые дает им выпуск и приобретение цифровых финансовых активов;

- существованием определенного протекционизма со стороны последователей традиционной системы международных экономических связей в отношении сохранения прежней структуры финансового рынка.

Однако данные ограничения являются полностью преодолемыми за счет совершенствования институциональных параметров функционирования финансового рынка, развития цифровых технологий, обучения финансовых и IT-специалистов особенностям работы на рынке ЦФА

[10, с. 546], в ходе которого постепенно будет формироваться высококвалифицированная группа экспертов по работе с цифровыми финансовыми инструментами. На данный момент появление рынка ЦФА уже можно обоснованно считать логическим и эволюционно обусловленным этапом, с одной стороны, развития финансового рынка, а с другой – нарастания трендов цифровизации во всех сферах экономики и жизнедеятельности общества.

### 5. Заключение

Показатели развития, которые демонстрирует сейчас рынок ЦФА, во многом, конечно, обусловлены общим негативным состоянием фондового рынка в стране, наблюдающимся в последние годы вследствие внешнеэкономических санкций, структурной трансформации экономики, высокой инфляции, непрерывного повышения ключевой ставки. Все это отрицательно сказывается на возможностях предприятий реального сектора экономики для привлечения инвестиционных ресурсов, традиционные источники которых стали менее доступны, более ресурсоемки и влекут за собой рост средневзвешенной стоимости капитала. Именно это может дать эмитентам стимул к тому, чтобы обратить свое внимание на другие возможности привлечения долгосрочных финансовых ресурсов – за счет других источников и за счет использования принципиально других технологий.

Для того чтобы выйти на максимальную реализацию своего потенциала, рынку ЦФА необходимо пройти несколько этапов развития, первый из которых начался в 2023 году, когда на российском рынке появились первые компании, осуществившие эмиссию ЦФА и сыгравшие тем самым немалую роль в развитии рынка. Когда доля цифровых активов превысит 3% в общей структуре рынка, он перейдет в новую фазу, которая будет означать, что активы в цифровой форме будут постепенно замещать традиционные виды ценных бумаг. Завершающий этап структурной трансформации и цифровизации финансового рынка будет предполагать полный переход всех основных рынков активов и капитала

в цифровой формат, а инвесторы будут отдавать однозначное предпочтение цифровой форме актива.

## СПИСОК

### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лубягина Д.В. Зачем реальному сектору экономики цифровые финансовые активы: риски и перспективы. *Вестник Университета имени О.Е. Кутафина*. 2023;8(108):122-131. DOI: 10.17803/2311-5998.2023.108.8.122-131.

2. Грудина В.А., Лукьянчук Ю.В., Куницына Н.Н. Тенденции развития цифровых финансовых активов на современном этапе. *Московский экономический журнал*. 2022;7:322-332. DOI: 10.55186/2413046X\_2022\_7-7\_397.

3. Кашицын П., Веролайн А. Рынок цифровых финансовых активов: найти основание для роста. URL: <https://www.vedomosti.ru/investments/articles/2023/12/05/1009454-tsifrovie-finansovie-aktivi-protiv-tsennih-bumag> (Дата обращения: 13.02.2024).

4. Санин М.К. История развития краудфандинга. Классификация видов. Анализ перспектив развития и преимуществ. *Экономика и экологический менеджмент*. 2015;4:57-63. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-kraudfandinga-klassifikatsiya-vidov-analiz-perspektiv-razvitiya-i-preimuschestv/viewer> (Дата обращения: 13.02.2024).

5. Глухов К.В., Куликов М.В. Развитие краудинвестинга как альтернативной формы финансирования субъектов малого и среднего предпринимательства: зарубежный опыт и российская практика. *Вестник университета*. 2022;6:170. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-6-169-179.

6. Харинов С.В., Иванов В.В. Цифровые финансовые активы на рынке международного движения капитала. *Банковское дело*. 2023. 15.08.2023. URL: <https://www.bankdelo.ru/fingram/press-center/pub/9079> (Дата обращения: 15.02.2023).

7. Дорофеев В.А. Регулирование цифровых финансовых активов в России и за рубежом. *Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки*. 2023;6:129-131. DOI: 10.23672/SAE.2023.38.52.004.

8. Takanashi Y. Call for Multi-Stakeholder Communication to Establish a Governance Mechanism for the Emerging Blockchain-Based Financial Ecosystem, Part 1 of 2. *Stanford Journal of Blockchain Law & Policy*. 2020;3/1. URL: <https://stanford-jblp.pubpub.org/pub/multistakeholder-comm-governance/release/1> (Дата обращения: 15.02.2023).

9. He J., Li T., Li B., Lan X., Li Z., & Wang Y. An immune-based risk assessment method for digital virtual assets. *Computers & Security*. 2021:102-134. DOI: 10.1016/j.cose.2020.102134.

10. Инамджанова Э.Э. Международный опыт и современный процесс цифровизации активов. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*. 2024;1:544-554. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-i-sovremennyy-protsess-tsifrovizatsii-aktivov/viewer> (Дата обращения: 15.02.2023).

*Об авторах:*

**Богданова Раиса Мансуровна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики региона, отраслей и предприятий ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-1026-8652>.

E-mail: [raisa.m1975@mail.ru](mailto:raisa.m1975@mail.ru).

## REFERENCES

1. D.V. Lubyagina. Why does the real sector of the economy need digital financial assets: risks and prospects. *Bulletin of the Kutafin University*. 2023;8(108):122-131. DOI: 10.17803/2311-5998.2023.108.8.122-131.

2. V.A. Grudinina, Y.V. Lukyanchuk, N.N. Kunitsyna. Trends in the development of digital financial assets at the current stage. *Moscow Economic Journal*. 2022;7:322-332. DOI: 10.55186/2413046X\_2022\_7-7\_397.

3. P. Kashitsyn, A. Verolainen. The market of digital financial assets: finding a basis for growth. Available at: <https://www.vedomosti.ru/investments/articles/2023/12/05/1009454-tsifrovie-finansovie-aktivi-protiv-tsennih-bumag> (Accessed: 13.02.2024).

4. M.K. Sanin. The history of crowdfunding development. Classification of types. Analysis of development prospects and

advantages. *Economics and Ecological Management*. 2015;4:57-63. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-kraudfandinga-klassifikatsiya-vidov-analizi-perspektiv-razvitiya-i-preimuschestv/viewer> (Accessed: 13.02.2024).

5. K.V. Glukhov, M.V. Kulikov. Development of crowdinvesting as an alternative form of financing for small and medium-sized enterprises: foreign experience and Russian practice. *Bulletin of the University*. 2022;6:170. DOI: 10.26425/1816-4277-2022-6-169-179.

6. S.V. Kharinov, V.V. Ivanov. Digital financial assets in the international capital movement market. *Banking*. 2023. Available at: <https://www.bankdelo.ru/fingram/press-center/pub/9079> (Accessed: 15.02.2023).

7. V.A. Dorofeev. Regulation of digital financial assets in Russia and abroad. *Humanitarian, Socio-Economic and Social Sciences*. 2023;6:129-131. DOI: 10.23672/SAE.2023.38.52.004.

8. Y. Takanashi. Call for Multi-Stakeholder Communication to Establish a Governance Mechanism for the Emerging Blockchain-Based Financial Ecosystem, Part 1 of 2. *Stanford Journal of Blockchain Law & Policy*. 2020;3/1. Available at: <https://stanford-jblp.pubpub.org/pub/multistakeholder-comm-governance/release/1> (Accessed: 15.02.2023).

9. J. He, T. Li, B. Li, X. Lan, Z. Li, Y. Wang. An immune-based risk assessment method for digital virtual assets. *Computers & Security*. 2021:102-134. DOI: 10.1016/j.cose.2020.102134.

10. E.E. Inamdjanova. International experience and the modern process of asset digitalization. *Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences*. 2024;1:544-554. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-i-sovremennyy-protsess-tsifrovizatsii-aktivov/viewer> (Accessed: 15.02.2023).

*About the Authors:*

**Raisa M. Bogdanova**, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor of the Department of Economics of Region, Industries and Enterprises, RSUE (RINH), Rostov-on-Don, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-1026-8652>.

E-mail: [raisa.m1975@mail.ru](mailto:raisa.m1975@mail.ru).

## Научная статья

[https://doi.org/10.54220/finis.1991-](https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.003)

0525.2024.83.2.003

УДК 332

JEL classification: M31, M 38

### ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИИ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Бондаренко В.А.<sup>a</sup>, Пржедецкая Н.В.<sup>b</sup>,  
Разинкова Т.И.<sup>c\*</sup>  
<sup>a,b,c</sup> РГЭУ (РИНХ),  
г. Ростов-на-Дону, Россия

#### Аннотация

**Введение.** Представленная статья посвящена уточнению доминирующей концепции маркетинга территории на основе исследования эволюции территориального маркетинга в контексте устойчивого развития. Данный вопрос представляется актуальным, поскольку маркетинг территории позволяет планировать развитие определенного региона в рамках желательной траектории, отражающей интересы стейкхолдеров территории.

**Материалы и методы.** Исследуется факт эволюции концепции маркетинга в сторону устойчивости и моделирования ответственного поведения. Анализируется интерпретация маркетинга территории в построениях различных отечественных и зарубежных ученых. В основу методологии положено исследование эволюционных этапов маркетинга территории и доминирующих в них концепций маркетинга. В статье использованы такие методы, как: сбор, сравнение и уточнение мнений специалистов в отношении доминирующей концепции маркетинга, маркетинга устойчивого развития в развитии территории, анализ и синтез полученной информации и формулирование непротиворечивых выводов.

**Результаты исследования.** В рамках этапности эволюции маркетинга территории обоснован четвертый этап, отражаю-

щий современную ситуацию, в которой за счет усложнения конкуренции, роста глобальных проблем, связанных с экологическими катастрофами, ограниченностью ресурсов, перенаселением и т.д., возрастает запрос на поиск возможностей эффективного хозяйствования при упрочнении взаимоотношений между стейкхолдерами в регионе, что актуализирует приверженность к концепции маркетинга устойчивого развития. Практические последствия связаны с существованием у территорий возможности учитывать критерии устойчивого развития при разработке маркетинговой стратегии в рамках управленческой концепции маркетинга территории.

**Обсуждение и заключение.** Авторские выводы и результаты позволяют проследить эволюцию маркетинга территории от этапа концентрации промышленных производств до следования целевым установкам устойчивого развития, что дает возможность уточнить понимание характерной для современного этапа концепции маркетинга устойчивого развития территории.

*Ключевые слова:* маркетинг территории, концепция маркетинга, маркетинг устойчивого развития, маркетинг устойчивого развития территории.

**Для цитирования:** Бондаренко В.А., Пржедецкая Н.В., Разинкова Т.И. Эволюция маркетинга территории в контексте устойчивого развития. *Финансовые исследования.* 2024;25(2):31-43. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.003.

#### Research Article

### THE EVOLUTION OF TERRITORIAL MARKETING IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

V.A. Bondarenko<sup>a</sup>, N.V. Przhedetskaya<sup>b</sup>,  
T.I. Razinkova<sup>c\*</sup>

<sup>a,b,c</sup> Rostov State University of Economics (RINH),  
Rostov-on-Don, Russia

#### Abstract

**Introduction.** The presented article is devoted to clarifying the dominant concept of territory marketing based on the study of the

\* Corresponding authors.

E-mail addresses: b14v@yandex.ru (V.A. Bondarenko),  
nvpr@bk.ru (N.V. Przhedetskaya),  
tamara.razinkova@mail.ru (T.I. Razinkova)



evolution of territorial marketing in the context of sustainable development. This issue seems relevant, since the marketing of the territory allows you to plan the development of a certain region within the framework of a desirable trajectory reflecting the interests of the stakeholders of the territory.

**Materials and Methods.** The fact of the evolution of the marketing concept towards sustainability and modeling responsible behavior is investigated. The interpretation of territory marketing in the constructions of various domestic and foreign scientists is analyzed. The methodology is based on the study of the evolutionary stages of territory marketing and the dominant marketing concepts in them. The article uses such methods as: collecting, comparing and clarifying the opinions of specialists regarding the dominant concept of marketing, marketing of sustainable development in the development of the territory, analyzing and synthesizing the information received and formulating consistent conclusions.

**Results.** Within the framework of the phasing evolution of territory marketing, the fourth stage is justified, reflecting the current situation in which, due to the increasing complexity of competition, the growth of global problems related to environmental disasters, limited resources, overpopulation, etc., the demand for finding effective management opportunities increases with the strengthening of relations between stakeholders in the region, which actualizes the commitment to the concept of sustainable development marketing. The practical consequences are related to the possibility for territories to take into account the criteria of sustainable development when developing a marketing strategy within the framework of the management concept of territory marketing.

**Discussion and Conclusion.** The author's conclusions and results allow us to trace the evolution of marketing of the territory from the stage of concentration of industrial production to following the target

settings of sustainable development, which makes it possible to clarify the understanding of the concept of marketing of sustainable development of the territory characteristic of the modern stage.

*Keywords:* territory marketing, marketing concept, marketing of sustainable development, marketing of sustainable development of the territory

**For citation:** V.A. Bondarenko, N.V. Przhedetskaya, T.I. Razinkova. The Evolution of Territorial Marketing in the Context of Sustainable Development. *Financial Research*. 2024;25(2):31-43. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.003.

## 1. Введение

В качестве управленческой концепции маркетинг территории в настоящее время оказывает влияние на планирование и осуществление желательных, направленных преобразований региональной экономики, опирающихся на потребности стейкхолдеров, вовлеченных в ее развитие. В основе маркетинга территории лежит характерная для конкретного периода хозяйствования доминирующая маркетинговая концепция. Сообразно изменениям внешней среды, оценкам внутренних возможностей эволюционирует эта доминирующая маркетинговая концепция, обеспечивающая как планирование стратегических ориентиров, так и их достижение в виде операционно-тактических шагов.

Подчеркнем, что генезис маркетинговой концепции связан с ресурсными возможностями на рынках товаров и услуг, обострением конкурентной борьбы, ростом различных рисков как для социума, так и для определенного бизнеса, ростом потребительских запросов, определяемых принятыми в социуме ценностными установками, и внедрением новых технологических решений, позволяющих повысить оперативность и результативность аналитики, коммуникаций с потребителями и принимаемых управленческих решений, что подчеркивает значение развития циф-



ровых технологий. Например, Багиев Г., Черенков В. отмечают, что «...маркетинг не может опираться на заостренную группу теоретических концепций. Изменение позитивного знания о развитии социально-экономических систем требует осмысления и концептуализации этого сложного и многомерного процесса» [1]. Данные авторы, опираясь на масштабные разработки зарубежной и отечественной научных школ маркетинга, демонстрируют его эволюционное развитие до концепции маркетинга устойчивости, или устойчивого развития.

Согласно сложившимся взглядам поясним, что в основе концепции маркетинга устойчивого развития лежит маркетинг отношений, поскольку отношенческая парадигма, ценности, запросы и установки распространяются на потребителя, общество и планету в широком смысле этого слова [2]. Также ключевую роль в формировании маркетинга устойчивого развития играет социально ориентированная концепция, углубленная до экологического, или зеленого, маркетинга, поскольку именно она выступает отправной точкой реагирования бизнеса на общественные запросы и экологические угрозы. Вместе с тем концепция устойчивого развития является более широкой, чем только экологическая, и позволяет реализовывать стратегическое маркетинговое планирование и операционные шаги для реализации устойчивого развития, а именно превентивного учета интересов потребителей, общества, планеты в настоящий момент без ущемления интересов будущих потребителей и социума [3; 4].

Учитывая общее принятие концепции устойчивого развития и необходимости учета ее ценностных ориентиров в функционировании регионов, обоснованным считаем исследование генезиса маркетинга территории в соотношении с упрочнением концепции маркетинга устойчивого развития.

## **2. Материалы и методы**

Исследуется факт эволюции концепции маркетинга в сторону устойчивости и

моделирования ответственного поведения. Анализируется интерпретация маркетинга территории в построениях различных отечественных и зарубежных ученых. В основу методологии положено исследование эволюционных этапов маркетинга территории и доминирующих в них концепций маркетинга. В исследовании эволюции концепции маркетинга территории мы опираемся на представленные в специализированной научной литературе работы, характеризующие генезис маркетинговых концепций, периодизацию маркетинга территории и интерес к маркетингу устойчивого развития. Нами осуществлены сбор, сравнение и уточнение мнений специалистов в отношении доминирующей концепции маркетинга, маркетинга устойчивого развития в развитии территории, анализ и синтез полученной информации и формулирование непротиворечивых выводов.

## **3. Результаты исследования**

В исторической ретроспективе следует отметить, что маркетинг территории в его происхождении ряд специалистов связывают с так называемым политическим маркетингом (1960–1970 гг.) [5], когда он (маркетинг) перестал ассоциироваться с функциональными сферами производства и распределения, его распространением в том числе на некоммерческую сферу. Например, Мак Кенан Р. отмечал значение маркетинга в качестве внутреннего и внешнего интегратора, что также значимо для расширения маркетинговой деятельности применительно к территории [6].

Как большинство процессов и явлений в маркетинговой деятельности маркетинг территории стал представлять интерес еще в 1970-х гг. в качестве практических решений, методических рекомендаций по планированию городских пространств, как инструмент их развития [7].

Следующей значимой разработкой в части исследования маркетинга территорий является «Маркетинг мест» [8]. В этот период указанный авторский коллектив детерминирует маркетинг мест как опирающийся на отношенческую парадигму в

консолидации интересов конкретных территорий (представителей территорий), в планировании и осуществлении застройки, привлечении инвестиций и т.д.

Характеризуя подход к эволюционированию маркетинга территории в зарубежной действительности (что оправданно, поскольку он получил свое развитие за рубежом, а именно в США), исследователи выделяют 3 основных этапа в данном процессе, в рамках которых можно проследить изменение понимания и наполнения маркетинга территории с точки зрения социально-экономических преобразований, технологического развития, эволюции маркетинговой деятельности и т.д. [9].

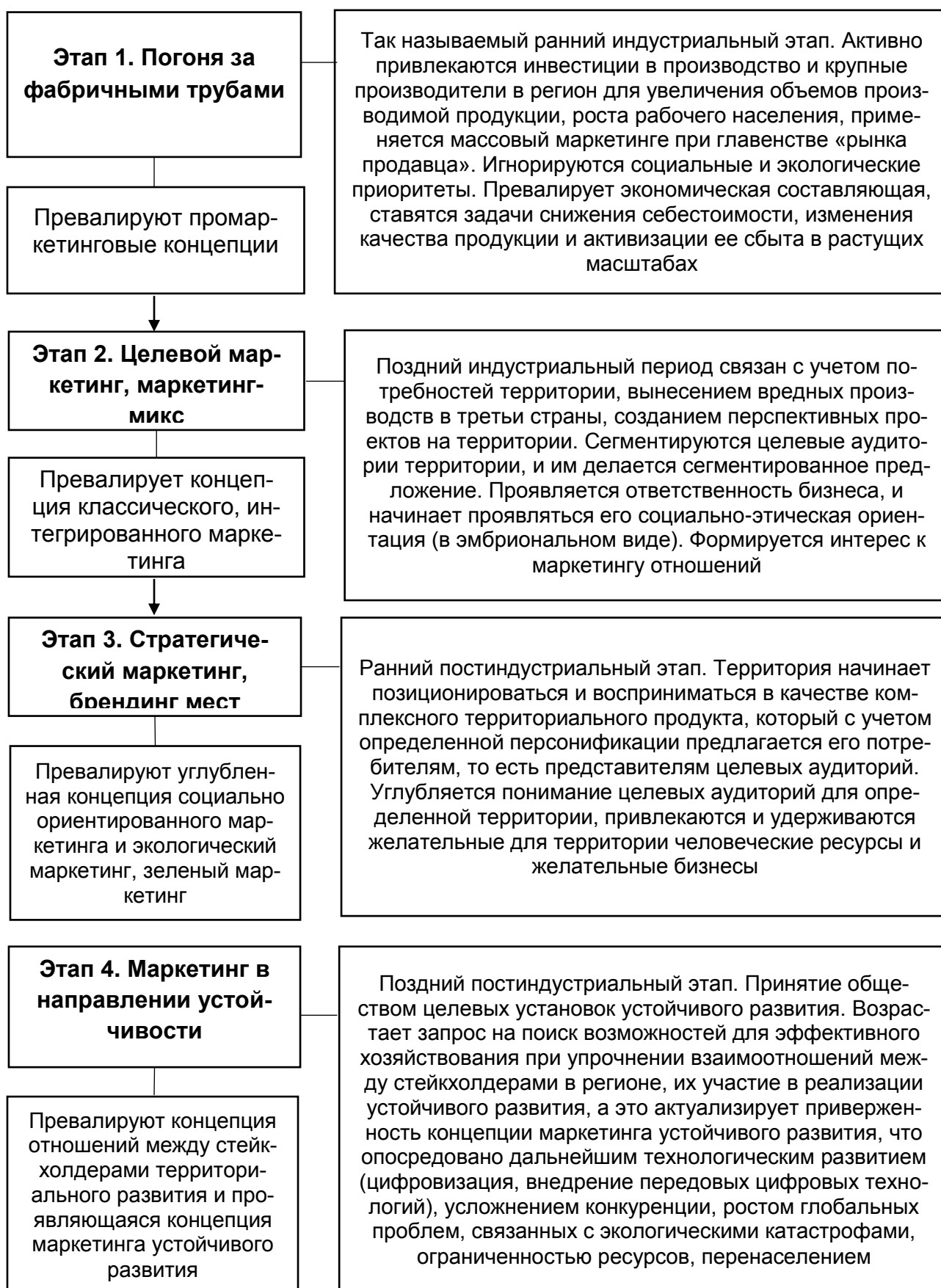
Первый этап, который пересекается с промаркетинговыми концепциями, связан с реализацией тренда массивификации производств для определенной территории. Для него была характерна практика привлечения инвестиций и крупных товаропроизводителей в регион, развитие промышленности и концентрация населения (рабочей силы) на данной территории. Вопросы экологического благополучия, социальной ориентации не проявляли себя в достаточной степени, более того, многие производства способствовали ухудшению экологической обстановки в регионе своей локализации. Далее, с одной стороны, для реакции на запрос по улучшению экологической обстановки, а с другой – для снижения расходов бизнес реализовал решение по переносу производств в страны третьего мира.

Второй этап связан с развертыванием маркетинговой концепции (концепции классического, или интегрированного, маркетинга), когда вопрос привлечения инвестиций в регионе связан с процессом выявления возможностей для бизнеса, а те, в свою очередь, опираются на выявление целевых аудиторий, их интересов и вариантов их удовлетворения. Поскольку учитываются потребности местных сообществ, а они связаны в том числе с социальным благополучием, то на этом этапе

начинает проявляться также концепция социально ориентированного, или социально-этичного, маркетинга в принадлежности к реализуемым бизнесом решениям, проектам на определенной территории и информированию о таких мероприятиях жителей.

Третий этап основывается на углублении понимания целевых аудиторий на определенной территории, принятии решений по привлечению и удержанию желательных для территории человеческих ресурсов (специалистов, представителей креативного класса и т.д.), а также привлечению деловых аудиторий (желательных бизнесов, инвесторов), которые связывают свое развитие с территорией. Сама территория начинает позиционироваться и восприниматься в качестве комплексного территориального продукта, который с учетом определенной персонификации предлагается его потребителям, то есть представителям целевых аудиторий. На этом этапе происходит дальнейшее углубление концепции социально ориентированного маркетинга, а также проявляет себя экологический маркетинг, зеленый маркетинг как ответ на усложненную климатическую и ресурсную повестку, а также возрастает значение маркетингового управления.

Мы считаем обоснованным добавить к указанным этапам четвертый, который во многом отражает современное положение ввиду того, что в маркетинге территории (за счет дальнейшего технологического развития (цифровизация, внедрение передовых цифровых технологий), усложнения конкуренции, роста глобальных проблем, связанных с экологическими катастрофами, ограниченностью ресурсов, перенаселением и т.д.) возрастает запрос на поиск возможностей для эффективного хозяйствования при упрочнении взаимоотношений между стейкхолдерами в регионе, их участие в реализации устойчивого развития, что актуализирует приверженность концепции маркетинга устойчивого развития (рис. 1).



*Рис. 1. Генезис этапов маркетинга территории применительно к зарубежным реалиям с уточнением доминирующей маркетинговой концепции [9]*

*Fig. 1. Genesis of the stages of territory marketing in relation to foreign realities with clarification of the dominant marketing concept [9]*

Поясним, что приведенная периодизация (этапность) можно быть распространена и на российскую практику, однако с учетом того факта, что все указанные этапы были пройдены в «скоростном режиме». Кроме того, есть определенные, характерные для российских регионов особенности, присущие осуществляемым в них маркетинговым инициативам, которые сопряжены с большим проявлением регуляторных функций со стороны государства, власти и потенциально меньшей активностью населения и делового сообщества, что во многом связано с традициями, в том числе такими, как применявшийся ранее административно-хозяйственный плановый подход. В данном отношении такой исследователь, как Антонов В., говорит о принадлежности маркетинга территории к социально-экономической политике в регионе, то есть, по сути, отождествляет его с одним из ее направлений и указывает на существование такой практики в России [10].

Сложность данного направления, его неоднозначность и высокий динамизм изменений в отечественных условиях, а так-

же определяющее значение для появления возможностей для развития территорий опосредуют более детальное его рассмотрение с учетом мнений как российских, так и зарубежных исследователей. Так, ряд российских специалистов отмечают, что значительную роль в осмыслении и становлении маркетинга территории играет концепция социально ориентированного маркетинга, в рамках которой применительно к территории «...маркетинг рассматривается шире предпринимательских функций, а как вид деятельности, связанной с экономической и социальной политикой» [11].

Характеризуя комплекс современных подходов к маркетингу территории, следует отметить, что он интерпретируется как отечественными, так и зарубежными авторами применительно к странам, регионам, городам (мегаполисам, средним и малым городам), а также локальным местам, поэтому звучат различные формулировки, включая акцент на зеленом имидже [12]. Для уточнения сложившихся подходов и их наполнения приведем мнения различных авторов, характеризующих маркетинг территории и его различные трактовки (табл. 1).

**Таблица 1. Определение маркетинга территории (его вариаций) различными авторами**  
**Table 1. Definition of territory marketing (its variations) by various authors**

Автор / Author	Определение / характеристика / Definition / characteristic
Лавров А. и Сурнин В.	«Региональный маркетинг – это система рыночных отношений на уровне области, края, республики, основанная на изучении рынка, спроса и цен на продукцию региона» [13]
Андреев С.	«Маркетинг мест направлен на формирование, сохранение или изменение отношения потребителей, посредников, контактных аудиторий к определенным «местам», выделяя в коммерческой сфере зоны экономических интересов производственных предприятий, банков, финансовых групп и других хозяйствующих субъектов, а в некоммерческой – места расположения и объекты, представляющие историческую ценность, памятники культуры, архитектуры, зодчества, музеи, библиотеки и другие социально значимые объекты» [14]
Овсянникова А., Соколова И.	«Региональный маркетинг – новый стиль мышления управленцев, способствующий привлечению средств на развитие территории по выделенным в рамках стратегического плана направлениям и рубежам» [15]
Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д.	«Маркетинг территории (маркетинг мест) – стратегический инструмент, обеспечивающий развитие территории (комплексно решение ее внутренних и внешних проблем) за счет комплексной оценки проблем и возможных перспектив» [8]
Панкрухин А.	«Маркетинг на территории – аспект понимания термина «территориальный маркетинг», обозначающий уровень и конкретные характеристики развития маркетинговых отношений субъектов внутри территории по поводу конкретных товаров и услуг» [16]
Ангелина И.А., Солодкий Е.А.	«Маркетинг территории – инструмент стратегического управления, в котором объединены менеджерские (ориентированные на рынок) и социальные задачи развития региона» [17]

Резюмируя приведенные выше формулировки, точки зрения, основные характеристики, отметим, что они преимущественно касаются вопросов детализации объекта, то есть масштаба территории, с последующим использованием маркетинговых инструментов применительно к ней или свидетельствуют о новых возможностях развития территории за счет консолидации усилий участников данного процесса, стейкхолдеров территориального развития. Причем консолидации с учетом перспективы, то есть длительных взаимовыгодных отношений для получения искомого, приемлемого для всех результата, что свидетельствует о превалировании в маркетинге территории отношенческой парадигмы. С другой стороны, большинство формулировок и их идейное содержание (к которым можно отнести разработки Котлера Ф., Асплунда К., Рейна И., Хайдера Д., Панкрухин А., Ангелина И., Солодкий Е. и др.) отсылают нас к вопросам маркетинг-менеджмента, маркетингового управления территорией, где базисом становится управленческий аспект, что говорит о востребованности разработки стратегических маркетинговых решений в развитии территории.

Говоря о стратегировании, о построении маркетинговой стратегии в развитии территории, традиционно исследователи выделяют несколько ключевых этапов, включающих аудит маркетинговой ситуации, разработку самой стратегии, включая построение имиджа (его оценку и коррекцию), планирование и пошаговое осуществление функциональных стратегий маркетинга территории [18].

Соответственно, получается, что применительно к отечественным реалиям в маркетинге территории в настоящее время в концептуальном плане преобладает маркетинговая отношенческая парадигма, что соответствует общемировой практике (акцент делается на отношениях между целевыми аудиториями, их консенсусом в достижении результатов, а также на управленческом аспекте – стратегическом маркетинговом управлении, маркетинг-менеджменте в развитии территории, что актуализирует построение маркетинговой стратегии территориального развития).

В целом российский маркетинг, маркетинг территории, маркетинговое управление территориями находятся в общемировом фарватере, что также актуализирует повестку устойчивости, устойчивого развития для маркетинга территории российских регионов.

В настоящее время в российской научной литературе появились публикации, в которых сама концепция маркетинга территории рассматривается в качестве инструмента устойчивого развития региона [19]. Определенный интерес в построениях автора Рычкина В.В. имеет соотнесение интересов основных заинтересованных лиц территории в ее устойчивом развитии. Данный автор не дифференцирует заинтересованные лица на внешние и внутренние, по этой причине мы предлагаем дополнение предложенного им подхода применительно к основным заинтересованным лицам территории (рис. 3).

На представленном выше рисунке не продемонстрированы ожидания властей в регионе, выступающих полноценным участником (а в российских условиях инициатором) процесса маркетинга территории. Уточним, что они состоят в удовлетворении потребностей целевых аудиторий, а именно: нацелены на рост социально-экономической результативности, включение в различные приоритетные государственные программы, развитие партнерских взаимоотношений, привлечение инвесторов, обеспечение устойчивого развития региона.

В приведенной выше работе основной вывод, который делает автор, сводится к тому, что реализация процесса маркетинга территории применительно к определенному региону, включающая аналитику, стратегирование, тактические решения, в том числе имиджевую составляющую, способствует устойчивому развитию территории [19]. На наш взгляд, подобные изыскания подтверждают актуальность использования концепции маркетинга устойчивого развития применительно к территориям в современной российской действительности.

Ожидания инвесторов (внешних и внутренних) относительно характеристик территории	Ожидания населения, проживающего на территории и привлекаемого к переезду и продолжению построения карьеры / проживанию на территории	Ожидания предпринимательских структур (внутренних и внешних), желающих развивать бизнес на территории
<ul style="list-style-type: none"> <li>• благоприятные климато-географические характеристики;</li> <li>• развитость институциональной среды и прозрачность необходимой информации;</li> <li>• обеспеченность ресурсами для осуществления проектов (природными (экологическими), финансовыми, кадровыми, информационными и т.д.);</li> <li>• обеспеченность инфраструктурой;</li> <li>• развитый производственный и инновационный потенциал;</li> <li>• социально-экономическая стабильность;</li> <li>• высокая покупательная способность населения</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• возможности перспективного трудоустройства / получения необходимого образования;</li> <li>• работающий механизм социальных лифтов в государственных и коммерческих организациях;</li> <li>• развитая общая и социальная, культурно-досуговая инфраструктура;</li> <li>• приемлемый уровень заработной платы (не ниже, чем в других регионах);</li> <li>• обеспеченность качественными товарами и сервисами, их доступность;</li> <li>• низкий уровень преступности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• функционирование в регионе структур содействия развитию бизнеса;</li> <li>• действие программ по получению государственной поддержки, налоговых льгот, ипотечных льготных программ;</li> <li>• возможность доступа к экономическим ресурсам;</li> <li>• институциональная и информационная поддержка, в том числе за счет цифровых коммуникаций</li> </ul>

*Рис. 3. Ожидания основных заинтересованных лиц территории (связанные с ее устойчивым развитием) [19]*

*Fig. 3. Expectations of the territory's main stakeholders (related to its sustainable development) [19]*

В подтверждение данного тезиса можно привести мнение таких авторов, как Манюшис А., Барсуков И., которые считают, что устойчивое развитие территории (в их интерпретации – города) возможно на базе формирования маркетинговой стратегии развития территории, опирающейся на приоритеты, интересы ее жителей [20]. Ими предлагается механизм управления территорией «по интересам жителей», которые они связывают с критериями успешности для устойчивого развития, относя к ним «образование, безопасность, здоровье населения, уровень доходов, условия и возможность занятости, возможность отдыха и досуга, жилищные условия, реализуемую градо-

строительную политику, состояние окружающей среды» [20]. Также ими предлагаются расчеты, прогнозы относительно соотношения между предполагаемыми затратами на изменения и получаемой пользой в части устойчивого развития.

Отметим, что приведенный данными авторами подход представляется интересным, однако требуется его взаимоувязка с интересами других заинтересованных лиц территории помимо жителей, для того чтобы предлагаемая маркетинговая стратегия устойчивого развития территории была жизнеспособной.

Поясним, что ряд исследователей связывает возможности устойчивого раз-

вития территории с ее маркетинговым потенциалом, в основу детерминации которого помещает рост уровня благосостояния населения, уровня и качества жизни, что свидетельствует об экономическом и социальном благополучии и говорит о гармонизации экологической ситуации. Другие соотносят задачи устойчивого развития территории с необходимостью минимизации возможных рисков (в экономическом, социальном, экологическом направлениях), что актуализирует применение территориального маркетинга, обеспечивающего тренд на устойчивость, выработку и практическую апробацию маркетинга устойчивого развития в функционировании территории [12].

Согласно приведенным выше построениям, маркетинг устойчивого развития не только и не столько значим и применим в работе отдельных компаний и организаций, сколько выступает доминантной составляющей при реализации марке-

тинга территории или при маркетинговом управлении территориальным развитием. Такое утверждение справедливо, поскольку в планировании развития территории неизменно присутствует маркетинговая составляющая, а именно маркетинговая стратегия преобразований, которая в текущей ситуации опирается на целевые установки устойчивого развития.

Отметим, что в маркетинге территории к ключевым направлениям его реализации относят маркетинг имиджа для внешней и внутренней аудитории, маркетинг инфраструктуры и направление административного маркетинга, интерпретируемое исследователями в качестве базиса для обоснования и разработки маркетинговой стратегии территории [16].

В данном контексте мы считаем, что применительно к концепции маркетинга устойчивого развития территории следует выделить следующую характеристику данных направлений (рис. 4).



**Рис. 4.** Ключевые направления маркетинга устойчивого развития территории [16, 21, 22]

**Fig. 4.** Key areas of marketing for sustainable development of the territory [16, 21, 22]

В рамках имплементации маркетинга устойчивого развития территории в систе-

му управления регионом необходимо в его маркетинговую стратегию включать во-

просы, которые согласованы с общей повесткой устойчивости, а также основаны на оценке направлений текущего состояния региональной социально-экономической системы в части реализации данной концепции. Это предполагает как общий мониторинг ситуации, так и выбор наиболее значимых направлений для региона.

#### 4. Обсуждение и заключение

Маркетинговая концепция развивалась и продолжает развиваться в соответствии с запросами внешней среды, что характерно и для маркетингового обеспечения территориального развития. Маркетинг территории эволюционировал. В зарубежной теории и практике он трансформировался от «погони за фабричными трубами» в сторону учета интересов стейкхолдеров на долгосрочную перспективу для обеспечения желательной траектории социально-экономических преобразований. Данный процесс характерен и для реалий российских регионов.

В указанном процессе ведущее значение имеет отношенческая маркетинговая парадигма, дифференциация основных заинтересованных лиц территории, соотношение их интересов с задачами региона в части обеспечения устойчивого развития. Это предполагает в качестве доминирующей концепции выбор маркетинга устойчивого развития, разработку соответствующей маркетинговой стратегии и ее практическую реализацию в ходе операционно-тактических шагов.

Данные обстоятельства позволяют сделать вывод об упрочнении в маркетинге территории такой концепции, как маркетинг устойчивого развития территории, в рамках которой имиджевая, административная и инфраструктурная составляющие учитывают социальные и экологические приоритеты.

На этой основе считаем необходимым уточнить понимание маркетинга устойчивого развития территории, под которым целесообразно понимать комплекс маркетинговых управленческих стратегических инициатив (с учетом детерминации приоритетных отраслей и проектов), оперативных шагов по их достижению, вы-

страивание долгосрочных взаимоотношений со стейкхолдерами в регионе по факту осуществления целевых установок устойчивого развития.

### СПИСОК

#### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Багиев Г.Л., Черенков В.И. Маркетинг для обеспечения устойчивого развития: сущность и логика становления. *ПСЭ*. 2018;3(67). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-dlya-obespecheniya-ustoychivogo-razvitiya-suschnost-i-logika-stanovleniya> (Дата обращения: 09.04.2024).
2. Соловьева Ю.Н., Халина Е.В., Юлдашева О.У. Устойчивый маркетинг и барьеры для устойчивого потребления. *Корпоративное управление и инновационное развитие экономики Севера: Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета*. 2017;3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustoychivyy-marketing-i-bariery-dlya-ustoychivogo-potrebleniya> (Дата обращения: 24.02.2024).
3. Bondarenko V.A., Przedetskaya N.M., Razinkova T.I., Baboyan K. Issues of Involving the Potential of Environmental Marketing in Regional Development. *Climate-smart Innovation: Social Entrepreneurship And Sustainable Development In The Environmental Economy*. 2023:349-356. URL: [https://www.researchgate.net/publication/361561693\\_Climate-Smart\\_Innovation\\_Social\\_Entrepreneurship\\_and\\_Sustainable\\_Development\\_in\\_the\\_Environmental\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/361561693_Climate-Smart_Innovation_Social_Entrepreneurship_and_Sustainable_Development_in_the_Environmental_Economy) (Дата обращения: 09.04.2024).
4. Mukherjee P.K., Das B., Bhardwaj P.K. et al. Socio-economic sustainability with circular economy – An alternative approach. *Science of The Total Environment*. 2023;904:166630. URL: <http://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S00489672305255> (Дата обращения: 09.04.2024).
5. Ергунова О.Т. Маркетинг территории: учеб. пособие. Екатеринбург. Изд-во Урал. ун-та. 2017:14. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7\\_2017.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7_2017.pdf) (Дата обращения: 09.04.2024).
6. McKenna R. *Relationship Marketing*. N.Y. Addison-Wesley. 1991:242. URL:



[https://books.google.ru/books/about/Relationship\\_Marketing.html?id=5RF5o8iJ-XYC&redir\\_esc=y](https://books.google.ru/books/about/Relationship_Marketing.html?id=5RF5o8iJ-XYC&redir_esc=y) (Дата обращения: 09.04.2024).

7. Визгалов Д.В. Маркетинг города. М. Фонд «Институт экономики города». 2008:7-10. URL: [https://urbaneconomics.ru/sites/default/files/marketing\\_goroda.pdf](https://urbaneconomics.ru/sites/default/files/marketing_goroda.pdf) (Дата обращения: 09.04.2024).

8. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб. 2005:15–17. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002840984> (Дата обращения: 09.04.2024).

9. Бондаренко В.А., Дадаян Н.А., Румянцев Н.Г. Маркетинг территории: эволюция, особенности теоретического обоснования и сложности практического воплощения в регионах России. *Практический маркетинг*. 2021;9(295):25-29. DOI: 10.24412/20713762202192952529.

10. Антонов В.Н. Структурно-содержательная модель системы маркетинга территорий как направления социально-экономической политики государства. *Вестник РУДН*. Серия: Экономика. 2021;2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strukturo-soderzhatelnaya-model-sistemy-marketinga-territoriy-kak-napravleniya-sotsialno-ekonomicheskoy-politiki-gosudarstva> (Дата обращения: 25.02.2024).

11. Кисляков М.М. Региональный политический маркетинг: теория, методология и практика: монография. Кемерово. 2013. 354 с. URL: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_010455978/](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_010455978/) (Дата обращения: 09.04.2024).

12. Sozinova A.A., Bondarenko V.A., Smokova M., Romyantsev N.G. Actualization of the “green” image for territorial development. *Theoretical and Applied Ecology*. 2022;2:228-233. DOI: 10.25750/1995-4301-2022-2-228-233.

13. Лавров А.М., Сурнин В.С. Реформирование экономики: региональные аспекты. Ч. 2. Региональный маркетинг и тенденции его развития. Кемерово. 1994. 146 с. URL: <https://scholar.google.ru/citations?user=PUbY8L0AAAAAJ&hl=ru> (Дата обращения: 09.04.2024).

14. Андреев С.Н. Маркетинг некоммерческих субъектов. М. Изд-во «Финпресс». 2002:100. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000908424> (Дата обращения: 09.04.2024).

15. Овсянникова А.В., Соколова И.С. Роль регионального маркетинга в повышении инвестиционной привлекательности региона. *Вестник евразийской науки*. 2015;5(30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-regionalnogo-marketinga-v-povyshenii-investitsionnoy-privlekatelnosti-regiona> (Дата обращения: 09.04.2024).

16. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб. Питер. 2006:122. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002903240> (Дата обращения: 09.04.2024).

17. Ангелина И.А., Солодкий Е.А. Теоретические аспекты и особенности маркетинга территорий. *Торговля и рынок*. 2017;2;3:50-56. URL: <https://trade.donnuet.ru/> (Дата обращения: 09.04.2024).

18. Боровских Н.В. Сущность и концепция территориального маркетинга. *Молодой ученый*. 2016;13(117):380-383. URL: <https://moluch.ru/archive/117/32098/> (Дата обращения: 09.04.2024).

19. Рычкин В.В. Маркетинг территории как инструмент устойчивого развития региона. *Экономические науки*. 2023;3(223):304-313. DOI: 10.14451/1.223.304.

20. Манюшис А.Ю., Барсуков И.Е. Регулирование устойчивого развития крупного города: управление по интересам и стратегический территориальный маркетинг. *Научные труды Вольного экономического общества России*. 2014. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-ustoychivogo-razvitiya-krupnogo-goroda-upravlenie-po-interesam-i-strategicheskiy-territorialnyy-marketing> (Дата обращения: 07.03.2024).

21. Keith D. Nation branding: Concepts, Issues, Practice. Butterworth-Heinemann. 2008. 264 p. URL: [https://books.google.ru/books?id=04J4wPbhsf4C&redir\\_esc=y](https://books.google.ru/books?id=04J4wPbhsf4C&redir_esc=y) (Дата обращения: 09.04.2024).

22. Куликова Е.С., Дурандина О.А. Оценка маркетингового потенциала территории как основа устойчивого развития региона на примере Свердловской области. *Муниципалитет: экономика и управление*.

2017;4(21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-marketingovogo-potentsiala-territorii-kak-osnova-ustoychivogo-razvitiya-regiona-na-primere-sverdlovskoy-oblasti> (Дата обращения: 09.04.2024).

*Об авторах:*

**Бондаренко Виктория Андреевна**, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинга и рекламы, ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-2921-7548>.

*E-mail:* b14v@yandex.ru.

**Пржедецкая Наталия Витовна**, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории, ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия, ORCID – <https://orcid.org/000-003-4550-6649>.

*E-mail:* nvpr@bk.ru.

**Разинкова Тамара Ильинична**, аспирант кафедры маркетинга и рекламы, ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия.

*E-mail:* tamara.razinkova@mail.ru.

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## REFERENCES

1. G.L. Bagiev, V.I. Cherenkov. Marketing to ensure development: the essence and logic of formation. *PSE*. 2018;3(67). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-dlya-obespecheniya-ustoychivogo-razvitiya-suschnost-i-logika-stanovleniya> (Accessed: 09.04.2024).

2. Yu.N. Solovyova, E.V. Khalina, O.U. Yuldasheva. Sustainable marketing and barriers to limiting consumption. *Corporate governance and innovative development of the economy of the North: Bulletin of the Research Center for Conservative Law, Management and Venture Investment of Syktyvkar State University*. 2017;3. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/ustoychivyy-marketing-i-bariery-dlya-ustoychivogo-potrebleniya> (Accessed: 24.02.2024).

3. V.A. Bondarenko, N.M. Przedetskaya, T.I. Razinkova, K. Baboyan. Issues of Involving the Potential of Environmental Marketing in Regional Development. *Climate-smart Innovation: Social Entrepreneurship And Sustainable Development in the Environmental Economy*. 2023:349-356. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/361561693\\_Climate-Smart\\_Innovation\\_Social\\_Entrepreneurship\\_and\\_Sustainable\\_Development\\_in\\_the\\_Environmental\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/361561693_Climate-Smart_Innovation_Social_Entrepreneurship_and_Sustainable_Development_in_the_Environmental_Economy) (Accessed: 09.04.2024).

4. P.K. Mukherjee, B. Das, P.K. Bhardwaj et al. Socio-economic sustainability with circular economy – An alternative approach. *Seince of The Total environment*. 2023;904:166630. Available at: <http://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S00489672305255> (Accessed: 09.04.2024).

5. O.T. Ergunova. Territory Marketing: textbook. allowance. Ekaterinburg. Ural Publishing House University. 2017:14. Available at: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7\\_2017.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/54009/1/978-5-7996-2179-7_2017.pdf) (Accessed: 09.04.2024).

6. R. McKenna. Relationship Marketing. N.Y. Addison-Wesley. 1991. 242 p. Available at: [https://books.google.ru/books/about/Relationship\\_Marketing.html?id=5RF5o8iJ-XYC&redir\\_esc=y](https://books.google.ru/books/about/Relationship_Marketing.html?id=5RF5o8iJ-XYC&redir_esc=y) (Accessed: 04/09/2024).

7. D.V. Vizgalov. City Marketing. M. Institute of Urban Economics Foundation. 2008:7-10. Available at: [https://urbaneconomics.ru/sites/default/files/marketing\\_goroda.pdf](https://urbaneconomics.ru/sites/default/files/marketing_goroda.pdf) (Accessed: 09.04.2024).

8. F. Kotler, K. Asplund, I. Rein, D. Haider. Place marketing. Attracting investments, businesses, residents and tourists to cities, communes, regions and countries in Europe. St. Petersburg. 2005:15-17. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002840984> (Accessed: 09.04.2024).

9. V.A. Bondarenko, N.A. Dadayan, N.G. Rummyantsev. Territory marketing: evolution, features of theoretical justification and difficulties of practical implementation in the regions of Russia. *Practical marketing*. 2021;9(295):25-29. DOI: 10.24412/20713762202192952529.

10. V.N. Antonov. Structural and content model of the territory marketing system as a direction of the socio-economic policy of the state. *Bulletin of RUDN*

University. Series: Economics. 2021;2. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktorno-soderzhatelnaya-model-sistemy-marketinga-territoriy-kak-napravleniya-sotsialno-ekonomicheskoy-politiki-gosudarstva> (Accessed: 25.02.2024).

11. M.M. Kislyakov. Regional political marketing: theory, methodology and practice: monograph. Kemerovo. 2013. 354 p. Available at: [https://rusneb.ru/catalog/000200\\_000018\\_RU\\_NLR\\_BIBL\\_A\\_010455978/](https://rusneb.ru/catalog/000200_000018_RU_NLR_BIBL_A_010455978/) (Accessed: 09.04.2024).

12. A.A. Sozinova, V.A. Bondarenko, M. Smokova, N.G. Rummyantsev. Actualization of the “green” image for territorial development. *Theoretical and Applied Ecology*. 2022;2:228-233. DOI: 10.25750/1995-4301-2022-2-228-233.

13. A.M. Lavrov, V.S. Surmin. Economic reform: regional aspects. Part 2. Regional marketing and trends in its development. Kemerovo. 1994. 146 p. Available at: <https://scholar.google.ru/citations?user=PUbY8L0AAAAAJ&hl=ru> (Accessed: 09.04.2024).

14. S.N. Andreev. Marketing of non-profit entities. M. Publishing house “Finpress”. 2002:100. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01000908424> (Accessed: 09.04.2024).

15. A.V. Ovsyannikova, I.S. Sokolova. The role of regional marketing in increasing the investment attractiveness of the region. *Bulletin of Eurasian Science*. 2015;5(30). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-regionalnogo-marketinga-v-povyshenii-investitsionnoy-privlekatelnosti-regiona> (Accessed: 09.04.2024).

16. A.P. Pankrukhin. Marketing of territories. St. Petersburg. Peter. 2006:122. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002903240> (Accessed: 09.04.2024).

17. I.A. Angelina, E.A. Solodky. Theoretical aspects and features of territory marketing. *Trade and market*. 2017;2;3:50-56. Available at: <https://trade.donnuet.ru/> (Accessed: 09.04.2024).

18. N.V. Borovskikh. The essence and concept of territorial marketing. *Young scientist*. 2016;13(117):380-383. Available at: <https://moluch.ru/archive/117/32098/> (Accessed: 09.04.2024).

19. V.V. Rychkin. Territory marketing as a tool for sustainable development of the

region. *Economic Sciences*. 2023;3(223):304-313. DOI: 10.14451/1.223.304.

20. A.Yu. Manyushis, I.E. Barsukov. Regulation of sustainable development of a large city: management by interests and strategic territorial marketing. *Scientific works of the Free Economic Society of Russia*. 2014. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/regulirovanie-ustoychivogo-razvitiya-krupnogo-goroda-upravlenie-po-interesam-i-strategicheskiy-territorialnyy-marketing> (Accessed: 07.03.2024).

21. D. Keith. Nation branding: Concepts, Issues, Practice. Butterworth-Heinemann. 2008. 264 p. Available at: [https://books.google.ru/books?id=04J4wPbhsf4C&redir\\_esc=y](https://books.google.ru/books?id=04J4wPbhsf4C&redir_esc=y) (Accessed: 09.04.2024).

22. E.S. Kulikova, O.A. Durandina. Assessing the marketing potential of a territory as the basis for sustainable development of the region using the example of the Sverdlovsk region. *Municipality: economics and management*. 2017;4(21). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-marketingovogo-potentsiala-territorii-kak-osnova-ustoychivogo-razvitiya-regiona-na-primere-sverdlovskoy-oblasti> (Accessed: 09.04.2024).

*About the Authors:*

**Victoria A. Bondarenko**, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Head of the Department of Marketing and Advertising RSUE (RINH), Rostov-on-Don, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0003-2921-7548>.

E-mail: [b14v@yandex.ru](mailto:b14v@yandex.ru).

**Natalya V. Przhedetskaya**, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Professor, Professor, Department of Economic Theory, RSUE (RINH), Rostov-on-Don, Russia, ORCID – <https://orcid.org/000-003-4550-6649>.

E-mail: [nvpr@bk.ru](mailto:nvpr@bk.ru).

**Tamara I. Razinkova**, postgraduate student of the Department of Marketing and Advertising, RSUE (RINH), Rostov-on-Don, Rostov-on-Don, Russia.

E-mail: [tamara.razinkova@mail.ru](mailto:tamara.razinkova@mail.ru).

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.

### Научная статья

<https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.004>

УДК: 336.763.4

JEL classification: O33

### ЦИФРОВЫЕ ФИНАНСОВЫЕ АКТИВЫ КАК НОВАЯ ФОРМА СЕКЬЮРИТИЗАЦИИ

Хасанов Р.Х.<sup>a</sup>, Котельникова А.А.<sup>b\*</sup>

<sup>a</sup> Финансовый университет  
при Правительстве РФ, г. Москва, Россия

<sup>b</sup> ООО «Бонум Капитал»,  
г. Москва, Россия

#### Аннотация

**Введение.** В статье рассматривается анализ развития механизма секьюритизации, а также цифровых финансовых активов (ЦФА) как результата развития этого механизма в США и Российской Федерации. Статья направлена на исследование развития секьюритизации и преимуществ и недостатков новой формы секьюритизации. Несмотря на современную геополитическую ситуацию, авторами подробно приведен анализ развития ЦФА в США, поскольку ЦФА зародились непосредственно в Соединенных Штатах. Авторы считают, что американский финансовый рынок самый крупный и развитый, в связи с этим крайне необходимо рассмотреть иностранный опыт именно США.

**Материалы и методы.** Актуальность проведенного исследования состоит в том, что в последние годы секьюритизация становится все более разнообразной и проникла в различные секторы финансовой системы: от коммерческой недвижимости и потребительского кредитования до технологических компаний и энергетического сектора. Это связано с тем, что инновации в сфере финансовых технологий и

появление новых видов активов создали дополнительные возможности для секьюритизации. С развитием рынка криптовалют появилась возможность создания цифровых активов, которые и являются современной новой формой секьюритизации. Методологическая база исследования опирается на анализ законов и правовых актов РФ, заявлений центральных банков США и РФ, научных статей и публикаций. Методы исследования: эмпирические (наблюдение и сравнение), математические (статистические и визуализация), а также теоретические (анализ и синтез, аналогия, логика).

**Результаты исследования.** В статье обосновано, что ЦФА в настоящее время можно рассматривать как новую форму секьюритизации; выявлены преимущества ЦФА перед традиционными ценными бумагами, а также выделены проблемы, возникшие на рынке ЦФА, и предложены пути их решения.

**Обсуждение и заключение.** Выводы и обобщения исследования могут быть применены в практике развития, оптимизации и стандартизации рынка ЦФА и раскрытия полного потенциала новой формы секьюритизации.

**Ключевые слова:** секьюритизация, цифровые финансовые активы, блокчейн, токены.

**Для цитирования:** Хасанов Р.Х., Котельникова А.А. Цифровые финансовые активы как новая форма секьюритизации. *Финансовые исследования*. 2024;25(2):44-54. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.004.

### Research Article

### DIGITAL FINANCIAL ASSETS AS A NEW FORM OF SECURITIZATION

R.K. Khasanov<sup>a</sup>, A.A. Kotelnikova<sup>b\*</sup>

<sup>a</sup> Financial University under the Government  
of the Russian Federation, Moscow, Russia

<sup>b</sup> Bonum Capital LLC, Moscow, Russia

#### Abstract

**Introduction.** The article examines the analysis of the development of the

\* Corresponding authors.

E-mail addresses: rkkhasanov@fa.ru (R.K. Khasanov), alexa22.00@mail.ru (A.A. Kotelnikova)

securitization mechanism, as well as digital financial assets as a result of the development of this mechanism in the United States and the Russian Federation. The article is aimed at researching the development of securitization and the advantages and disadvantages of a new form of securitization.

**Materials and Methods.** The relevance of the study lies in the fact that in recent years securitization has become increasingly diverse and has penetrated into various sectors of the financial system: from commercial real estate and consumer lending to technology companies and the energy sector. This is due to the fact that innovations in financial technology and the emergence of new types of assets have created new opportunities for securitization. With the development of the cryptocurrency market, it has become possible to create digital assets, which are a modern form of securitization. The methodological basis of the research is based on an analysis of the laws and legal acts of the Russian Federation, statements by the central banks of the United States and the Russian Federation, scientific articles and publications.

**Results.** The article substantiates that digital financial assets can currently be considered as a new form of securitization; the advantages of digital financial assets over traditional securities are revealed, as well as the problems that have arisen in the digital financial assets market and the ways to solve them are proposed.

**Discussion and Conclusion.** The conclusions and generalizations of the study can be applied in the practice of developing, optimizing and standardizing the digital financial assets market and unlocking the full potential of the new form of securitization.

**Keywords:** securitization, digital financial assets, blockchain, tokens.

**For citation:** R.K. Khasanov, A.A. Kotelnikova. Digital Financial Assets as a New Form of Securitization. *Financial Research*. 2024;25(2):44-54. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.004.

## 1. Введение

В современном мире, где цифровые технологии развиваются с невероятной

скоростью, финансовые рынки также претерпевают значительные изменения. Появление и активное развитие цифровых финансовых активов стало одним из ключевых аспектов последних десятилетий. Эти активы уже оказывают существенное влияние на мировую экономику, и их значение будет только расти в будущем.

Авторы предлагают считать, что цифровые финансовые активы (ЦФА) представляют собой новую форму секьюритизации, которая объединяет традиционные финансовые инструменты с технологиями блокчейн, что позволяет значительно упростить процессы кредитования, инвестирования и управления рисками, делая их более эффективными и прозрачными.

Благодаря использованию блокчейн-технологий ЦФА обеспечивают высокий уровень безопасности и надежности участникам рынка. Также стоит отметить, что ЦФА обладают некоторыми преимуществами перед традиционными финансовыми активами, такими как отсутствие посредников, возможность быстрого доступа к рынкам и снижение операционных издержек.

Однако, несмотря на все преимущества, использование ЦФА также сопряжено с определенными вызовами и проблемами. Одной из главных проблем является регулирование и стандартизация ЦФА. Необходимо разработать четкие правила и стандарты, чтобы обеспечить безопасность и стабильность рынка. Кроме того, нужно решить вопросы, связанные с налогообложением и защитой прав инвесторов.

Тем не менее будущее финансовых рынков неразрывно связано с развитием цифровых технологий, и ЦФА являются одним из ключевых элементов этого развития.

## 2. Материалы и методы

Секьюритизация – один из важнейших инструментов на финансовом рынке. Механизм секьюритизации зародился в США в 1960-х годах и приобрел большую популярность в банковской системе. А.Б. Кознов в своей статье определяет секьюритизацию как «инновационный процесс

трансформации неликвидных активов в высоколиквидные ценные бумаги, с последующей их продажей инвесторам» [1]. Кандидаты экономических наук Бричка Е.И. и Грищенко М.В. дают следующее определение секьюритизации: это «процесс финансирования, при котором инициатор (инициатор) передает свои активы специализированному юридическому лицу (SPV) в обмен на наличные деньги, так как финансирование данного юридического лица осуществляется за счет выпуска ценных бумаг, которые обеспечены переданными активами, и за счет самих доходов от данных активов» [2]. Таким образом, секьюритизация – это процесс преобразования неликвидных активов в ликвидные, которые могут быть использованы в качестве обеспечения для выпуска ценных бумаг.

При своем появлении секьюритизация рассматривалась как механизм, повышающий устойчивость и стабильность финансовой системы за счет эффективного перераспределения рисков. Этот позитивный взгляд преобладал до 2007 года. Так, тогдашний председатель ФРС А. Гринспен заявлял следующее: «В Соединенных Штатах немногие финансовые инновации за последние десятилетия оказали столь широкое влияние, как развитие рынка вторичной ипотеки на жилье и сопутствующая диверсификация источников финансирования для депозитарных учреждений и других ипотечных организаций. Решающее значение для успеха этого нововведения имела роль Fannie Mae и Freddie Mac в продвижении секьюритизации ипотечных кредитов – это ключевой фактор в развитии вторичного ипотечного рынка в Соединенных Штатах. Их усилия породили обширный рынок ценных бумаг, обеспеченных активами, который, наряду с кредитными деривативами, способствовал передаче кредитного риска от кредиторов с высоким уровнем заемных средств, особенно банков и сберегательных касс, к страховым компаниям с меньшим уровнем заемных средств, пенсионным и взаимным фондам, а также другим инвесторам»<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Выступление председателя Алана Гринспена. Совет Федеральной резервной системы. URL:

Таким образом, благодаря секьюритизации банки снизили кредитный риск, превратили неликвидные активы в торгуемые на рынках ценные бумаги, снизили свою зависимость от депозитов клиентов и расширили свои кредитные возможности. Этот процесс предоставил банкам возможность поменять свою роль с традиционных кредиторов на составителей и распределителей займов, где кредит выдавался исключительно с целью секьюритизации.

После кризиса 2007–2008 гг. в основном положительный взгляд на секьюритизацию сменяется на более осторожный. «...Хотя секьюритизация якобы выгодна, снижая издержки, связанные с особыми шоками, и сокращая спреды процентных ставок, в равновесии она приводит к усилению системных рисков» [3]. Таким образом, с одной стороны, снижается так называемый несистематический риск, но повышается систематический. Тогда возникает вопрос: как эти риски можно эффективно измерять?

Другие авторы говорят о том, что появление структурированных продуктов (таких как обеспеченные кредитные обязательства) позволило банкам продавать целые части своего кредитного портфеля, требуя от инвесторов и рейтинговых агентств регулярно оценивать банковские кредиты [4]. И это приводит к сильному увеличению количества займов, выдаваемых банками, что теперь уже увеличивает риски банковской системы.

Во многом причиной кризиса 2007–2008 гг. стало то, что банки перестали внимательно оценивать рискованность выданных ипотек, и кредиты выдавались людям, совершенно неспособным выплачивать свой долг банкам. Но это для них не имело большого значения, они не обращали на это внимания, поскольку сразу перепродавали свои активы SPV, а те, в свою очередь, выпускали уже секьюритизированные бумаги на биржу, и все риски ложились на инвесторов, вложившихся в эти бумаги (рис. 1).

<https://www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2005/20050519/> (Дата обращения: 17.11.2023).

На конец 2008 года общий объем активов, секьюритизированных в США и Европе достиг 7,97 трлн долларов США. Из этого общего объема примерно 65% приходилось на ипотечные ценные бумаги (MBS), в то время как секьюритизированные корпоративные кредиты составляли 18%.

Кризис внес свои коррективы, и по состоянию на 2017 год общий объем непогашенных сделок секьюритизации снизился до 4,29 трлн долларов США, при этом секьюритизированные ипотечные кредиты и корпоративные займы составляли 52 и 20% от объема непогашенных кредитов соответственно [5].

Таким образом, хотя популярность секьюритизации и снизилась почти в 2 раза по сравнению с пиком 2008 г., сделки по распределению различных кредитов через выпуск ценных бумаг для инвесторов по-прежнему остаются актуальными, хотя проблема оценки риска секьюритизированных активов вряд ли полностью будет решена, а последствия расширения банковских балансов также достаточно сложно оценивать.

Тем не менее, возможно, секьюритизация просто вступает в новую фазу, выходя за рамки банковского кредитования и оценки риска кредитных организаций.

### 3. Результаты исследования

9 января 2009 года зародились первые цифровые активы – криптовалюта Bitcoin. Главная особенность, отличающая Bitcoin от других платежных интернет-решений (PayPal или Яндекс.деньги), состоит в том, что это децентрализованная система для переводов, которая, используя распределенный реестр (блокчейн), функционирует сама собой, без участия центрального оператора. Позже появились ряд других криптовалют, которые уже предусматривают использование смарт-контрактов, представляющих собой сделки, исполняемые автоматически при наступлении заранее определенных сторонами условий. К таким криптовалютам относятся Ethereum, Tangle, Hashgraph. В настоящее время цифровые активы включают в себя: криптовалюту, стейблкоины, цифровые права (токены), цифровые валюты центральных банков, а также собственно ЦФА как особый тип актива в Российской Федерации.



**Рис. 1. Общая схема секьюритизации**  
**Fig. 1. General scheme of securitisation**

Источник: Секьюритизация активов коммерческих банков<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Секьюритизация активов коммерческих банков. URL: [https://studme.org/61203/bankovskoe\\_delo/sekyuritizatsiya\\_aktivov\\_kommercheskih\\_bankov](https://studme.org/61203/bankovskoe_delo/sekyuritizatsiya_aktivov_kommercheskih_bankov) (Дата обращения: 17.11.2023).

## КЛАССИФИКАЦИЯ ЦИФРОВЫХ АКТИВОВ



*Рис. 2. Классификация ЦФА*

*Fig. 2. Classification of CFA*

Источник: составлен авторами.

Токен представляет собой запись в цепочке блоков, которая по-английски называется blockchain (допускается и русский вариант блокчейн), или в другой децентрализованной сети, такой объект позволяет фиксировать права собственности на те или иные активы. Во многом это напоминает бездокументальные ценные бумаги, однако токен не требует наличия депозитария, других громоздких систем, оберегающих права инвестора.

В США главный орган регулирования фондового рынка – комиссия по ценным бумагам и биржам (SEC), которая классифицирует токены по функционалу, здесь выделяют [6]:

- платежные токены – ЦФА, с помощью которых можно осуществлять платежи;
- токены-активы – ЦФА, которые являются заменой такой ценной бумаги, как акция, и дают право на получение части прибыли в виде дивидендов,
- потребительские токены – ЦФА, которые уже не являются инвестиционными, а предоставляют права, например на произведения искусства, дают доступ к какому-то уникальному контенту и т.д.

Рынок ЦФА в США в 2023 году оценивается в \$32 миллиарда, и ожидается, что он будет расти со средним темпом в 2023–2027 гг. в 16,41%<sup>1</sup>. Несколько факто-

ров стимулируют рост рынка цифровых активов. Одним из наиболее значительных является растущее внедрение технологии блокчейн, которая обеспечивает безопасный и прозрачный способ проверки транзакций. Кроме того, растущий интерес к децентрализованным финансам (DeFi) стимулирует спрос на цифровые активы, поскольку люди ищут способы участия в финансовой деятельности, не полагаясь на традиционные финансовые учреждения. Другим фактором является растущее осознание потенциальных преимуществ цифровых активов, таких как снижение транзакционных издержек, более быстрое время транзакций и увеличение ликвидности.

Получил распространение такой механизм, как токенизация активов. Токенизированные активы – это преобразованные физические активы, такие как акции, облигации, недвижимость, товары и даже частные компании, в цифровые или виртуальные токены, которые можно хранить, торговать и использовать в блокчейне или других технологических платформах. Этот процесс позволяет упростить управление активами, повысить их ликвидность и снизить операционные издержки. Кроме того, токенизация может улучшить доступ к активам, поскольку теперь ими сможет воспользоваться более широкий круг инвесторов, включая тех, кто ранее не мог получить доступ к традиционным рынкам из-за высоких начальных затрат или географического положения. Так, токенизиро-

<sup>1</sup> Statista. URL: <https://fr.statista.com/outlook/dmo/fintech/digital-assets/americas?currency=USD> (Дата обращения: 17.11.2023).

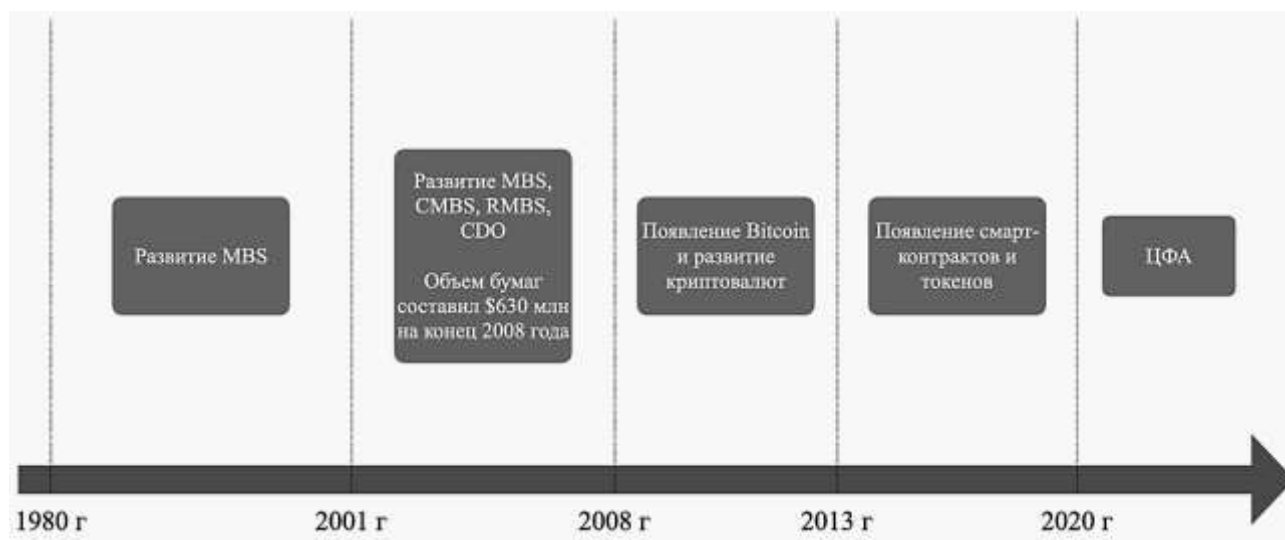


ванные активы можно понимать как особую форму криптовалют, которые в соответствии с законодательством США относятся к ЦФА.

В США некоторые из крупнейших бирж уже начали предлагать токенизированные акции и другие активы, такие как Coinbase, Gemini, Kraken и Bitstamp. Это позволяет инвесторам получить доступ к новым классам активов и расширить свой портфель.

Таким образом, ЦФА в настоящее время можно рассматривать как новую

форму секьюритизации, так как фактически отличие от традиционных ценных бумаг только одно – цифровая форма выпуска. А в остальном все то же самое: продажа ЦФА (в виде токена или с использованием смарт-контрактов) аналогична продаже акции или облигации, при том что здесь возможна реализация более широкого круга активов и цифровых прав. Таким образом, наглядная схема развития секьюритизации на одном из самых развитых и крупных финансовых рынках – рынке США выглядит так, как представлено на рисунке 3.



*Рис. 3. Развитие форм секьюритизации в США*  
*Fig. 3. Development of securitisation forms in the USA*

Источник: составлен авторами.

Первые шаги на пути развития секьюритизации в России были сделаны при поддержке Международного валютного фонда (МВФ). В 2002 году был создан Международный центр финансирования (МЦФ), который стал первым органом, специализирующимся на секьюритизации и работе с внешними инвесторами. В этот период были разработаны первые модели секьюритизации и проведены первые сделки.

В последующие годы, секьюритизация стала все более популярным финансовым инструментом в России. Были созданы специализированные компании, такие как ВТБ Универсал и «Российская финансовая корпорация», которые занимаются секьюритизацией и привлечением инвестиций. Были разработаны новые модели

секьюритизации, включая секьюритизацию задолженностей по пластиковым картам и секьюритизацию задолженностей по налогам.

В июле 2021 года ВТБ провел сделку по секьюритизации портфеля потребительских кредитов в размере около 45 млрд рублей, а объем выпуска облигаций с залоговым обеспечением составил 35 млрд рублей<sup>1</sup>. Эта сделка стала первой в отношении потребительских кредитов.

Но развитие не стоит на месте, и в России также начали появляться сделки с ЦФА, в РФ ЦФА регулируются в соответ-

<sup>1</sup>Interfax ВТБ продал облигации на 10 млрд рублей в рамках секьюритизации портфеля потребкредитов. URL: <https://www.interfax.ru/business/780977> (Дата обращения: 20.11.2023)

ствии с Федеральным законом «О цифровых финансовых активах» от 1 марта 2021 года № 259-ФЗ, этим законом регулируются отношения, возникающие при создании, выпуске, хранении и обращении цифровых финансовых активов, а также осуществлении прав и исполнении обязанностей по смарт-контрактам. Закон определяет ЦФА как «цифровые права, включающие денежные требования, возможность осуществления прав по эмиссионным ценным бумагам, права участия в капитале непубличного акционерного общества, право требовать передачи эмиссионных ценных бумаг, которые предусмотрены решением о выпуске цифровых финансовых активов в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, выпуск, учет и обращение которых возможны только путем внесения (изменения) записей в информационную систему на основе распределенного реестра, а также в иные информационные системы»<sup>1</sup>.

Закон также вводит такие понятия, как цифровая запись, цифровая транзакция, майнинг и распределенный реестр цифровых транзакций. Майнинг описывается как процесс создания криптовалюты и (или) подтверждения ее создания с целью получения награды в виде криптовалюты и считается предпринимательской деятельностью.

Закон требует, чтобы все операции с цифровыми активами осуществлялись через специализированных операторов обмена цифровых активов – юридические лица, которые являются профессиональными участниками рынка или биржами. Обмен ЦФА возможен на рубли, иностранную валюту, однако возможность и порядок обращения криптовалют, включая использование их для приобретения токенов, определяются Банком России по соглашению с Правительством страны.

<sup>1</sup> Закон Российской Федерации «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31 июля 2020 № 259-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_358753/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358753/).

Самая первая сделка с ЦФА в России состоялась 28 июня 2022 года. ВТБ Факторинг токенизировал свою коммерческую задолженность на платформе оператора информационной системы «Лайтхаус», после чего выкупил собственный выпуск, что позволило ВТБ Факторинг стать первым бизнесом в России, обладающим опытом эмиссии и покупки ЦФА на открытом рынке<sup>2</sup>.

Спустя год после первой сделки рынок ЦФА стал развиваться стремительными темпами. Согласно данным рейтингового агентства «АКРА» объем рынка ЦФА на конец 2023 года составляет 60 млрд руб., а к 2026 году может составить 500 млрд руб.<sup>3</sup>, что соответствует среднегодовому темпу роста в 2023–2026 гг. в размере 103%. Таким образом, мы можем представить развитие секьюритизации в России следующим образом (рис. 5).

ЦФА в России имеют несколько направлений использования. Сейчас, в условиях санкций, ключевым становится обход SWIFT. Российская компания Web3 Tech создала платформу для международных переводов в традиционных валютах, криптовалютах и ЦФА в обход SWIFT. Система, как утверждают разработчики, полностью основана на отечественной технологической базе<sup>4</sup>.

переводов с помощью технологий блокчейн использует Росбанк. Росбанк первым среди системно значимых банков запустил трансграничные операции с использованием криптовалюты. Посредником в таких транзакциях будет российский финтехсервис B-crypto, который занимается проведением трансграничных расчетов в цифровых валютах. Если российская

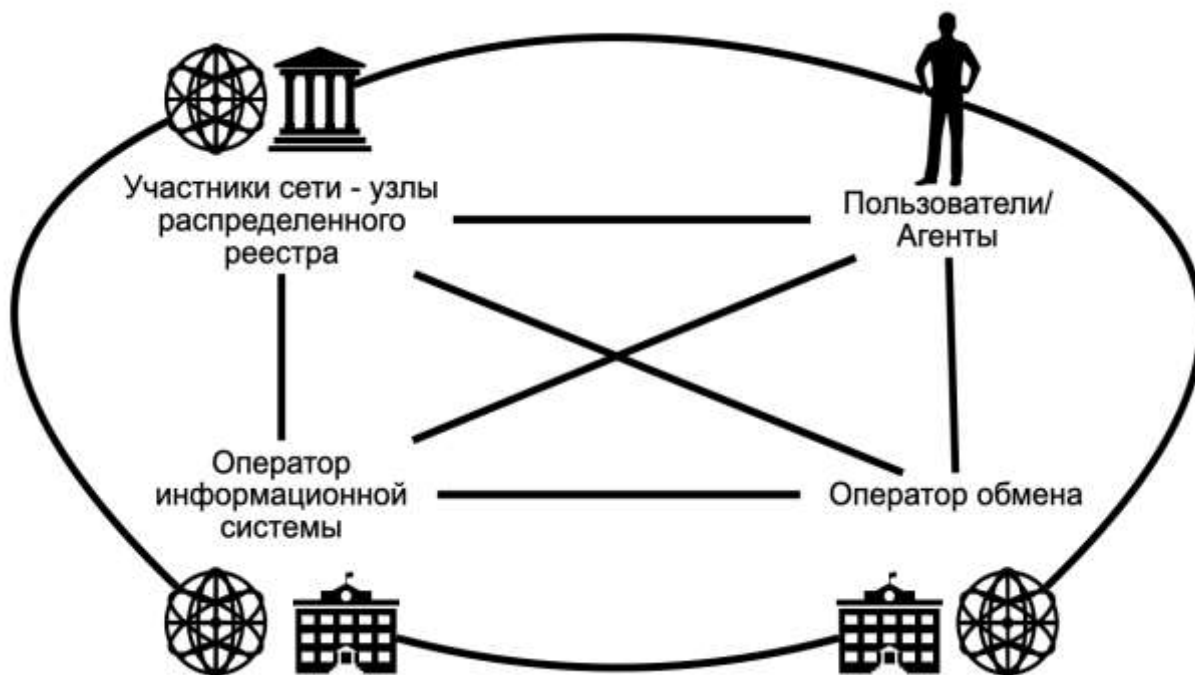
<sup>2</sup> ВТБ Факторинг и финтех-компания «Лайтхаус» провели первую в России сделку с ЦФА. URL: <https://www.vtbf.ru/news/vtb-factoring-i-finteh-kompaniya-lajthaus-proveli-pervuyu-v-rossii-sdelku-s-cfa> (Дата обращения: 17.11.2023).

<sup>3</sup> Цифровые финансовые активы – что дальше / АКРА. URL: <https://www.acra-ratings.ru/research/2763/> (Дата обращения: 20.02.2024).

<sup>4</sup> Платформа для трансграничных платежей // Web3tech. URL: <https://web3tech.ru/products-and-services/products/transgran> (Дата обращения: 17.11.2023).

компания хочет оплатить импортные товары или услуги в криптовалюте, ей нужно закрепить такую возможность в договоре с иностранным поставщиком. Он выставляет российской компании счет, где указывает сумму и адрес криптокошелька. После этого импортер и B-crypto подписывают дого-

вор, а заказчик пополняет свой счет в Росбанке для покупки криптовалюты и отправляет заявку на транзакцию. Кредитная организация перечисляет деньги финтех-сервису, который закупает на них криптовалюту в дружественных странах и отправляет ее иностранному поставщику.



*Рис. 4. Схема обращения ЦФА в Российской Федерации*  
*Fig. 4. Scheme of CFA circulation in the Russian Federation*

Источник: составлен авторами.

#### 4. Обсуждение и заключение

В целом перспективы развития ЦФА в России благоприятны, и с учетом соответствующих регуляторных мер и активного развития технологий блокчейн эта отрасль может иметь значительное влияние на финансовую систему и экономику страны.

ЦФА имеют определенные преимущества для банков. В первую очередь это привлечение молодых клиентов, поскольку молодое поколение интересуется цифровизацией и вовлекается в новые веяния. Помимо этого, блокчейн позволяет разделить финансовые инструменты и снижает минимальный порог доступа к инвестиционному рынку. Это дает возможность банкам расширить пул потенциальных клиентов. Вдобавок цифровые активы представляют

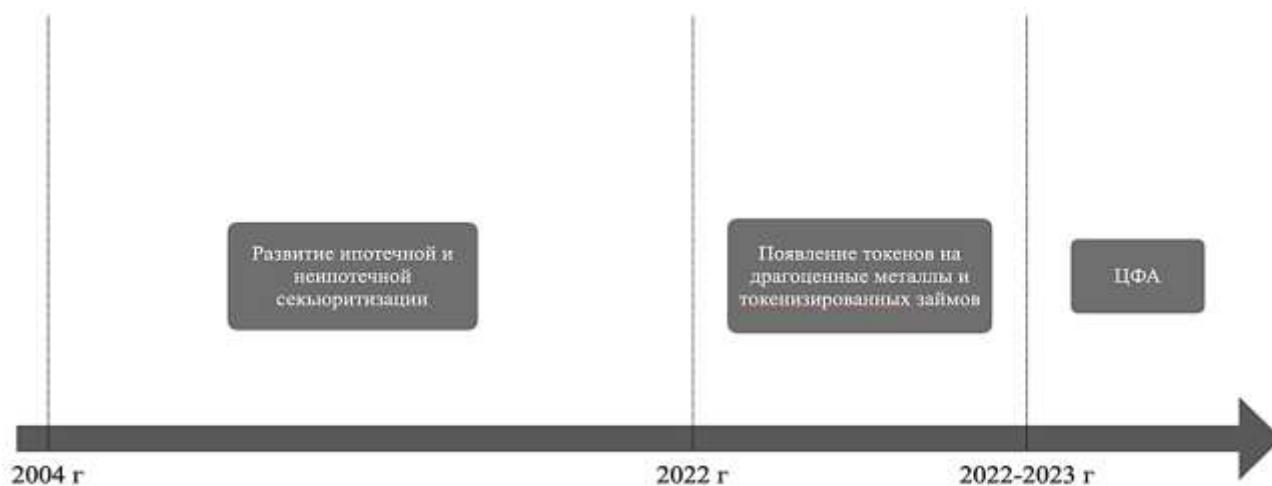
собой новый класс активов для инвестиций, и они могут помочь диверсифицировать портфель банка, делая его более привлекательным для своих клиентов. Также автоматизация, вызванная технологией блокчейн, позволяет банкам оптимизировать операционные процессы, связанные с управлением и торговлей финансовыми инструментами. Помимо этого, выпуск цифровых облигаций не нужно регистрировать в центральной депозитарии ценных бумаг<sup>1</sup>.

Похожую схему трансграничных ЦФА несут много преимуществ не только банковскому сектору, но и корпорациям.

<sup>1</sup> Что такое цифровые облигации и как они выпускаются? // Financial Times. URL: <https://www.ft.com/content/3717fe36-1536-43ef-ace4-b63e5efe778e> (Дата обращения: 20.11.2023).

В России корпорации не выпускают короткие облигации, поскольку процесс выпуска десятидневной облигации классическим способом займет от 6 до 9 месяцев: бумага должна пройти рейтингование, эмитент раскрывает подробную финансовую информацию о своей кредитоспособности, проводится road show – серия

встреч с потенциальными инвесторами и аналитиками, собирается книга заявок и т.д. Прохождение всего этого длительного и сложного процесса нецелесообразно для краткосрочных займов. Платформа ЦФА позволяет сократить этот процесс до одного-двух дней, что дает корпорациям больше возможностей для развития.



**Рис. 5. Развитие форм секьюритизации в России**  
**Fig. 5. Development of securitisation forms in Russia**

Источник: составлен авторами.

Однако ЦФА обладают не только ярко выраженными преимуществами перед традиционной схемой секьюритизации, но и связаны с определенными рисками. Во-первых, это риск волатильности. В США, в отличие от России, криптовалюта относится к ЦФА, а волатильность, к примеру, Bitcoin достигает примерно 15-20% в день<sup>1</sup>, что очень много по сравнению с обычными валютами на Forex. Однако по российскому законодательству криптовалюты не относятся к ЦФА, а цифровые активы, обеспеченные ценными бумагами, валютой или драгоценными металлами, обладают более низкой волатильностью, но риск все равно сохраняется. Также стоит отметить, что ЦФА – это новые инструменты, поэтому их поведение на рынке может быть очень непредсказуемым.

Во-вторых, существует риск нарушения кибербезопасности. ЦФА хранятся и передаются в цифровой форме, что делает

их подверженными рискам кибератак и кражи активов. Инвесторы, которые активно используют ЦФА, должны обладать высокой кибербезопасностью для защиты цифровых активов. В противном случае существует риск утечек активов или нарушения конфиденциальности данных.

В-третьих, ЦФА до сих пор регулировались и надзирались неравномерно и недостаточно во многих юрисдикциях. Нерегулируемые или слаборегулируемые ЦФА могут представлять риск для банков и финансовой системы в целом. Хорошо разработанное регулирование может помочь защитить интересы банков и клиентов и обеспечить более стабильный финансовый сектор.

Помимо этого, поскольку площадки и рынки ЦФА слабо регулируются, а также пока еще не очень ликвидные, если говорить о России, то это дает возможность для арбитража. Идея арбитража в ЦФА основывается на том, что цены на активы могут немного отличаться на разных рынках или площадках. Трейдеры могут ис-

<sup>1</sup> BTCUSD // TradingView. URL: <https://ru.tradingview.com/chart/Ijisigpo/?symbol=CRYPTO%3ABTCUSD> (Дата обращения: 20.11.2023).

кать возможности для быстрой покупки актива на одной площадке по более низкой цене и одновременной продажи его на другой площадке по более высокой цене, зарабатывая на этой разнице.

Важно отметить, что арбитраж в ЦФА может нести свои собственные риски и ограничения. К ним относятся риск потери доступа к деньгам на площадке, риск ликвидности, возможность отката цен на рынке и технические проблемы, которые могут вызвать задержку или неудачную операцию.

Также важно учитывать то, что регулирование ЦФА до сих пор разнится в разных юрисдикциях и может быть неполным или неоднозначным. Инвесторы, которые хотят взаимодействовать с ЦФА, должны соответствовать регулированию, связанному с антиотмыванием денег, защитой прав потребителей, защитой данных и другими соответствующими требованиями, в том числе часто ЦФА выпускаются только для квалифицированных инвесторов, что сильно ограничивает возможный спрос.

Помимо этого, рынок ЦФА сталкивается с проблемой обособленности операторов информационных систем, к примеру, ЦФА на одни и те же драгоценные металлы, выпущенные разными операторами, не могут быть объединены или обменены друг на друга. Отсутствие интеграции между операторами может привести к снижению эффективности работы рынка, увеличению затрат на обмен информацией и снижению доверия к системе в целом.

Проблема интеграции между операторами является одной из ключевых области информационных технологий. Суть проблемы заключается в том, что различные операторы используют разные стандарты, протоколы и форматы данных, что затрудняет обмен информацией между ними. Следовательно, для решения этого вопроса необходимо разработать единые стандарты и протоколы, обеспечивающие совместимость информационных систем. Разработка этих стандартов включает в себя определение общих форматов данных,

разработку механизмов аутентификации и авторизации, а также обеспечение безопасности передаваемых данных. Кроме того, важно обеспечить обучение операторов информационных систем работе с новыми стандартами и протоколами, а также поддержку и обслуживание интегрированных систем.

Отсутствие интеграции между операторами информационных систем вызывает еще ряд проблем, одна из которых – это снижение и без того низкой ликвидности на рынке ЦФА. Низкая ликвидность на рынке ЦФА обусловлена и другими факторами. Во-первых, сам рынок современной формы секьюритизации очень молод и состоит по большей части из «пилотных» сделок с низким объемом между взаимозависимыми лицами. Во-вторых, рынок ЦФА сталкивается с низким предложением, поскольку вариативность инструментов очень низкая и также находится на стадии «пилотных» сделок.

Вторая проблема, вызванная отсутствием интеграции между операторами информационных систем, – это сложный клиентский путь, который заключается в том, что инвесторы сталкиваются с ограниченным предложением в рамках одного оператора либо вынуждены прибегать сразу к нескольким, что затрудняет обмен информацией и координацию действий между участниками рынка.

Таким образом, можно сказать, что появление и развитие цифровых финансовых активов является важным этапом в эволюции секьюритизации, внося новые возможности для оптимизации процессов финансирования, управления рисками и трансграничных инвестиций. Однако для полного раскрытия потенциала ЦФА необходимо решить ряд проблем, связанных с регуляторными вопросами, стандартизацией и доверием со стороны участников рынка. В долгосрочной перспективе, возможно, ЦФА станут основой для формирования новых стандартов секьюритизации и международного сотрудничества в финансовой сфере.

## СПИСОК

### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кознов А.Б. Секьюритизация финансовых активов как фактор развития финансового рынка. *Научно-исследовательский журнал «Вектор экономики»*. 2021;4(58):43. EDN DIMQQT.
2. Бричка Е.И., Грищенко М.В. Секьюритизация активов: мировой опыт и Российская практика. *Modern Science*. 2021;11-3:49-54. EDN FSVYXV.
3. Brunnermeier M.K., Sannikov Yu. A macroeconomic model with a financial sector. *American Economic Review*. 2014;104:379-421. DOI: <http://dx.doi.org/10.1257/aer.104.2.379>.
4. Wagner W. Financial development and the opacity of banks. *Economics Letters*. 2007;97(1):6-10. URL: [http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165-1765\(07\)00043-2](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165-1765(07)00043-2) (Дата обращения: 20.11.2023).
5. Deku S.U., Kara A., Zhou Y. Securitization, bank behaviour and financial stability: A systematic review of the recent empirical literature. *International Review of Financial Analysis Volume*. 2019;61:245-254. URL: [https://pure.hud.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15175400/Deku\\_Kara\\_Zhou\\_Securitization\\_and\\_financial\\_stability\\_16092018.pdf](https://pure.hud.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15175400/Deku_Kara_Zhou_Securitization_and_financial_stability_16092018.pdf) (Дата обращения: 20.11.2023).
6. Лосева О.В. Виды и классификация цифровых активов для целей стоимостной оценки. *Финансы, денежное обращение и кредит*. 2022;2(245):45-57. DOI: 10.24412/2072-4098-2022-2245-45-57.

Об авторах:

**Хасанов Ринат Хамитович**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансовых рынков и финансового инжиниринга Финансового университета при Правительстве РФ, г. Москва, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-6391-3937>.

E-mail: [rkkhasanov@fa.ru](mailto:rkkhasanov@fa.ru).

**Котельникова Александра Александровна**, бизнес-аналитик ООО «Бонум Капитал», г. Москва, Россия.

E-mail: [alexa22.00@mail.ru](mailto:alexa22.00@mail.ru).

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## REFERENCES

1. A.B. Koznov. Securitization of financial assets as a factor in financial market development. *Research Journal «Economic Vector»*. 2021;4(58):43. EDN DIMQQT.
2. E.I. Brichka, M.V. Grishchenko. Asset Securitization: Global Experience and Russian Practice. *Modern Science*. 2021;11-3:49-54. EDN FSVYXV.
3. M.K. Brunnermeier, Yu. Sannikov. A macroeconomic model with a financial sector. *American Economic Review*. 2014;104:379-421. DOI: <http://dx.doi.org/10.1257/aer.104.2.379>.
4. W. Wagner. Financial development and the opacity of banks. *Economics Letters*. 2007;97(1):6-10. Available at: [http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165-1765\(07\)00043-2](http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0165-1765(07)00043-2) (Accessed: 20.11.2023).
5. S.U. Deku, A. Kara, Y. Zhou. Securitization, bank behavior, and financial stability: A systematic review of the recent empirical literature. *International Review of Financial Analysis*. 2019;61:245-254. Available at: [https://pure.hud.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15175400/Deku\\_Kara\\_Zhou\\_Securitization\\_and\\_financial\\_stability\\_16092018.pdf](https://pure.hud.ac.uk/ws/portalfiles/portal/15175400/Deku_Kara_Zhou_Securitization_and_financial_stability_16092018.pdf) (Accessed: 20.11.2023).
6. O.V. Loseva. Types and classification of digital assets for valuation purposes. *Finance, Money Circulation and Credit*. 2022;2(245):45-57. DOI: 10.24412/2072-4098-2022-2245-45-57.

About the Authors:

**Rinat K. Khasanov**, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor of the Department of Financial Markets and Financial Engineering, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-6391-3937>.

E-mail: [rkkhasanov@fa.ru](mailto:rkkhasanov@fa.ru).

**Alexandra A. Kotelnikova**, Business Analyst, Bonum Capital LLC, Moscow, Russia.

E-mail: [alexa22.00@mail.ru](mailto:alexa22.00@mail.ru).

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.

Научная статья

<https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.005>

УДК 336.2

JEL classification: H21; H25; H71

**ВВЕДЕНИЕ ЕДИНОГО НАЛОГА  
С ОБОРОТА И ПОТРЕБЛЕНИЯ  
КАК ВОЗМОЖНОСТЬ УПРОЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ  
НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ**

**Тиникашвили Т.Ш.<sup>a, b</sup>, Федосимов Б.А.<sup>c\*</sup>**

<sup>a</sup> Северо-Осетинский  
государственный университет  
имени К.Л. Хетагурова,  
г. Владикавказ, Россия

<sup>b</sup> Финансовый университет  
при Правительстве РФ, г. Москва, Россия

<sup>c</sup> Академия труда и социальных отношений,  
г. Москва, Россия

**Аннотация**

**Введение.** В статье рассматриваются подходы к введению единого налога с оборота и потребления в качестве возможности упрощения современной российской системы налогообложения. Статья направлена на исследование возможностей оптимизации действующей системы налогов и сборов ввиду ее сложности, имеющих проблем и недостатков, а также происходящей цифровой трансформации в Российской Федерации и действия санкционных ограничений. Сокращение части имеющих налогов и сборов и введение вместо них единого налога с оборота и потребления позволит не только упростить российскую систему налогообложения, но и повысить ее эффективность.

**Материалы и методы.** Актуальность проведенного исследования состоит в рассмотрении теоретических аспектов и

анализе возможностей введения единого налога с оборота и потребления для упрощения российской системы налогообложения с помощью сокращения числа налогов, цифровизации учета и сбора налоговых платежей за счет отечественной банковской системы.

**Результаты исследования.** На основе проведенного анализа установлено, что нынешняя ситуация несет значительные риски снижения эффективности функционирования системы налогообложения, но это объективный процесс, к которому необходимо приспосабливаться. Глобализация, цифровизация, возможность удаленного ведения бизнеса в других юрисдикциях и порождаемая ими повышенная налоговая конкуренция между государствами оказывают значительное влияние на выбор национальной модели налогообложения. Современную налоговую политику в Российской Федерации необходимо ориентировать в направлении продуманной и сбалансированной оптимизации системы налогов и сборов, от которых во многом зависит качественный рост экономики не только отдельных экономических субъектов (организаций), но и государства в целом. Возможным вариантом решения выступает введение единого налога с оборота и потребления, который предполагает замену множества существующих налогов одним унифицированным налогом. Такой подход не только упростит налоговую систему, но и будет способствовать более рациональному и прозрачному налогообложению.

**Обсуждение и заключение.** В рамках заключения и дальнейших обсуждений следует подчеркнуть необходимость оптимизации налоговой системы через минимизацию отдельных налогов и введение интегрированного налога на оборот и потребление. Это не только позволит сократить число налогов, но и предоставит эффективный инструмент в контексте развития цифровой экономики, способствуя усилению административной эффективности налоговых процессов. Повышению эффективности системы налогового администрирования будет способствовать то, что взимание налоговых отчислений по еди-

---

\* Corresponding authors.

E-mail addresses: [Tengiz-05@mail.ru](mailto:Tengiz-05@mail.ru)

(T.Sh. Tinikashvili), [BorisFedosimov@gmail.com](mailto:BorisFedosimov@gmail.com)

(B.A. Fedosimov)

ному налогу с оборота и потребления будет производиться автоматически при проведении операций купли-продажи с использованием цифровых банковских инструментов, что приведет к действенному контролю за взиманием налоговых платежей.

*Ключевые слова:* система налогообложения, система налогов и сборов, банковская система, единый налог с оборота и потребления, оптимизация, цифровизация.

**Для цитирования:** Тиникашвили Т.Ш., Федосимов Б.А. Введение единого налога с оборота и потребления как возможность упрощения российской системы налогообложения. *Финансовые исследования*. 2024;25(2): 55-64. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.005.

## Research Article

### INTRODUCTION OF A SINGLE TURNOVER AND CONSUMPTION TAX AS AN OPPORTUNITY TO SIMPLIFY THE RUSSIAN TAX SYSTEM

T.Sh. Tinikashvili <sup>a, b</sup>, B.A. Fedosimov <sup>c\*</sup>

<sup>a</sup> North Ossetian State University  
named after K.L. Khetagurov,  
Vladikavkaz, Russia

<sup>b</sup> Financial University under the Government  
of the Russian Federation, Moscow, Russia

<sup>c</sup> Academy of Labor and Social Relations,  
Moscow, Russia

#### Abstract

**Introduction.** This article explores approaches to implementing a unified tax on turnover and consumption as a means to simplify the contemporary Russian tax system. The study aims to explore opportunities for optimizing the existing system of taxes and levies due to its complexity, existing problems and shortcomings, as well as the ongoing digital transformation in the Russian Federation and the impact of sanctions.

**Materials and Methods.** The relevance of the conducted research lies in examining theoretical aspects and analyzing the possibilities of introducing a Unified Tax on Turnover and Consumption to simplify the

Russian tax system through the reduction of the number of taxes, digitalization of tax accounting, and collection of tax payments through the domestic banking system.

**Results.** The analysis has revealed that the current situation carries significant risks to the effectiveness of the tax system's operation; however, this is an objective process that requires adaptation. Globalization, digitalization, the possibility of remotely conducting business in other jurisdictions, and the resulting increased tax competition between states significantly influence the choice of a national tax model. Contemporary tax policy in the Russian Federation should be oriented towards a thoughtful and balanced optimization of the system of taxes and levies, which largely determines the qualitative economic growth not only of individual economic entities (organizations) but also of the state as a whole. A viable solution is the introduction of a Unified Tax on Turnover and Consumption, which entails replacing a multitude of existing taxes with one standardized tax. Such an approach will not only simplify the tax system but also facilitate more rational and transparent taxation.

**Discussion and Conclusion.** In conclusion and further discussions, it is crucial to emphasize the need for optimizing the tax system by minimizing individual taxes and introducing an integrated tax on turnover and consumption. This will not only reduce the number of taxes but also provide an effective tool in the context of digital economy development, enhancing the administrative efficiency of tax processes. The effectiveness of the tax administration system will be enhanced by the fact that the collection of tax deductions under the Unified Tax on Turnover and Consumption will be automatically conducted during sales transactions using digital banking tools, leading to effective control over the collection of tax payments.

*Keywords:* tax system, system of taxes and fees, banking system, Unified tax on turnover and consumption, optimization, digitalization.

**For citation:** T.Sh. Tinikashvili, B.A. Fedosimov. Introduction of a Single Turnover and Consumption Tax as an Opportunity



## 1. Введение

Сегодня Российская Федерация вынуждена действовать и строить свою перспективную стратегию социально-экономического развития в условиях жестких политических, экономических и социальных вызовов. Со стороны многих государств западного мира реализуется задача достижения стратегического поражения России, что на практике достигается с помощью различных рычагов экономического влияния, введения торговых ограничений и санкций против целых отраслей экономики.

Поэтому Российской Федерации необходимо не только искать внутренние резервы для сохранения политической, экономической и социальной стабильности, но и разрабатывать стратегические подходы для успешного поступательного развития. Во многом это может быть реализовано за счет оптимизации действующей системы налогообложения, ее реформирования с помощью цифровых инструментов сбора налоговых платежей, а также дальнейшего развития собственной национальной системы налогообложения.

Цель данной статьи заключается в исследовании возможностей оптимизации действующей системы налогов и сборов ввиду ее сложности, имеющихся проблем и недостатков, а также происходящей цифровой трансформацией в Российской Федерации и действия санкционных ограничений.

## 2. Материалы и методы

Теоретическую и методическую основу данной статьи составили труды таких исследователей, как Е.И. Добролюбова [2], М.Н. Дудин [4], И.А. Митрофанова [5], Л.В. Попова [6], П. Самуэльсон [7], Т.Ю. Ткачева [8], И.И. Янжул [12], а также статьи российских исследователей и научное исследование одного из авторов статьи – Б.А. Федосимова<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Федосимов Б.А. Реформирование системы налогов Российской Федерации: подходы и инстру-

Объектом исследования послужила необходимость модернизации российской системы налогообложения ввиду имеющих-ся внутренних и внешних вызовов, а также становления цифровой экономики. Особое внимание уделено рассмотрению возможностей упрощения системы налогообложения за счет введения единого налога с оборота и потребления, что позволит сократить налоговую нагрузку на бизнес и граждан, а также повысить эффективность налогового администрирования.

Проведенное исследование выполнялось с использованием методов сравнительного и структурного анализа, обобщения и систематизации, системного анализа.

## 3. Результаты исследования

Современные информационные технологии и использование глобальных сетей связи приводят к расширению возможностей проведения трансграничных переводов капиталов и ухода от налогообложения. Также происходит увеличение схем оптимизации налогообложения и вывода национального капитала из экономики государства.

Отмечается сокращение времени переводов денежных средств, на практике у налоговых и других контролирующих органов власти наблюдаются организационные и технические сложности, связанные со своевременным обнаружением незаконных финансовых операций, уклонением от уплаты налогов, что только повышает требования, предъявляемые к осуществлению эффективного налогового контроля.

Глобализация и цифровизация, несомненно, оказывают свое влияние на налогообложение как физических лиц, так и организаций. Сегодня существуют более широкие возможности для изменения гражданства/резидентства физического лица или переноса/открытия бизнеса с целью выбора наиболее привлекательных условий налогообложения в конкретной стране.

Во многих странах, не обладающих развитой экономикой и имеющих сравнительно низкий налоговый потенциал, по-

менты: дис. ...канд. экон. наук. Владикавказ, 2017. 344 с.

шли по пути привлечения нерезидентов для регистрации бизнеса и использования налоговых преференций, что порождает налоговую конкуренцию отдельных государств. Такие страны идут по пути отказа от взимания обычных налогов и берут за основу льготную модель налогообложения, подразумевающую как низкие ставки налогообложения, так и использование небольшого числа налогов [3].

В некоторых небольших государствах (как в территориальном, экономическом и человеческом потенциале), например, в таких юрисдикциях, как Лихтенштейн, Люксембург, Монако, Либерия, Панама, вообще полностью отсутствует такой вид налогообложения, как налог на прибыль.

На протяжении значительного периода времени многие российские компании активно использовали преимущества офшоров и других территорий с льготным налогообложением. Но нынешняя ситуация военно-политического обострения на мировой арене, введения рекордного числа санкций против Российской Федерации со стороны государств западного мира, расширяющиеся ограничения на ведение бизнеса, попытки заморозки активов компаний, собственниками которых выступают россияне, изменили ситуацию. Крупный бизнес не готов больше рисковать в чужих юрисдикциях, но при этом остается запрос на минимизацию налоговой нагрузки, упрощение ведения деятельности в России, в том числе и с позиции администрирования налогов и сборов, оптимизации налогообложения.

Кроме этого, существует и ряд внутренних факторов, способствующих снижению эффективности налогообложения. Например, к таковым можно отнести снижение занятости населения, рост числа работников с удаленной занятостью без взимания с них налогов, что вызвано цифровизацией, технологическим процессом, роботизацией и автоматизацией производств. Продолжающееся быстрое старение населения в развитых странах, динамичный рост населения во многих развивающихся странах, повышение уровня урбанизации, мобильности населения и миграция созда-

ют дополнительные предпосылки для усложнения государственного управления в налоговой сфере.

Следует признать, что нынешняя ситуация несет значительные риски снижения эффективности функционирования системы налогообложения, но это объективный процесс, к которому необходимо приспособляться. Глобализация, цифровизация, возможность удаленного ведения бизнеса в других юрисдикциях и порождаемая ими повышенная налоговая конкуренция между государствами оказывают значительное влияние на выбор национальной модели налогообложения.

На рисунке 1 систематизированы основные факторы, оказывающие свое прямое и косвенное влияние на развитие национальных систем налогообложения.

Вариантом выхода из сложившейся противоречивой ситуации выступает создание в Российской Федерации особой экономической зоны для регистрации бизнеса, что позволяет государству достигать тех или иных целей по региональному развитию, а резидентам этих зон использовать льготные схемы налогообложения (применять льготные ставки, частично или полностью освобождаться от отдельных налогов либо от налогообложения вообще). В данном случае Россия идет по такому же пути, как и ряд других стран постсоветского пространства, например Беларусь или Грузия, а также ряд государств Ближнего Востока, например ОАЭ.

Вместе с тем необходимо признать, что особые экономические зоны не могут иметь безграничный набор привилегий, а также включать бесконечное число участников, что невыгодно государству с позиции сокращения поступления налогов и сборов. Современная российская система налогообложения сталкивается с противоречивыми вызовами: с одной стороны, в более жестких внешних условиях функционирования государства необходимо увеличение налоговых поступлений, а с другой стороны, нужна оптимизированная модель системы налогообложения, которая позволяла бы эффективно собирать налоги при ее упрощении и повышении прозрачности [1].



*Рис. 1. Основные факторы, влияющие на развитие национальных систем налогообложения (авторская разработка)*

*Fig. 1. Main factors influencing the development of national taxation systems (author's elaboration)*  
Источник: составлен авторами.

Учитывая, что современная международная политическая и экономическая ситуация может иметь долгосрочный характер, необходимо снижение налоговой нагрузки на бизнес и граждан, сокращение прямых и косвенных налогов при одновременном увеличении собираемости налогов и сборов, что в итоге должно способствовать также повышению налоговой конкурентоспособности и привлекательности государства для привлечения налоговых нерезидентов.

Необходимо учитывать, что цифровизация оказывает свое влияние на все

стороны жизни современного человека, в том числе и на модернизацию национальной системы налогообложения, а это требует широкого использования цифровых инструментов для проведения налоговых изъятий, что пока осуществляется в России лишь частично.

Полагаем, что возможным вариантом реформирования российской системы налогообложения выступает ее упрощение за счет введения единого налога с оборота и потребления, заменяющего собой совокупность ряда других налогов, а также взимание этих налоговых отчислений ав-

томатически с использованием современных банковских инструментов, что позволит осуществить действенный контроль за взиманием налоговых платежей в условиях формирующейся на наших глазах цифровой экономики.

В своем диссертационном исследовании Б.А. Федосимовым<sup>1</sup> были обозначены основные подходы к реформированию системы налогов и сборов, действующей в Российской Федерации, на основе введения единого налога с оборота и потребления, которые остаются актуальными до сегодняшнего дня. В этом научном исследовании определены возможности введения и расширения действия единого налога с оборота и потребления в нашей стране с использованием методологии налогообложения, применяемой в зарубежных странах, и прогнозирования результатов по внедрению данного налога в качестве резерва оптимизации российской системы налогов и сборов.

Результатом проведенного исследования стало определение экономической целесообразности замены комплекса действующих налогов единым новым налогом с оборота и потребления с позиции повышения собираемости налогов [10]. Кроме этого, были убедительно доказаны преимущества единого налога с оборота и потребления перед совокупностью действующих налогов и сборов в Российской Федерации с позиции учета интересов государства и общества [9].

Полагая, что на сегодняшний день в ходе налогового реформирования необходимо определить ставку единого налога с оборота и потребления в 9%, что будет позитивно воспринято налогоплательщиками, т.к. данная ставка для организаций более чем в 2 раза ниже стандартной ставки НДС (20%, льготная на сегодняшний день составляет 10%, в отдельных случаях может быть установлена в размере 0%) и меньше стандартной ставки налога на прибыль (20%). Для физических лиц ставка в 9% ниже

НДФЛ (стандартно 13%, для доходов свыше 5 млн руб. в год составляет 15%).

Введение единого налога с оборота и потребления сократит налоговые изъятия с физических лиц, поэтому следует полагать, что для указанной категории налогоплательщиков нововведение будет выглядеть положительным с позиции уменьшения налоговой нагрузки и упрощения налоговых расчетов.

Еще одним положительным аспектом будет выступать привлекательность ставки в 9% для налоговых резидентов других государств: в этом случае можно говорить о применении инструмента политики «мягкой силы» (англ., soft power), когда потенциальным иностранным инвесторам будет продемонстрирован показатель рекордно низкого по сравнению с развитыми экономиками налогового бремени в Российской Федерации.

Согласно проведенным расчетам для ставки единого налога с оборота и потребления в 9% было установлено, что это нововведение способно привести к тройному росту налоговых поступлений в бюджет государства. В дальнейшем (после окончания переходного периода), когда налогоплательщики почувствуют, что за счет увеличения налогооблагаемых операций их реальный доход снижается, возможно снижение ставки нового налога до 6%.

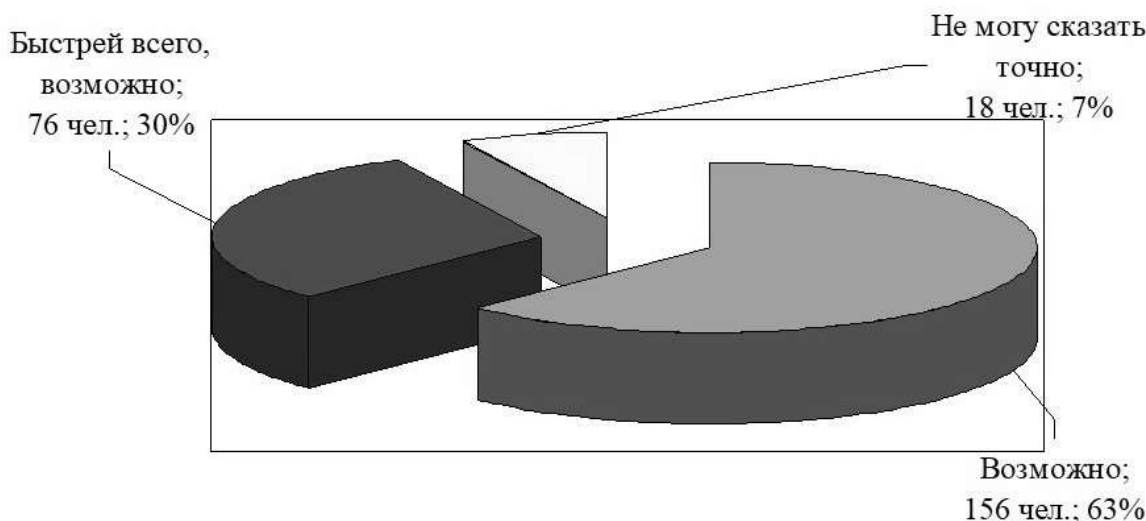
Применение единого налога с оборота и потребления позволит сократить уровень налоговой нагрузки на бизнес и на физических лиц, что будет способствовать как экономическому развитию организаций за счет получения более высокой прибыли по результатам операционной деятельности, так и повышению благосостояния граждан. Также «благодаря введению единого налога с оборота и потребления возможно установить относительно единый уровень налоговой нагрузки для предприятий различных сфер деятельности (закупочная, производственная или торговая), что на сегодняшний день в Российской Федерации отсутствует»<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Федосимов Б.А. Реформирование системы налогов Российской Федерации: подходы и инструменты: дис. ...канд. экон. наук. Владикавказ, 2017. 344 с.

<sup>2</sup> Там же..

Преимущество использования единого налога с оборота и потребления заключается в возможности его изъятия за счет применения банковских инструментов при совершении сделки по купле-продаже. Функции налогового агента могут быть возложены на кредитные организации, что позволит повысить эффективность сбора налога в современных условиях цифровизации платежных систем.

Проведенный опрос специалистов банковской отрасли и ИТ-сферы позволяет утверждать, что включение кредитных организаций (банков) в систему налогообложения позволит говорить об автоматизации налоговых удержаний и возможности выполнения банками функции налогового агента уже в нынешней ситуации развития цифровизации банковской деятельности (рис. 2).



**Рис. 2.** *Возможность автоматического изъятия налоговых платежей с помощью банковской системы*

**Fig. 2.** *Possibility of automatic withdrawal of tax payments through the banking system*

Источник: составлен авторами.

Цифровизация учета налоговых отчислений и администрирование единого налога с оборота и потребления сразу же при проведении операций купли-продажи позволит сократить возможности для уклонения от уплаты налогов, что на сегодняшний день является наиболее распространенным деянием среди всех преступлений в налоговой сфере и вообще экономических преступлений.

При этом в большинстве случаев к ответственности привлекаются руководители организаций, а также топ-менеджеры (генеральные и финансовые директора) и другие лица, которые фактически осуществляют управление организацией, т.е. именно от владельцев бизнеса или высшего менеджмента исходит инициатива по осуществлению налоговых уклонений. В данном же случае при автоматизирован-

ном сборе налоговых платежей через банк – налоговый агент по единому налогу с оборота и потребления будет исключена возможность влияния высшего руководства организаций на использование незаконных и нелегальных схем уклонения от налогообложения.

#### 4. Обсуждение и заключение

Считаем, что современную налоговую политику в Российской Федерации необходимо ориентировать в направлении продуманной и сбалансированной оптимизации системы налогов и сборов, от которых во многом зависит качественный рост экономики не только отдельных экономических субъектов (организаций), но и государства в целом. Одним из вариантов решения выступает введение единого налога с оборота и потребления, который бы агрегировал несколько существующих налого-

вых обязательств в единый налог. Этот шаг позволит не только упростить налоговую структуру, но и повысить её прозрачность и доступность для налогоплательщиков.

Существенным аспектом внедрения комплексного налога на оборот и потребление является автоматизация процесса взимания налоговых отчислений. При осуществлении транзакций купли-продажи с применением современных цифровых банковских инструментов налоговые отчисления будут производиться автоматически. Это обеспечит более эффективный контроль и сбор налоговых платежей, значительно повышая эффективность системы налогового администрирования.

### СПИСОК

#### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Афанесян М.К., Пазиненко В.Д. Особенности системы налогообложения в Российской Федерации. *Вестник ОрелГИЭТ*. 2022;2(60):61-64. URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/347909> (Дата обращения: 05.05.2024).
2. Добролюбова Е.И., Южаков В.Н., Ефремов А.А., Ключкова Е.Н., Талапина Э.В., Старцев Я.Ю. Цифровое будущее государственного управления по результатам. М. Дело. 2019. 149 с. ISBN 978-5-7749-1434-0. URL: <https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2019/01/TSifrovoe-budushchee-gosudarstvennogo-upravleniya-po-rezultatam.pdf> (Дата обращения: 05.05.2024).
3. Додохян Т.М. Зарубежный опыт налогового регулирования экономики и возможность его применения в Российской Федерации. *Kant*. 2019;2(31):309-315. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-nalogovogo-regulirovaniya-ekonomiki-i-vozmozhnost-ego-primeneniya-v-rossiyskoj-federatsii/viewer> (Дата обращения: 05.05.2024).
4. Дудин М.Н., Сайфиева С.Н., Соловьева С.В., Ремезова М.Ю., Ермилина Д.А. Финансово-денежная политика и экономическая безопасность: монография. М. РУСАЙНС. 2023. 150 с. ISBN 978-5-4365-5837-0 EDN LUYIOS.
5. Митрофанова И.А., Митрофанова И.В., Тлисов А.Б. Налогообложение прибыли хозяйствующих субъектов: потенциал модернизации: монография. М. Директмедиа. 2015. 324 с. ISBN 978-5-4475-1287-3. DOI: 10.23681/241854.
6. Попова Л.В., Дрожжина И.А., Маслов Б.Г. Налоговые системы зарубежных стран. М. Дело и Сервис. 2011. 324 с. ISBN 978-5-8018-0392-0 URL: <https://www.labirint.ru/books/174436/> (Дата обращения: 05.05.2024).
7. Самуэльсон П.А., Нордхаус В.Д. Экономика. М. Наука. 2018. 296 с. URL: <http://www.library.fa.ru/files/Samuelson-Nordhaus.pdf> (Дата обращения: 05.05.2024).
8. Ткачева Т.Ю., Афанасьева Л.В., Белоусова С.Н. Налоговые льготы: теория и практика оценки их эффективности: монография. Курск. Юго-Западный государственный университет. 2019. 120 с. ISBN 978-5-7681-1386-5. EDN ZHFDWF.
9. Федосимов Б.А. О возможности введения налога с оборота и потребления в современной российской системе налогообложения. *Russian Economic Bulletin*. 2021;4;6:299-304. EDN QWGSGB.
10. Федосимов Б.А. О возможности модификации налога на прибыль в современной российской системе налогообложения. *Russian Economic Bulletin*. 2022;5;1:209-213. EDN JJERYQ.
11. Эльбиева Л.Р., Дадашова М.Э., Хатаева А.М. Основы выстраивания системы налогообложения. *ФГУ Science*. 2022;4(28):197-202. URL: <https://storage.ucomplex.org/files/users/-1/bfb9cf821852545f.pdf?t=1720452453> (Дата обращения: 05.05.2024).
12. Янжул И.И. Основные начала финансовой науки: Учение о государственных доходах. М. Статут. 2002. 555 с. ISBN 5-8354-0112-4. URL: [https://www.consultant.ru/edu/student/download\\_books/book/yanzhul\\_ii\\_osnovnye\\_nachala\\_finansovoj\\_nauki/](https://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/yanzhul_ii_osnovnye_nachala_finansovoj_nauki/) (Дата обращения: 01.05.2024).

Об авторах:

**Тиникашвили Тенгиз Шаликоевич**, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, бухгалтерского учета и налогообложения Северо-Осетинского государственного университета имени

К.Л. Хетагурова, г. Владикавказ, профессор кафедры общественных финансов Финансового университета при Правительстве РФ, г. Москва, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-2615-568X>.

E-mail: [Tengiz-05@mail.ru](mailto:Tengiz-05@mail.ru).

**Федосимов Борис Александрович**, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и налогообложения образовательного учреждения профсоюзов высшего образования «Академия труда и социальных отношений», г. Москва, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3501-2728>.

E-mail: [BorisFedosimov@gmail.com](mailto:BorisFedosimov@gmail.com).

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

## REFERENCES

1. M.K. Afanesyan, V.D. Pazinenko. Features of the taxation system in the Russian Federation. *Bulletin of OrelGIET*. 2022;2(60):61-64. Available at: <https://e.lanbook.com/journal/issue/347909> (Accessed: 05.05.2024).
2. E.I. Dobrolyubova, V.N. Yuzhakov, A.A. Efremov, E.N. Klochkova, E.V. Talapina, Y.Y. Startsev. The digital future of state management by results. Moscow: Delo; 2019. 149 p. ISBN 978-5-7749-1434-0. Available at: <https://d-russia.ru/wp-content/uploads/2019/01/TSifrovoe-budushchee-gosudarstvenno-go-upravleniya-po-rezultatam.pdf> (Accessed: 05.05.2024).
3. T.M. Dodokhyan. Foreign experience in tax regulation of the economy and its applicability in the Russian Federation. *Kant*. 2019;2(31):309-315. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-nalogo-ovogo-regulirovaniya-ekonomiki-i-vozmozhnost-ego-primeneniya-v-rossiyskoy-federatsii/viewer> (Accessed: 05.05.2024).
4. M.N. Dudin, S.N. Saifiyeva, S.V. Solovyova, M.Y. Remezova, D.A. Yermilina. Financial and monetary policy and economic security: a monograph. Moscow. RUSAINS. 2023. 150 p. ISBN 978-5-4365-5837-0. EDN LUYIOS.
5. I.A. Mitrofanova, I.V. Mitrofanova, A.B. Tliso. Taxation of profit of business entities: potential for modernization: a monograph. Moscow. Directmedia. 2015. 324 p. ISBN 978-5-4475-1287-3. DOI: 10.23681/241854.
6. L.V. Popova, I.A. Drozzhina, B.G. Maslov. Tax systems of foreign countries. Moscow. Delo i Service. 2011. 324 p. ISBN 978-5-8018-0392-0. Available at: <https://www.labirint.ru/books/174436/> (Accessed: 05.05.2024).
7. P.A. Samuelson, W.D. Nordhaus. Economics. Moscow. Nauka. 2018. 296 p. Available at: <http://www.library.fa.ru/files/Samuelson-Nordhaus.pdf> (Accessed: 05.05.2024).
8. T.Y. Tkacheva, L.V. Afanasyeva, S.N. Belousova. Tax incentives: theory and practice of their effectiveness assessment: a monograph. Kursk. South-West State University. 2019. 120 p. ISBN 978-5-7681-1386-5. EDN ZHFDWF.
9. B.A. Fedosimov. On the possibility of introducing a tax on turnover and consumption in the modern Russian taxation system. *Russian Economic Bulletin*. 2021;4(6):299-304. EDN QWGSGB.
10. B.A. Fedosimov. On the possibility of modifying the profit tax in the modern Russian taxation system. *Russian Economic Bulletin*. 2022;5(1):209-213. EDN JJERYQ.
11. L.R. Elbieva, M.E. Dadashova, A.M. Khataeva. Foundations of building a taxation system. *FGU Science*. 2022;4(28):197-202. Available at: <https://storage.ucomp.lex.org/files/users/-1/bfb9cf821852545f.pdf?t=1720452453> (Accessed: 05.05.2024).
12. I.I. Yanzhul. Basic principles of financial science: The doctrine of public revenues. Moscow. Statut. 2002. 555 p. ISBN 5-8354-0112-4. Available at: [https://www.consultant.ru/edu/student/download\\_books/book/yanzhul\\_ii\\_osnovnye\\_nachala\\_finansovoj\\_nauki/](https://www.consultant.ru/edu/student/download_books/book/yanzhul_ii_osnovnye_nachala_finansovoj_nauki/) (Accessed: 05.05.2024).

About the Authors:

**Tengiz Sh. Tinikashvili**, Dr. Sci. (Econ.), Professor of the Department of Finance, Accounting and Taxation, North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia,

*Professor of the Department of Public Finance, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-2615-568X>.*

*E-mail: Tengiz-05@mail.ru.*

***Boris A. Fedosimov**, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor of the*

*Department of Accounting and Taxation, Educational Institution of Trade Unions of Higher Education “Academy of Labour and Social Relations”, Moscow, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3501-2728>.*

*E-mail: BorisFedosimov@gmail.com.*

Conflict of Interest: The authors declare no conflicts of interest.



Научная статья

[https://doi.org/10.54220/finis.1991-](https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.006)

0525.2024.83.2.006

УДК 657

JEL classification: H82

КОНТРОЛЬНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ  
ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБЪЕКТОВ  
НЕЗАВЕРШЕННОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Федченко Е.А.\*

Финансовый университет  
при Правительстве РФ, г. Москва, Россия

Аннотация

**Введение.** Эффективное использование государственного имущества приводит к росту качества оказания государственных услуг, а также к качественному росту той части ВВП, которая производится государством. Вопросы эффективности управления государственным имуществом, а также вопросы учета и контроля за его использованием стали пересматриваться научным сообществом. Можно констатировать глубину раскрытия особенностей учета государственного имущества, методик контроля и оценки эффективности использования имущества. Целью исследования является разработка методики оценки эффективности управления объектами незавершенного строительства (далее – ОНС) и предложения по организации контроля за эффективностью использования государственного имущества. Объектом исследования признается организация государственного финансового контроля за эффективностью использования ОНС. Предметом исследования выступает комплекс теоретических, организационных и методических аспектов эффективности управления ОНС.

**Материалы и методы.** В качестве методической базы исследования выступает широкое использование таких эмпири-

ческих методов, как наблюдение и сравнение, что позволило выявить недостатки в организации государственного финансового контроля за эффективным управлением ОНС.

**Результаты исследования.** Основные положения исследования способствуют повышению эффективности как непосредственно использования государственного имущества, так и контроля за ней. Практическая значимость исследования состоит в применении разработанных показателей эффективности управления ОНС при проведении государственного финансового контроля. Практическую значимость имеет стандартизация процесса осуществления контроля за эффективностью управления государственным имуществом собственниками и эффективностью использования государственного имущества хозяйствующими субъектами.

**Обсуждение и заключение.** Научная значимость исследования определяется разработкой контрольно-аналитического обеспечения эффективности управления ОНС.

*Ключевые слова:* имущество, экспертно-аналитическое мероприятие, нарушение, государственная собственность, финансовый контроль, эффективность.

**Для цитирования:** Федченко Е.А. Контрольно-аналитическое обеспечение объектов незавершенного строительства *Финансовые исследования*. 2024;25(2):65-73. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.006.

Research Article

CONTROL AND ANALYTICAL  
SUPPORT FOR CONSTRUCTION  
IN PROGRESS

E.A. Fedchenko\*

Financial University under the Government  
of the Russian Federation, Moscow, Russia

Abstract

**Introduction.** The effective use of state property leads to an increase in the quality of public services, as well as to a qualitative increase in the part of GDP that is produced

\* Corresponding author.

E-mail address: Eafedchenko@fa.ru (E.A. Fedchenko)

by the state. The issues of the efficiency of state property management, as well as the issues of accounting and control over its use, began to be revised by the scientific community. It is possible to state the depth of disclosure of the features of state property accounting, methods of control and assessment of the effectiveness of use Property. The purpose of the study is to develop a methodology for assessing the effectiveness of management of unfinished construction facilities (hereinafter referred to as – ONS) and proposals for organizing control over the efficiency of the use of state property. The object of the research is the organization of state financial control over the effectiveness of the use of ONS. The subject of the research is a set of theoretical, organizational and methodological aspects of the effectiveness of ONS management.

**Materials and Methods.** Wide use of empirical methods as observation and comparison acts as methodical base of a research that allowed to reveal shortcomings of the organization of the state financial control of effective management of ONS.

**Results.** The main provisions of the study contribute to increasing the efficiency of both the direct use of state property and control over the effectiveness of its use. The practical significance of the study lies in the application of the developed performance indicators of ONS management during state financial control. It is of practical importance to standardize the process of monitoring the effectiveness of the management of state property by owners and the effectiveness of the use of state property by business entities.

**Discussion and Conclusion.** The scientific significance of the study is determined by the development of control and analytical support for the effectiveness of ONS management.

**Keywords:** property, expert and analytical event, violation, state property, financial control, efficiency.

**For citation:** E.A. Fedchenko. Control and Analytical Support of Construction in Progress. *Financial Research*. 2024;25(2):65-73. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.006.

## 1. Введение

Несмотря на то что динамика нарушений, выявленных всеми органами государственного (муниципального) финансового контроля (аудита) в сфере управления и распоряжения государственной (муниципальной) собственностью имеет положительную тенденцию (в 2023 году они составляют 0,03% от общей суммы выявленных нарушений (1,22 млрд руб.), в 2022 году – 0,43% от общей суммы выявленных нарушений (4,75 млрд руб.))<sup>1</sup>, проблематика учета и контроля государственного (муниципального) имущества требует углубленного изучения, осмысления и разрешения. Так, под нарушениями в сфере управления и распоряжения государственной (муниципальной) собственностью органы государственного муниципального финансового контроля (аудита) понимают нарушения порядка распоряжения и использования имущества, нарушения в организации учета имущества, нарушения при регистрации имущественных прав собственности, нарушения при предоставлении в аренду имущества, нарушения порядка учета и ведения реестра государственного (муниципального) имущества и т.д. А вот нарушения в части ОНС можно идентифицировать как удорожание стоимости объектов, списание капитальных вложений по итогам инвентаризации ОНС (неактуальная проектно-сметная документация, объекты, не планирующие к дальнейшей реализации, объекты без правоустанавливающих и разрешительных документов), невостребованная проектно-сметная документация, непроведение инвентаризации ОНС, реализация ОНС без согласования с учредителем, внесение ОНС в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества или товарищества без согласования с учредителем, достройка ОНС без разрешительных документов, передача ОНС из федеральной собственности в собственность субъектов Российской Федерации без документального подтверждения; ликвидация ОНС с последующим его списанием без согласования с имущественным органом, несвоевременная регистрация

<sup>1</sup> Портал государственного и муниципального финансового аудита. URL: [audit.gov.ru](http://audit.gov.ru) (Дата обращения: 11.03.2024).

прав собственности, отсутствие правоустанавливающих и разрешительных документов, несвоевременная государственная регистрация объектов [1].

Ответственность за нарушения в части незавершенного строительства определены в ст. 9.5. КоАП РФ «Нарушение установленного порядка строительства, реконструкции, капитального ремонта объекта капитального строительства, ввода его в эксплуатацию» и ст. 9.4. КоАП РФ «Нарушение обязательных требований в области строительства и применения строительных материалов (изделий)».

Отметим, что в Градостроительном кодексе Российской Федерации под объектами незавершенного строительства подразумеваются объекты капитального строительства, строительство которых не завершено<sup>1</sup>. ОНС подлежат ежегодной инвентаризации и контролю за своевременностью документального оформления ввода в эксплуатацию законченных строительством объектов. Информация о незавершенном строительстве экономическими субъектами ежегодно по состоянию на 1 января года, следующего за отчетным, отражается в «Сведениях о вложениях в объекты недвижимого имущества, об объектах незавершенного строительства» (ф. 0503190, ф. 0503790)<sup>2</sup>. В этой связи анализ и контроль ОНС может осуществляться на основании бухгалтерской (бюджетной) отчетности по количественным и качественным показателям, включающим объем приостановленных объектов, объем объектов, по которым ведется строительство более пяти лет, наличие объектов с поэтапным строительством и так далее<sup>3, 4</sup>.

<sup>1</sup> П. 10 ст. 1 Градостроительного кодекса Российской Федерации.

<sup>2</sup> П. 173.1 Инструкции № 191н, п. 75 Инструкции № 33н.

<sup>3</sup> На основе: Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. 2020. № 11 (276). URL: <https://ach.gov.ru/statements/byulleten-schetnoy-palaty-11-276-2020-g> (Дата обращения: 12.04.2024).

<sup>4</sup> Об утверждении Положения о порядке формирования и ведения федерального реестра незавершенных объектов капитального строительства, составе включаемых в него сведений и порядке предоставления таких сведений: постановление Правительства Российской Федерации от 18.07.2022 № 1295.

## 2. Материалы и методы

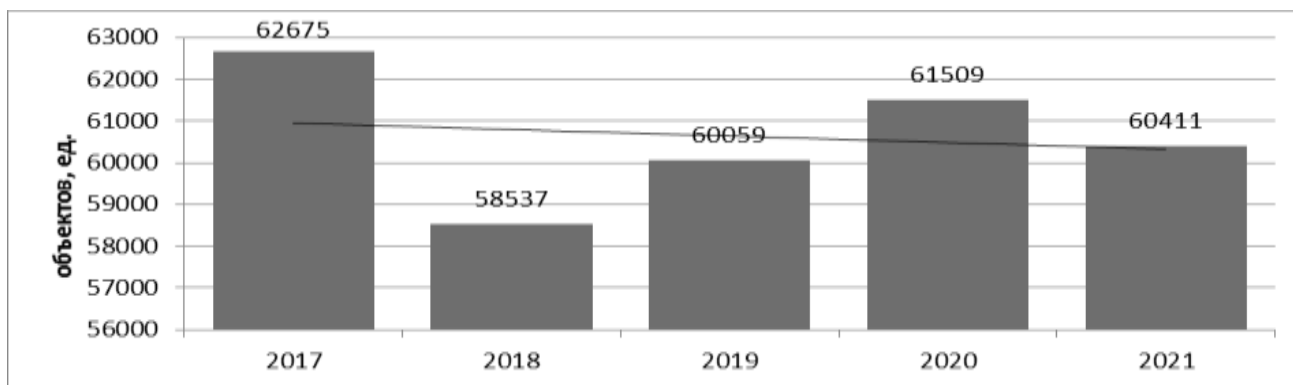
Информационную базу исследования составили нормативные правовые регламенты организационных основ государственного финансового контроля, стандарты государственного сектора, международные стандарты высших органов аудита, Концепция управления государственным имуществом и приватизации в Российской Федерации, аналитические и практические материалы органов государственного финансового контроля. В процессе исследования применялись основные теоретические методы, такие как анализ, синтез, индукция, дедукция, абстрагирование, формализация [2]. Применение теоретических методов научного исследования позволило качественно проработать вопросы контроля ОНС, оценить нормативно-правовую обеспеченность государственного финансового контроля, сформировать предложения и рекомендации по совершенствованию действующей системы оценки эффективности управления ОНС.

## 3. Результаты исследования

Рассматривая динамику показателей ОНС (рис. 1), можно проследить противоречивую ситуацию. Так, в 2018 году число ОНС составило 58 537 ед., что на 4 138 ед., или на 6,6%, меньше, чем в 2017 году, но в 2019–2020 гг. наблюдается рост ОНС на 4,95%. В 2021 году произошло снижение числа ОНС на 1,79%. В стоимостном выражении показатели за 2017–2021 гг. имеют тенденцию к снижению<sup>5</sup>.

Согласно данным мониторинга незавершенного строительства на начало 2022 года в Российской Федерации насчитывалось 60 411 незавершенных объектов: по 55 731 (или 92,2%) объекту велось строительство, по 1 872 (или 3,1%) объектам строительные работы велись свыше 5 лет, а 2 839 объектов (или 4,7%) законсервированы. Таким образом, можно констатировать, что каждый двенадцатый объект из ста незаконченных зданий имеет проблемы со строительством.

<sup>5</sup> На основе: Данные мониторинга незавершенного строительства в Российской Федерации. URL: <https://ons.ach.gov.ru/methodology-and-data#question-7> (Дата обращения: 11.03.2024).



**Рис. 1.** Динамика ОНС по Российской Федерации в 2017–2021 гг., ед.

**Fig. 1.** Dynamics of ONS in the Russian Federation in 2017–2021, unit

Источник: составлен автором по данным мониторинга незавершенного строительства в Российской Федерации.

Для стабилизации ситуации органы внешнего государственного аудита проводят экспертно-аналитические мероприятия в сфере незавершенного строительства<sup>1</sup>, включающие определенные цели, в частности оценку стоимости ОНС по определению рыночной стоимости на основе анализа технических характеристик, местоположения, спроса на рынке недвижимости и других факторов; разработку плана завершения строительства ОНС по определению сроков и бюджета проекта, оценку рисков и разработку стратегии управления; разработку инвестиционного проекта для завершения строительства объектов и привлечения инвестиций и др. [3]. Экспертно-аналитические мероприятия в отношении ОНС проводятся для выявления и оценки состояния, определения возможности завершения и использования в дальнейшем ОНС на основании утвержденного плана работы Счетной палаты Российской Федерации на год.

Так, на основании Отчета о результатах экспертно-аналитического мероприятия<sup>2</sup> основными причинами приостановления или прекращения строительства объектов являются прекращение финансирования, неудовлетворительная работа подрядных организаций, неисполнение контрактов по размещению заказов, приостановление строительства по решению орга-

нов власти и т.д. [4]. Также идентифицированы проблемы, которые мешают улучшению ситуации в сфере незавершенного строительства, среди них можно выделить несовершенства нормативного регулирования в сфере ОНС, отсутствие категории «незавершенное строительство», отсутствие системы контрольно-аналитического обеспечения ОНС, что не дает возможности объективно оценивать предметную область контрольных и экспертно-аналитических мероприятий [5].

Отметим, что действующая система<sup>3</sup> аналитических показателей эффективности управления и распоряжения имуществом не учитывает показатели, характеризующие эффективность использования ОНС.

В этой связи представим показатели эффективности использования ОНС в таблице 1, которые должны включать: долю ОНС, реализованного путем проведения торгов (по стоимости объектов); долю ОНС, внесенного в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества или товарищества (по количеству объектов); долю достроенных ОНС (по количеству объектов); долю переданных в пользу субъектов Российской Федерации ОНС (по количеству объектов); долю ликвидированных ОНС (по количеству объектов); эффективность реализации ОНС.

<sup>3</sup> Распоряжение Правительства Российской Федерации от 12.10.2020 № 2645-р «Об утверждении методики определения критериев оптимальности состава государственного и муниципального имущества и показателей эффективности управления и распоряжения имуществом».

<sup>1</sup> Бюллетень Счетной палаты. 2020. № 11 (276). URL: <https://ach.gov.ru/statements/byulleten-schetnoy-palaty-11-276-2020-g> (Дата обращения: 12.03.2024).

<sup>2</sup> <https://ach.gov.ru/statements/byulleten-schetnoy-palaty-11-276-2020-g> (Дата обращения: 12.03.2024).

**Таблица 1. Показатели, характеризующие эффективность управления ОНС**

**Table 1. Indicators characterising the efficiency of ONS management**

Показатель / Index	Формула расчета / Calculation Formula	Характеристика показателя / Characteristics of the indicator
Доля ОНС, реализованного путем проведения торгов (по стоимости объектов)	$D_{\text{прод к}} = \frac{K_{\text{прод}}}{K_{\text{нзс}}}$ , где $K_{\text{прод}}$ – количество ОНС, реализованных путем проведения торгов; $K_{\text{нзс}}$ – количество ОНС, находящихся в собственности собственника	Показатели характеризуют преобладающие способы распоряжения ОНС. Большая часть ОНС должна вводиться в хозяйственных оборот посредством ее продажи и (или) достройки. Внесение ОНС в качестве вклада в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества (товарищества) или передача объектов в пользу других бюджетов не решает проблему незавершенного строительства в Российской Федерации. Ликвидация ОНС с одной стороны свидетельствует о неэффективном управлении государственным имуществом в предыдущие периоды, с другой – выбор подобного способа реализации права распоряжения имуществом позволит, например, ввести в хозяйственный оборот земельные участки, на которых располагался ОНС.
Доля ОНС, реализованного путем проведения торгов (по стоимости объектов)	$D_{\text{прод р}} = \frac{P_{\text{прод}}}{P_{\text{нзс}}}$ , где $P_{\text{прод}}$ – стоимость ОНС, реализованных путем проведения торгов; $P_{\text{нзс}}$ – стоимость ОНС, находящихся в собственности собственника	
Доля ОНС, внесенного в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества или товарищества (по количеству объектов)	$D_{\text{взноск}} = \frac{K_{\text{взноск}}}{K_{\text{нзс}}}$ , где $K_{\text{взноск}}$ – количество ОНС, внесенных в качестве вклада в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества или товарищества	
Доля ОНС, внесенного в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества или товарищества (по стоимости объектов)	$D_{\text{взноск р}} = \frac{P_{\text{взноск}}}{P_{\text{нзс}}}$ , где $P_{\text{взноск}}$ – стоимость ОНС, внесенных в качестве вклада в уставный (складочный) капитал хозяйственного общества или товарищества	
Доля достроенных ОНС (по количеству объектов)	$D_{\text{достр к}} = \frac{K_{\text{достр}}}{K_{\text{нзс}}}$ , где $K_{\text{достр}}$ – количество достроенных ОНС	
Доля достроенных ОНС (по стоимости объектов)	$D_{\text{достр р}} = \frac{P_{\text{достр}}}{P_{\text{нзс}}}$ , где $P_{\text{достр}}$ – стоимость достроенных ОНС	
Доля переданных в пользу субъектов Российской Федерации ОНС (по количеству объектов)	$D_{\text{перед к}} = \frac{K_{\text{перед}}}{K_{\text{нзс}}}$ , где $K_{\text{перед}}$ – количество переданных в пользу субъектов Российской Федерации ОНС	
Доля переданных в пользу субъектов Российской Федерации ОНС (по стоимости объектов)	$D_{\text{перед р}} = \frac{P_{\text{перед}}}{P_{\text{нзс}}}$ , где $P_{\text{перед}}$ – стоимость переданных в пользу субъектов Российской Федерации ОНС	
Доля ликвидированных ОНС (по количеству объектов)	$D_{\text{лик к}} = \frac{K_{\text{лик}}}{K_{\text{нзс}}}$ , где $K_{\text{лик}}$ – количество ликвидированных ОНС	
Доля ликвидированных ОНС (по стоимости объектов)	$D_{\text{лик р}} = \frac{P_{\text{лик}}}{P_{\text{нзс}}}$ , где $P_{\text{лик}}$ – стоимость ликвидированных ОНС	
Эффективность реализации ОНС	$\varepsilon_{\text{прод}} = \frac{P_{\text{факт}}}{P_{\text{нач}}}$ , где $P_{\text{факт}}$ , $P_{\text{нач}}$ – фактическая и начальная цена контрактов на продажу ОНС	Показатель характеризует эффективность реализации ОНС.

Источник: составлена автором на основе анализа показателей эффективности государственного (муниципального) имущества.

Также нами предлагается внести изменение в организационную характеристику федерального реестра ОНС<sup>1</sup> в части обязательности внесения всех ОНС, что позволит ввести непрерывный контроль.

Минстрой России разработал проект постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении Правил управления жизненным циклом объектов капитального строительства, находящихся в незавершенном строительстве». Согласно проекту будет определен порядок управления жизненным циклом ОНС, который включает: определение статуса объекта (введен в эксплуатацию, заморожен, законсервирован и т.д.); установление ответственности за управление объектом; формирование плана мероприятий по управлению объектом; контроль за выполнением плана мероприятий; оценку эффективности управления объектом. Кроме того, проект предусматривает возможность передачи незавершенного объекта другому застройщику или инвестору, а также возможность изменения статуса объекта при изменении экономической ситуации или законодательства.

В 2023 году Департамент цифрового развития Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации сформировал порядок формирования и ведения информационной модели объекта капитального строительства<sup>2</sup>.

Минэкономразвитие России разработало предложения по совершенствованию законодательства в сфере учета ОНС, которые включают: определение понятия «объект незавершенного строительства» и его классификацию; установление требований к формированию и ведению реестра ОНС; определение порядка признания объектов незавершенными и их учета в реестре; создание механизма контроля за ис-

пользованием объектов незавершенных строительством; разработку мер по стимулированию завершения строительства объектов и ликвидации ОНС; установление ответственности за нарушение требований в области учета ОНС и применение штрафных санкций; развитие механизмов государственного регулирования и поддержки строительства объектов, включая предоставление субсидий и налоговых льгот<sup>3</sup>.

Необходимо отметить, что большинство мероприятий государственных, региональных и местных программ содействия развитию строительства на текущем этапе развития экономики остаются декларативными, идентичными аналогичным программам предыдущих лет; объемы финансирования мероприятий не являются ресурсно или научно обоснованными, а сами программы часто принимаются с опозданием.

#### 4. Обсуждение

Для организации контроля за эффективностью управления государственным имуществом необходимо сформировать методику проведения контрольных мероприятий, включающую общие положения, термины и определения, содержание контрольных мероприятий, оценочную деятельность.

При осуществлении контрольных мероприятий проводится оценка и анализ эффективности имущественного комплекса в соответствии с Концепцией управления государственным имуществом и приватизации в Российской Федерации, а также анализ и оценка целей, установленных государственными программами. Предметом контроля за эффективностью управления государственным имуществом является процесс распоряжения государственным имуществом, находящимся в собственности у объекта контроля. Задачами контроля за эффективностью управления государственным имуществом являются: 1) проверка, анализ и оценка информации о законности, целесообразности, обоснованности и эффективности закрепления государственного имущества за государственными

<sup>1</sup> Постановление Правительства Российской Федерации от 18.07.2022 № 1295 «Об утверждении Положения о порядке формирования и ведения федерального реестра незавершенных объектов капитального строительства, составе включаемых в него сведений и порядке предоставления таких сведений».

<sup>2</sup> Письмо Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации от 27.03.2023 № 16218-НП/14.

<sup>3</sup> b84af9e06bd72d4301d4593aec4dc82d.pdf (ach.gov.ru) (Дата обращения: 12.03.2024).

предприятиями и учреждениями на праве хозяйственного ведения и оперативного управления, передачи государственного имущества в безвозмездное пользование, передачи государственного имущества в возмездное пользование (аренду), использования государственного имущества в качестве вклада в акционерный (уставный) капитал хозяйственных обществ, использования земельных участков, использования ОНС; 2) анализ и оценка информации об эффективности вовлечения государственного имущества в хозяйственный оборот; 3) обобщение результатов; 4) подготовка предложений и рекомендаций по устранению выявленных отклонений, нарушений и недостатков; 5) подготовка предложений и рекомендаций по повышению эффективности имущества; 6) систематизация информации о реализации предложений и рекомендаций; 7) совершенствование системы управления государственным имуществом. В рамках осуществления контроля за эффективностью управления имуществом оценивается деятельность собственника государственного имущества, а также деятельность иных юридических лиц, которым государственное имущество было передано в распоряжение, и (или) пользование, и (или) владение [6; 7].

Контрольные мероприятия осуществляется в форме предварительного контроля, оперативного анализа и последующего контроля, при этом предварительный контроль проводится на этапе принятия решений о передачи имущества государственным предприятиям и учреждениям в хозяйственное ведение и оперативное управление, передачи государственного имущества в безвозмездное пользование, передачи государственного имущества в возмездное пользование (аренду), использовании государственного имущества в качестве вклада в акционерный (уставных) капитал хозяйственных обществ, передачи в пользование земельных участков, реализации или заключении контрактов на достройку ОНС; контрольные мероприятия в форме оперативного анализа и последующего контроля прово-

дятся в части оценки результатов деятельности собственника государственного имущества по вовлечению государственного имущества в хозяйственный оборот, а также оценки целесообразности и эффективности использования государственного имущества юридическими лицами, которым государственное имущество было передано в распоряжение, и (или) владение, и (или) пользование; особенности организации, проведения и оформления реализации результатов контроля за эффективностью управления государственным имуществом регламентированы федеральными стандартами внутреннего государственного финансового контроля. Контрольное мероприятие включает следующие этапы: подготовительный этап; основной этап; заключительный этап. Основной этап контрольного мероприятия в зависимости от характера использования государственного имущества оценивает отдельные показатели в соответствии с утвержденной методикой оценки эффективности управления государственным имуществом. Каждому показателю присваивается балльная оценка. Отдельные показатели объединяются в группы, характеризующие эффективность использования государственного имущества. Каждой из групп присваивается балльная оценка на основании оценок отдельных показателей, включенных в данную группу. Субъекту использования государственного имущества присваивается рейтинг на основании балльных оценок групп эффективности использования государственного имущества. Рассчитывается общая оценка, которую получил субъект использования государственного имущества в зависимости от влияния группы показателей на принятие решения об эффективности использования государственного имущества. Для присвоения оценки берется средняя оценка субъектов использования государственного имущества данного направления. Общая оценка складывается из оценок всех направлений, в которых собственник государственного имущества реализует право распоряжения государственным имуществом. Оценивание отдельных показателей, групп показателей,

направлений управления государственным имуществом должно осуществляться с учетом характера деятельности и отраслевых особенностей деятельности субъектов управления и использования государственного имущества. Результатом основного этапа является подготовка акта о результатах контрольного мероприятия. При подведении итогов контрольного мероприятия обобщаются результаты, подготавливается отчет, устанавливаются причины выявленных отклонений, нарушений и недостатков. В случае формирования выводов о неэффективном управлении государственным имуществом подготавливаются предложения и рекомендации по повышению эффективности управления имуществом, в том числе по вовлечению государственного имущества в хозяйственный оборот и по включению государственного имущества в прогнозный план приватизации.

### 5. Заключение

Результатом исследования является рассмотрение и обобщение анализа экспертно-аналитической деятельности органов государственного финансового контроля в части эффективности использования государственного имущества. Осуществлен анализ в отношении целей и результатов контроля за ОНС. Определены наиболее распространенные нарушения при незавершенном строительстве объектов. Сформулированы предложения и рекомендации по совершенствованию организации государственного финансового контроля за эффективностью управления и использования государственного имущества. Предложена система показателей, способная оценить эффективность управления ОНС. Разработан регламентирующий алгоритм проведения контроля за эффективностью управления государственным имуществом в целях повышения качества государственного финансового контроля.

### СПИСОК

#### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Fedchenko E.A., Nikiforov A.V., Gusarova L.V., Tsareva L.M., Maximov A.A. Assessing the effective use of state property:

accounting and analytical support and analysis methodology. *International Journal of Financial Studies*. 2023;11;3:84. DOI: 10.3390/ijfs11030084.

2. Fedchenko E.A., Gusarova L.V., Vasyunina M.L., Lozhechko A.S., Lysenko A.A. The mechanism of budget management as an element of risk control in regulatory authorities. *Risks*. 2022;10(9):177. DOI: 10.3390/risks10090177.

3. Башкирова Е.А., Калинина Е.П. Особенности проведения судебной строительно-технической экспертизы объекта незавершенного строительства. *Традиции и инновации в строительстве и архитектуре. Строительство*. 2019:592-597. EDN WYZXHF.

4. Брюханов Ю.М. Ценностный подход к управлению снижением объемов и количества объектов незавершенного строительства на мезоуровне. *Имущественные отношения в Российской Федерации*. 2021;12(243):8-18. DOI: 10.24412/2072-4098-2021-12-8-18.

5. Доволов И.В., Конюхова А.А. Повышение эффективности экспертизы объектов незавершенного строительства. Инновационные методы проектирования строительных конструкций зданий и сооружений. Курск. Юго-Западный государственный университет. 2020:98-100. EDN GFNFVT.

6. Корона О.А. Методика оценки объектов незавершенного строительства, оценка рисков. *Имущественные отношения в Российской Федерации*. 2021;12(243):37-41. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-obektov-nezavershennogo-stroitelstva-otsenka-riskov> (Дата обращения: 11.03.2024).

7. Туймешева С.А. Оценка объектов незавершенного строительства. *Трибуна ученого*. 2020;6:573-583. URL: [https://tribune-scientists.ru/media/p\\_articles/Туймешева.pdf](https://tribune-scientists.ru/media/p_articles/Туймешева.pdf) (Дата обращения: 11.03.2024).

Об авторах:

**Федченко Елена Алексеевна**, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры финансового контроля и казначейского дела Финансового университета



при Правительстве РФ, г. Москва, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-4844-0991>, ScopusID – 57205364015, AuthorID – 664789.

E-mail: [Eafedchenko@fa.ru](mailto:Eafedchenko@fa.ru).

## REFERENCES

1. E.A. Fedchenko, A.V. Nikiforov, L.V. Gusarova, L.M. Tsareva, A.A. Maximov. Assessing the effective use of state property: accounting and analytical support and analysis methodology. *International Journal of Financial Studies*. 2023;11;3:84. DOI: 10.3390/ijfs11030084.

2. E.A. Fedchenko, L.V. Gusarova, M.L. Vasyunina, A.S. Lozhechko, A.A. Lysenko. The mechanism of budget management as an element of risk control in regulatory authorities. *Risks*. 2022;10(9):177. DOI: 10.3390/risks10090177.

3. E.A. Bashkirova, E.P. Kalinina. Features of conducting judicial construction-technical expertise of unfinished construction objects. *Traditions and Innovations in Construction and Architecture*. 2019:592-597. EDN WYZXHF.

4. Y.M. Bryukhanov. The value-based approach to managing the reduction of volumes and the number of unfinished construction projects at the meso-level. *Property Relations in the Russian Federation*.

2021;12(243):8-18. DOI: 10.24412/2072-4098-2021-12-8-18.

5. I.V. Dovolov, A.A. Konyukhova. Improving the efficiency of expertise on unfinished construction objects. *Innovative Methods of Designing Construction Structures of Buildings and Structures*. Kursk. South-West State University. 2020:98-100. EDN GFNFVT.

6. O.A. Korona. Methodology for the assessment of unfinished construction objects, risk assessment. *Property Relations in the Russian Federation*. 2021;12(243):37-41. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-obektov-nezavershennogo-s-troitelstva-otsenka-riskov> (Accessed: 11.03.2024).

7. S.A. Tuimesheva. Assessment of unfinished construction objects. *Tribune of the Scientist*. 2020;6:573-583. Available at: [https://tribune-scientists.ru/media/p\\_articles/Туймешева.pdf](https://tribune-scientists.ru/media/p_articles/Туймешева.pdf) (Accessed: 11.03.2024).

### About the Authors:

**Elena A. Fedchenko**, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the Department of Financial Control and Treasury, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-4844-0991>, ScopusID – 57205364015, AuthorID – 664789.

E-mail: [Eafedchenko@fa.ru](mailto:Eafedchenko@fa.ru).

## Научная статья

[https://doi.org/10.54220/finis.1991-](https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.007)

0525.2024.83.2.007

УДК 338.43

JEL classification: G30, L19, M41

# ПОВЫШЕНИЕ ПРИБЫЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ИСПОЛЬЗУЕМОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

**Никитин М.А.\***

РГЭУ (РИНХ), г. Ростов-на-Дону, Россия

## Аннотация

**Введение.** Задача увеличения прибыльности деятельности актуальна для многих компаний. В статье в качестве путей повышения прибыльности деятельности производителей продуктов питания рассматривается изменение подходов к созданию ценности для партнеров по коммерческой деятельности на основе обновления используемой бизнес-модели.

**Материалы и методы.** При построении бизнес-моделей использовался шаблон А. Остервальдера, потоки создания ценности изображались в виде функциональных блок-схем. Также проведен экспертный опрос и интервьюирование респондентов.

**Результаты исследования.** Обнаружено фокусирование создаваемой производителем ценности на основных оптовых покупателях продукции компаний, которое может быть причиной снижения кратко- и долгосрочной прибыльности при реализации пользующихся спросом продуктов. Выделены основные пути повышения краткосрочной прибыльности деятельности:

- выбор приоритетных оптовых покупателей на основе применения матрицы «Потенциал / Лояльность клиента»;

- перенос точки приложения формируемой ценности на целевые сегменты потребителей на основе изменения используемой бизнес-модели;

- использование KPI, ориентированных на повышение эффективности бизнес-процессов, направленных на достижение целей при работе с выбранными сегментами потребителей;

- разработка и реализация бизнес-стратегии, определяющей выбор наиболее эффективных инструментов продвижения и стимулирования сбыта.

**Обсуждение и заключение.** Автор указывает на роль понятийно-категориального аппарата руководителей компании как основного источника действий, приводящих к получению производителем ограниченных объемов прибыли. Автор говорит о целесообразности проведения бизнес-анализа для оценки количественных параметров ожидаемого повышения прибыльности деятельности компаний при реализации выделенных ими резервов.

*Ключевые слова:* прибыльность, бизнес-цели, поток создания ценности, бизнес-модель, push- и pull-маркетинг, понятийно-категориальный аппарат.

**Для цитирования:** Никитин М.А. Повышение прибыльности деятельности компаний-производителей на основе трансформации используемой бизнес-модели. *Финансовые исследования.* 2024;25(2):74-87. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.007.

## Research Article

# INCREASING PROFITABILITY OF MANUFACTURERS' ACTIVITIES BY BUSINESS MODEL UPDATING

**M.A. Nikitin\***

Rostov State University of Economics (RINH),  
Rostov-on-Don, Russia

## Abstract

**Introduction.** Profitability increasing is an urgent task for many companies. An objective of the paper – discovering factors preventing high profitability level of foodstuff manufacturers achieving. Changing direction of value stream based on business model updating is seen as a real way to higher levels of profitability.

\* Corresponding author.

E-mail address: [vergillius@yandex.ru](mailto:vergillius@yandex.ru) (M.A. Nikitin)

**Materials and methods.** An A. Osterwalder's canvas used for constructing business models, value stream maps were drawn by a block diagram methodology. Experts and respondents interviewing were done.

**Results of the research.** Concentrating value created on main wholesale buyers was discovered. It could entail short- and long-term profitability decreasing when selling products in demand. The following opportunities for short-term profitability were identified:

- setting high priority on wholesale buyers using matrix «Customer potential / Loyalty»;
- transferring focus of value created on consumers target segments based on business model updating;
- using KPI, oriented on increasing effectiveness of business processes, directed on achieving goals set on the target segments of consumers;
- developing and implementing of business strategy indicating the most effective sales promotion tools.

**Discussion and conclusion.** The author emphasizes a role of the management's conceptual and categorical apparatus as a main source of decisions, leading to profitability limitation. The author points on a usefulness of business analysis doing for quantitative parameters of expected profitability increasing assessing when all opportunities using.

*Keywords:* profitability, business goals, value stream, business model, push- and pull-marketing, conceptual and categorical apparatus.

**For citation:** M.A. Nikitin. Increasing Profitability of Manufacturers' Activities by Business Model Updating. *Financial Research*. 2024;25(2):74-87. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.007.

## 1. Введение

Современные специалисты уделяют существенное внимание поиску источников увеличения объема прибыли, получаемой коммерческими компаниями. В одном из исследований [1] указывается на связь уровня прибыльности коммерческой деятельности со структурой образованной менеджментом цепочки создания ценности; руководители крупнейших компаний под-

черкивают важную роль формирования ценности для клиентов и ключевых стейкхолдеров в получении компанией искомой прибыли<sup>1</sup>. В одном из ранее выполненных исследований [2] указывается на целесообразность идентификации реальных источников прибыли внутри отрасли, а также особенностей распределения прибыли между участниками конкретной коммерческой деятельности. Этими авторами [2] разработан подход к идентификации структуры прибыли, генерируемой различными участниками коммерческой деятельности в отрасли, и к разработке соответствующих карт (profit-pool maps). Применяемая в одном из исследований [3] методика позволяет идентифицировать основные источники получаемой компанией прибыли в рамках используемой цепочки создания ценности.

В качестве достаточно информативного подхода к изучению структуры генерируемой компанией ценности можно рассмотреть концепцию потока создания ценности, изучению которой посвящено существенное количество исследований и публикаций методического характера [4; 5; 6]. Смысл предложенного J. Womack, D. Jones и D. Roos в 1990 г. термина «поток создания ценности» [7] трактовался этими авторами как специфика последовательности действий, предпринимаемых организацией для удовлетворения запросов клиента. Подобные виды активности компании могут включать в себя разработку, производство и доставку продукта/услуги клиенту. При этом к формированию потока создания ценности компания-поставщик может подключать различные сторонние организации, работающие в качестве подрядчиков [7, с. 2-3].

Специалистами предложено несколько вариантов параллельно внедренного в научную терминологию определения понятия «карта потока создания ценности». В соответствии с одним из них карта потока создания ценности (Value Stream Map, VSM)

<sup>1</sup> How Global Executives Understand Value Creation Today. Value Reporting Foundation. Integrated Reporting Framework. Association of International Certified Professional Accountant. 2021. URL: [https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/07/PurposeDrivesProfit\\_2021.pdf](https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/07/PurposeDrivesProfit_2021.pdf) (Дата обращения: 01.03.2024).

представляет собой инструмент, позволяющий визуализировать материальные и информационные потоки в процессе формирования ценности продукта [8]. Разработка карт потока создания ценности позволяет идентифицировать как возможные источники потери ресурсов, так и потенциальные механизмы повышения эффективности процесса формирования ценности; при этом специалисты признают, что не все не создающие конкретную ценность элементы могут быть исключены из общего процесса [9]. Группа авторов [10] выделила три следующих основных типа активностей, которые целесообразно идентифицировать при разработке карт потока формирования ценности.

1. Активности, реализация которых не способствует созданию дополнительной ценности, поэтому они должны быть редуцированы либо исключены.

2. Активности, реализация которых не способствует созданию дополнительной ценности, но они не могут быть редуцированы либо исключены.

3. Активности, реализация которых способствует созданию дополнительной ценности.

Отметим, что реализуемые компанией активности можно также оценивать с точки зрения их роли в генерации прибыли. Одним из перспективных инструментов управления потоком создания ценности и объемом получаемой компанией прибыли является система формулирования бизнес-целей; используемые в современной практике управления коммерческой деятельностью подходы к разработке целей могут быть существенным образом улучшены [11].

Целью настоящего исследования послужила идентификация резервов повышения уровня прибыльности деятельности производителей продуктов питания на основе трансформации подходов к созданию ценности для партнеров по коммерческой деятельности в рамках обновления используемой бизнес-модели.

## **2. Материалы и методы**

В одном из исследований<sup>1</sup> подчеркивается роль специфики используемых ме-

неджментом бизнес-моделей (БМ) в формировании ценности для партнеров на рынке. Построение БМ на основе применения шаблона А. Остервальдера [12] было использовано для идентификации взаимосвязей, направленных на формирование ценности действий компании – производителя продуктов питания и генерацию получаемой ею прибыли; БМ формировались на основе результатов экспертного опроса (ЭО). Результаты этого же ЭО послужили основой для разработки карт потока создания ценности компанией – производителем продуктов питания, а также для выделения ее компонентов, потенциально значимых с точки зрения формирования уровня прибыльности деятельности компании (для каждого выделенного экспертами варианта БМ). При описании потока создания ценности использовалась методика формирования функциональных блок-схем [13]. К участию в ЭО в качестве экспертов были привлечены 12 специалистов, имеющих опыт планирования и эксплуатации производственно-сбытовых цепочек длительностью 8–14 лет.

Также была использована методика интервьюирования респондентов (ИР), на основании результатов которого были построены с использованием шаблона А. Остервальдера [12] БМ, применяемые компаниями – производителями продуктов питания при работе на целевых рынках, сформирована используемая на практике карта потока создания ценности и идентифицированы имеющиеся в структуре потока образования ценности резервы повышения прибыльности. В ИР приняли участие 63 респондента, занимающих руководящие должности (генеральный директор, директор по маркетингу, директор по сбыту) в компаниях – производителях продуктов питания и имеющих опыт руководящей работы в данной отрасли 8–14 лет. Результаты ИР обсуждались с экспертами.

## **3. Результаты исследования**

Принявшие участие в ЭО эксперты описали структуру двух основных БМ, ко-

<sup>1</sup> How Global Executives Understand Value Creation Today. Value Reporting Foundation. Integrated Reporting Framework. Association of International

Certified Professional Accountant. 2021. URL: [https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/07/PurposeDrivesProfit\\_2021.pdf](https://www.integratedreporting.org/wp-content/uploads/2021/07/PurposeDrivesProfit_2021.pdf) (Дата обращения: 01.03.2024).

которые целесообразно применять при организации сбыта продуктов питания:

- БМ-1, основанную на использовании принципов pull-маркетинга и ориентированную на сбыт пользующихся спросом продуктов;

- БМ-2, основанную на использовании принципов push-маркетинга и ориентированную на сбыт продуктов, спрос на которые пока не сформирован.

Основные элементы структуры этих БМ представлены в таблице 1.

*Таблица 1. Компоненты БМ, которые могут быть использованы производителями продуктов питания*

*Table 1. Business model components available for regulating by foodstuff manufacturer*

БМ-1 (pull-маркетинг)	Компоненты БМ	БМ-2 (push-маркетинг)
Привлекательные с точки зрения достижения бизнес-целей сегменты потребителей	<i>Целевые группы клиентов</i>	Наиболее перспективные оптовые компании, которые могут обеспечить поступление продукции компании в розничную продажу
Идентификация не реализованных конкурирующими компаниями ожиданий целевой группы потребителей, а также других участников рынка. Реализация соответствующих стратегий	<i>Технологии работы с клиентами</i>	Идентификация нереализованных конкурентами потребностей наиболее перспективных оптовых компаний. Реализация соответствующих стратегий
Реализация ожиданий целевого рынка	<i>Ценностное предложение</i>	Реализация ожиданий оптовых партнеров
Анализ рынка, выбор и реализация стратегий работы с целевой группой потребителей и другими группами участников рынка	<i>Ключевые процессы</i>	Анализ потребностей основных оптовых партнеров, разработка прогнозов спроса со стороны оптовых партнеров, совершенствование системы доставки продукции
Оптовые и розничные компании, способные поставить целевым сегментам потребителей объемы продукции компании, обеспечивающие достижение ее бизнес-целей	<i>Ключевые партнеры</i>	Основные оптовые покупатели продукции компании
Доходы, получаемые при реализации продукции оптовым покупателям	<i>Структура доходов</i>	Доходы, получаемые при реализации продукции оптовым покупателям
Себестоимость производимой продукции, коммерческие и управленческие расходы, связанные с доставкой, продвижением продукции и стимулированием ее сбыта	<i>Структура затрат</i>	Себестоимость производимой продукции, коммерческие и управленческие расходы, связанные с доставкой, продвижением продукции и стимулированием ее сбыта

Источник: составлена автором.

Разработанные по результатам ЭО основные формы БМ дают представление о подходах к организации сбыта продукции, спрос на которую имеет некие «полярные» характеристики.

На следующем этапе исследования были выделены аспекты процесса потока

создания ценности, которые могут иметь потенциальное влияние на генерацию получаемой компанией-производителем прибыли (в рамках использования той или иной формы БМ). В соответствии с предложением принявших участие в ЭО экспертов при анализе изучаемого потока об-

разования ценности целесообразно выделить следующие аспекты.

1. Компоненты потока (этапы процесса) создания ценности.

2. Главный бенефициар, на которого направлен поток создаваемой компанией-производителем ценности.

3. Основные инструменты формирования ценности компанией-производителем.

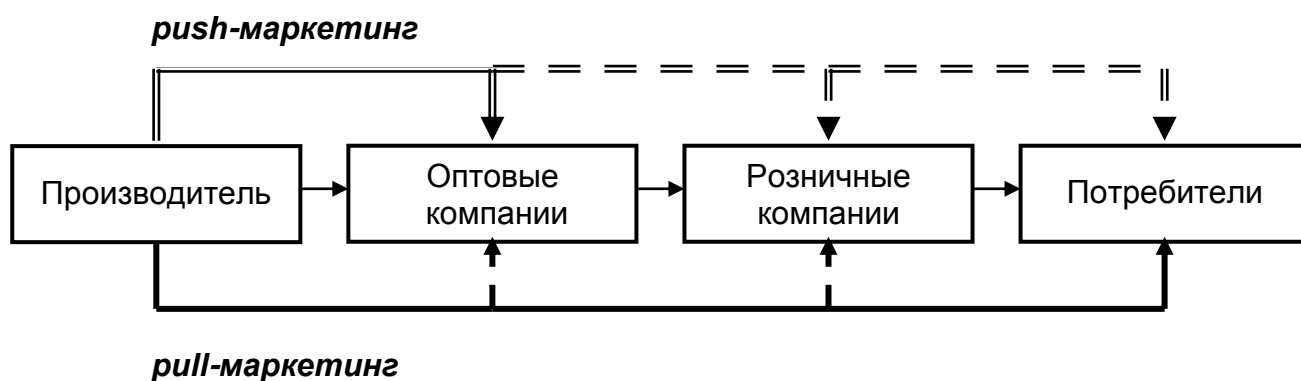
4. Источники принятия решений о выборе главного бенефициара и о распределении между группами участников целевого рынка направленных на создание ценности усилий компании-производителя.

5. Источники принятия решений о выборе инструментов создания ценности на каждом этапе процесса (потока).

6. Резервы повышения прибыльности в используемых вариантах потока создания ценности.

7. Анализ активностей компании в пределах потока создания ценности, которые могут быть трансформированы либо исключены с целью повышения уровня прибыльности.

Принявшие участие в ЭО эксперты выделили основные различия основанных на push-маркетинге и pull-маркетинге подходов к организации деятельности компании на рынке (рис. 1): push-маркетинг предполагает ориентацию основной формируемой ценности на оптовые компании, pull-маркетинг – на целевые сегменты потребителей.



*Рис. 1. Распределение направленных на формирование ценности ресурсов компании-производителя при использовании push- и pull-маркетинга*

*Fig. 1. Distribution of manufacturers' resources oriented on value creating when using push- and pull-marketing*

Источник: разработан автором.

На рисунке 1 сплошными линиями показаны основные направления усилий компании-производителя, нацеленные на создание ценности для наиболее важных партнеров по коммерческой деятельности (при использовании push- или pull-маркетинга), пунктирными линиями обозначены направления менее значимых усилий компании-производителя, ориентированных на других участников коммерческой деятельности; эти приоритеты являются основой выбора руководством компании соответствующих БМ. При реализации БМ, основанной на применении push-маркетинга, главным бенефициаром, на которого направлен поток создаваемой компанией-производителем ценности, являются оптовые компании, а при БМ, реа-

лизирующей форму, опирающуюся на pull-маркетинг, – входящие в целевые сегменты потребители<sup>1</sup>. В качестве основного источника и «пускового фактора» выбора руководством компаний-производителей БМ и последующих действий, приводящих к получению производителем ограниченных объемов прибыли, целесообразно рассмотреть структуру понятийно-категориального аппарата (П-КА) руководителей компании

<sup>1</sup> Поток создания ценности. Картирование: развитой уровень. Методические рекомендации. Приоритетная программа «повышение производительности труда и обеспечение занятости». Применение методов бережливого производства. Москва, 2017. URL: <https://www.bstu.ru/shared/attachments/225002> (Дата обращения: 01.03.2024)

[11]; П-КА определяет видение менеджером основных путей организации коммерческой деятельности и является основой многих его решений и соответствующих действий.

На основе анализа результатов ИР были разработаны представленные в таблицах 2 и 3 структуры карты потока создания ценности в рамках БМ-1 и БМ-2, основанных на применении pull- и push-маркетинга. При проведении ИР были получены следующие результаты.

1. Описанная респондентами структура потока создания ценности соответствует

представленной на рисунке 1 последовательности. Респонденты также отметили, что при использовании обоих подходов производитель отгружает около 85% произведенной продукции оптовым компаниям либо розничным сетям. Принявшие участие в ИР респонденты отметили, что они предпочитают использовать БМ-2, ориентированную на формирование основной ценности для наиболее важных оптовых покупателей производимой компанией продукции (84,13% ответов); применяемый ими подход укладывается в рамки технологий push-маркетинга.

**Таблица 2. Структура карты потока создания ценности в рамках основанной на использовании pull-маркетинга БМ-1**

**Table 2. Structure of value stream map for based on pull-marketing business model 1**

Уровень принятия основных решений / Level of basic decision-making	Выбор оптовых покупателей/ используемые принципы выбора / Selection of wholesalers/ selection principles used	Выбор реализуемых продуктов/ используемые принципы выбора / Choice of products sold/ selection principles used	Ценность для оптовых покупателей / Value to wholesalers	Выбор розничных партнеров используемые принципы выбора / Selection of retail partners selection principles used	Ценность для розничных партнеров / Value for retail partners	Выбор целевого рынка (потребителей)/ используемые принципы выбора / Selection of target market (consumers)/ selection principles used	Ценность для потребителей / Value for consumers
Руководители компании	Оптовые компании с наибольшим закупочным потенциалом, поставляющие продукцию на целевой рынок (через розничных партнеров), выбор производится на основе использования матрицы «Потенциал / Лояльность клиента»	Соответствующие бизнес-стратегии компоненты продуктового портфеля, сформированного с учетом максимизации его прибыльности	Пользующиеся спросом продукты, скидки / гибкий график поставок, оптимальный объем партий своевременно поставляемого товара	Розничные компании с наибольшим закупочным потенциалом, поставляющие продукцию на целевой рынок, выбор производится на основе использования матрицы «Потенциал / Лояльность клиента»	Пользующиеся спросом продукты, акции / рекламные кампании для розницы	Осуществляется на основе анализа привлекательности доступных рынков с учетом конкурентной силы компании на каждом из них	Акции / рекламные кампании, нацеленные на потребителей

Источник: составлена автором.

**Таблица 3. Структура карты потока создания ценности в рамках основанной на использовании push-маркетинга БМ-2**

**Table 3. Structure of value stream map for based on push-marketing business model 2**

Уровень принятия основных решений / Level of basic decision-making	Выбор оптовых покупателей/ используемые принципы выбора / Selection of wholesalers/ selection principles used	Выбор реализуемых продуктов/ используемые принципы выбора / Choice of products sold/ selection principles used	Ценность для оптовых покупателей / Value to wholesalers	Выбор розничных партнеров используемые принципы выбора / Selection of retail partners selection principles used	Ценность для розничных партнеров / Value for retail partners	Выбор целевого рынка (потребителей)/ используемые принципы выбора / Selection of target market (consumers)/ selection principles used	Ценность для потребителей / Value for consumers
Руководители компании	Компании, сделавшие наибольшие объемы закупок за 1-2 предшествующих года	Продукты, имеющие наибольшие объемы реализации в течение предшествующего года или двух лет	Наиболее продаваемые продукты, скидки / гибкий график поставок, оптимальный объем партий поставляемого товара				
Руководители среднего звена				Используются неоднозначные принципы выбора, определенную роль играют объемы ранее сделанных розничными партнерами закупок	Акции / рекламные кампании для розницы	Специфика и границы целевого рынка чаще всего не определены	Акции / рекламные кампании, нацеленные на потребителей

Источник: составлена автором.

4. Решение о выборе главного бенефициара (получателя формируемой производителем ценности) принимается руководством компании. При использовании pull-мар-

кетинга основная ценность направляется на привлекательные с точки зрения достижения бизнес-целей сегменты потребителей. При использовании push-маркетинга направ-



ленные на создание ценности для розничных партнеров и потребителей усилия производителя формируются по некому остаточному принципу (в рамках выделяемых руководством компании бюджетов – таблица 3); при выборе основных оптовых покупателей руководство компании ориентируется на наибольшие объемы закупок (сделанные оптовиками) в течение предшествующего года или двух лет (табл. 3).

2. Соответственно, в этом случае главными бенефициарами, на которых направлен поток создаваемой производителем ценности, являются основные оптовые покупатели продукции компании. При этом определенная (привлекающая клиентов) ценность также формируется для розничных партнеров компании и для потребителей.

3. К основным инструментам формирования ценности компанией-производителем можно отнести ее пользующуюся спросом продукцию, а также отдельные инициативы, направленные на разные группы участников рынка: скидки / гибкий график поставок продукции для оптовиков, акции / рекламные кампании для розницы и акции / рекламные кампании, нацеленные на потребителей. Определенную ценность также несет в себе дробление (в соответствии с предпочтениями покупателя) партий поставляемого товара производителем и оптовыми компаниями.

5. При использовании pull-маркетинга решения о выборе инструментов и объемов создания ценности (в рамках имеющейся бизнес-стратегии) для целевых сегментов потребителей и других групп участников целевого рынка принимаются руководством компании; эти решения являются частью бизнес-стратегии. При использовании большинством респондентов концепции push-маркетинга решения о выборе инструментов и объемов создания ценности для основных оптовых покупателей принимаются руководством компании, решения о выборе инструментов и объемов формирования ценности для розничных партнеров и потребителей принимаются на

уровне руководителей отделов и подразделений компании (табл. 3).

6. Респонденты выделили следующие резервы повышения краткосрочной прибыльности в используемых на практике вариантах потока создания ценности:

а) выбор основного бенефициара – получателя формируемой производителем ценности;

б) изменение подхода к формулированию бизнес-целей – полноценное использование концепции ключевых показателей эффективности (KPI), предусматривающей формулирование KPI, нацеленных на реализацию наиболее важных критических факторов успеха (КФУ) в рамках соответствующих бизнес-процессов компании-производителя; это позволит обоснованно выбирать оптимальные виды ценности, формируемой производителем для своих партнеров по коммерческой деятельности;

в) обоснованный выбор ключевых оптовых покупателей на основе использования матрицы «Потенциал клиента / Лояльность клиента» [14].

7. Выделенные респондентами подлежащие трансформации активности компании перечислены в п. 6 (см. выше), в дополнение к этому респонденты рекомендуют производить более обоснованный выбор компонентов бизнес-стратегии – функциональных стратегий, ориентированных на розничных партнеров и потребителей.

#### **4. Обсуждение**

Целесообразность рассмотрения выделенных экспертами и респондентами нацеленных на розничных партнеров компании-производителя и на целевые сегменты потребителей функциональных стратегий как существенных резервов повышения краткосрочной прибыльности подтверждается результатами ряда исследований, продемонстрировавших различное реагирование объемов продаж на реализацию разных стратегий маркетинга [15]. При этом влияние изменения реализуемых компанией функций на объемы продаж продвигае-

мых ею продуктов может быть описано при помощи различных моделей<sup>1</sup>. То есть изменение объемов продаж может достигаться не только на основе изменения отпускных цен потребительских товаров в целом<sup>2</sup>, прохладительных напитков<sup>3</sup>, бакалейных товаров [16] и не вполне соответствующей стандартам качества продукции [17], но и за счет модификации характеристик рекламных кампаний [18], в частности изменения частоты демонстрация рекламных материалов [19] и уровня расходов на рекламу в целом (в пределах конкретного диапазона затрат).

В общем влияние продолжительности демонстрация рекламных материалов на объемы продаж может быть описано при помощи S-образных кривых [20]. Авторы данного исследования полагают, что уровень адекватности выбора целевой аудитории и степени убедительности рекламных материалов оказывает влияние на угол наклона восходящей части кривой: чем в большей степени рекламный канал ориентирован на конкретную целевую аудиторию и чем в большей степени содержание рекламного сообщения является для нее убедительным, тем больше угол восхождения кривой; формулирование находящихся под контролем руководства компании бизнес-целей в этой области должно повысить уровень управляемости

<sup>1</sup> Brezger S. Monotonic regression based on Bayesian P-splines: an application to estimating price response functions from store-level scanner data Sonderforschungsbereich 386. 2003. P. 331. URL: <http://epub.ub.uni-muenchen.de/> (Дата обращения: 01.03.2024)

<sup>2</sup> Hruschka H. Relevance of Functional Flexibility for Heterogeneous Sales Response Models A Comparison of Parametric and Semiparametric Models. January 2004. P. 394. URL: [https://www.researchgate.net/publication/4983966\\_Relevance\\_of\\_Functional\\_Flexibility\\_for\\_Heterogeneous\\_Sales\\_Response\\_Models\\_-\\_A\\_Comparison\\_of\\_Parametric\\_and\\_Semiparametric\\_Models](https://www.researchgate.net/publication/4983966_Relevance_of_Functional_Flexibility_for_Heterogeneous_Sales_Response_Models_-_A_Comparison_of_Parametric_and_Semiparametric_Models) (Дата обращения: 03.03.2024).

<sup>3</sup> Wechselberger P., Lang S., Steiner W.J. Additive models with random scaling factors: Applications to modeling price response functions // Working Papers in Economics and Statistics. University of Innsbruck. Department of Public Finance. Innsbruck. 2007. P. 27 (Дата обращения: 03.03.2024).

данным процессом и, соответственно, уровень краткосрочной прибыльности.

Обсуждение с экспертами результатов ИР позволило выявить определенные нарушения логики использования подходов к организации сбыта продукции изученными компаниями. По мнению экспертов, результаты ИР (прежде всего, фокусирование усилий компании на основных оптовых покупателях ее продукции) указывают на доминирование в действиях компании подходов, характерных для push-маркетинга [21], который обычно применяется для организации сбыта продукции, спрос на которую пока невелик [22]. При этом коммерческая эффективность push-маркетинга в средне- и долгосрочном периоде вызывает существенные сомнения [21]. Отдельно отметим, что делегирование руководителям подразделений права выбора технологий организации сбыта продукции на уровне розничного звена и потребителей однозначно снижает эффективность данной части коммерческих (и управленческих) расходов. Вероятно, переход к более активному применению pull-маркетинга потребует изменения используемой БМ, что также предполагает обновление подхода к формулированию бизнес-целей.

Подходы к выбору руководством компаний имеющих первый приоритет оптовых покупателей также нуждаются в ревизии, так как они основываются на достигнутых за предшествующие 1-2 года объемах продаж (каждому оптовому партнеру) и не учитывают величину и динамику развития закупочного потенциала других оптовых компаний, деловые отношения с которыми пока не налажены. Выявленные на основе проведенного исследования резервы повышения прибыльности коммерческой деятельности компании-производителя и направленные на реализацию этих резервов действия представлены в таблице 4.

Взаимосвязи основных компонентов процесса формирования компанией-производителем потока создания ценности, которые могут быть трансформированы с целью повышения краткосрочной прибыльности, показаны на рисунке 2.

**Таблица 4. Резервы повышения прибыльности деятельности компаний – производителей продуктов питания**

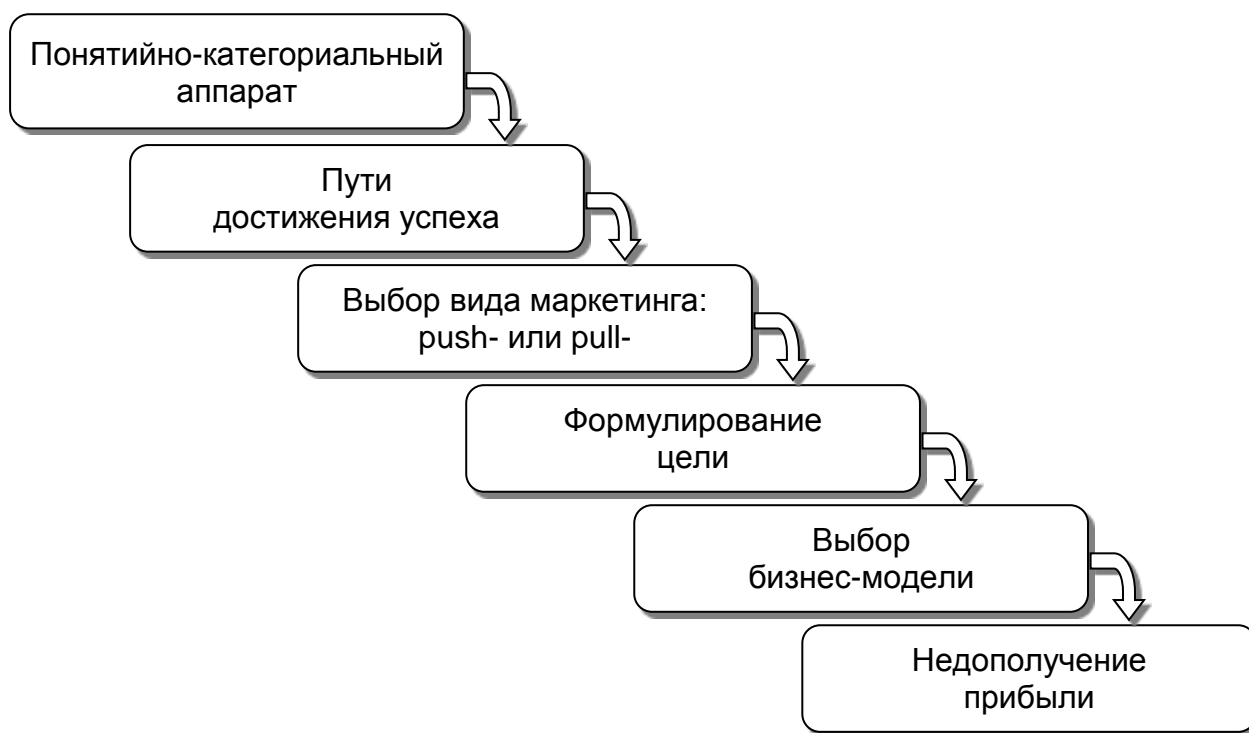
**Table 4. Reserves for increasing the profitability of food manufacturing companies' activities**

Резервы повышения прибыльности / Reserves for increasing profitability	Точки приложения действий / Action points	Направленность изменений / Direction of changes
Подход к организации сбыта	Трансформация используемой маркетинговой концепции	Замена push-маркетинга на pull-маркетинг при организации сбыта пользующихся спросом продуктов
Изменение направления потока ценности	Решения руководства об основных получателях создаваемой компанией ценности	Направление основной ценности на привлекательные с точки зрения достижения бизнес-целей сегменты потребителей
Выбор целевого рынка	Изменение точки производственно-сбытовой цепочки, на которой выбирается целевой рынок	Переход к выбору целевого рынка среди сегментов потребителей
Формулирование целей деятельности компании	Выбор подхода к формулированию целей	Переход к использованию КРІ, ориентированных на КФУ в рамках бизнес-процессов, направленных на достижение целей при работе с выбранными сегментами потребителей
Выбор основных клиентов	Используемая концепция выбора	Переход от использования в качестве основы объемов продаж в течение предшествующего года или двух лет к выбору на основе применения матрицы «Потенциал / Лояльность клиента»
Выбор инструментов стимулирования сбыта и продвижения продукции	Уровень и основы принятия решений	Переход к реализации бизнес-стратегии, определяющей выбор наиболее эффективных инструментов продвижения и стимулирования сбыта с точки зрения побуждения целевых потребителей к покупке продукции, а оптовых и розничных партнеров – к реализации сформированного спроса

Источник: составлена автором.

Автор полагает, что работу, направленную на полноценное использование выявленных им резервов повышения прибыльности деятельности компаний-производителей, целесообразно начинать с анализа и возможной корректировки имеющего отношение к организации работы на рынке П-КА руководителей компаний. Именно состояние П-КА определяет эф-

фективность дальнейших этапов: выбор подходов, обеспечивающих достижение экономического успеха, выбор вида маркетинговой концепции организации сбыта (push- или pull-маркетинга), формулирование целей и выбор БМ, реализация которой приведет к достижению поставленной цели, состоящей в повышении краткосрочной прибыли.



**Рис. 2.** Структура взаимосвязи компонентов процесса формирования компанией-производителем цепочки создания ценности с целью повышения краткосрочной прибыли

**Fig. 2.** Structure of interrelation of components of the process of formation of the value chain by the producing company in order to increase short-term profitability

Источник: составлен автором.

## 5. Заключение

Таким образом, полученные результаты позволили идентифицировать важные резервы повышения прибыльности коммерческой деятельности компании; весьма вероятно, что в качестве первого шага на пути к трансформации организации сбыта продукции, нацеленной на повышение краткосрочной прибыльности, может быть использована корректировка структуры П-КА руководящего состава, задействованного в процессах целеполагания, выбора БМ и формирования потока создания ценности. Более тщательный бизнес-анализ [23] позволит оценить как стоимость трансформации описанных выше элементов организации сбыта продукции [24], так и интенсивность их влияния на объемы получаемой производителями прибыли. Существенный научный и практический интерес представляет дальнейшее изучение роли корректировки П-КА в трансформации различных аспектов деятельности компаний.

## СПИСОК

### ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Abdi A.A. Value Chain Performance and the Profitability of Indegenous Petroleum Marketing Firms in Kenya. Research Project Submitted for Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration, University of Nairobi. 2012. URL: [http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/9143/Abdi\\_Value%20chain%20performance.pdf?sequence=1](http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/9143/Abdi_Value%20chain%20performance.pdf?sequence=1) (Дата обращения: 01.03.2024)
2. Gadiesh O., Gilbert J.L. How to Map Your Industry's Profit Pool. *Harvard Business Review*. From the Magazine (May–June 1998). URL: <https://hbr.org/1998/05/how-to-map-your-industrys-profit-pool>.
3. Uddin T., Roy S.S., Dhar A.R. Financial profitability and value chain analysis of pineapple in Tangail, Bangladesh. *World Food Policy*. 2022;8:126–143. DOI: 10.1002/wfp2.12039.

4. Кузнецова Е.Г., Хайров Р.Р. Процессное моделирование конкурентной стратегии предприятия хлебопекарной промышленности. *Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева*. 2016; 2(2):155-162. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessnoe-modelirovanie-konkurentnoy-strategii-predpriyatiya-hlebopekarnoy-promyshlennosti/viewer> (Дата обращения: 01.03.2024).
5. Кочнева А.А., Селезнева А.В., Казбекова И.Т. Разработка карты потока создания ценности на базе высшего учебного заведения. URL: <https://s.science-education.ru/pdf/2015/1/1536.pdf> (Дата обращения: 01.03.2024).
6. Шпак А.П., Клышников И.Н. Состояние и перспективы инвестиционной деятельности в хлебопекарной промышленности Беларуси. *Весті Нацыянальнай акадэміі навук Беларусі*. Серия аграрных навук. 2005;1:22-27. EDN BOGGNJ
7. Martin K., Osterling M. Value Stream Mapping. How to Visualize Work and Align Leadership for Organizational Transformation. ISBN 978-0-07-182894-9. URL: <https://tkmg.com/wp-content/files/VSM-Ch-1.pdf> (Дата обращения: 01.03.2024).
8. Жумашева Б.К., Акимов С.С. Развитие и применение карт потока создания ценностей. *Вестник ПНИПУ*. Электротехника, информационные технологии, системы управления. 2022;44:118-150. DOI: 10.15593/2224-9397/2022.4.07.
9. Suarez M., Miguel-Davila J.A. & Vasquez F. Supply chain value stream mapping. A new tool of operation management. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 2016;33(4):518-534. DOI: 10.1108/IJQRM-11-2014-0171.
10. Bugvi S.A., Hameed K., M. Jamil F., Irfana A., Murtaza Sh., Qaiser M., Bilal M. Performance Improvement through Value Stream Mapping – A Manufacturing Case Study. *Jurnal Kejuruteraan*. 2021;33(4):1007-1018. URL: [https://doi.org/10.17576/jkukm-2021-33\(4\)-22](https://doi.org/10.17576/jkukm-2021-33(4)-22).
11. Никитин М.А. Бизнес-анализ: фреймовая структура формулирования целей деятельности коммерческой компании на основе КРІ. *Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика*. 2023;3(62):45-62. DOI: 10.34220/2308-8877-2023-11-3-45-62.
12. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора. М. Альпина Паблишер. 2018. 288 с. ISBN 978-5-9614-7075-8 2018.
13. Димитриади Н.А. Управление отделом сбыта: использование маркетинговых технологий. Ростов-на-Дону. Книга. 2006. 156 с. ISBN 5-87257-138-0
14. Димитриади Н.А. Реализация предпринимательского проекта в современной России. Монография. Ростов-на-Дону. РГЭУ (РИНХ). 2009. 195 с. ISBN 978-5-7972-1463-2.
15. Polasek W. Sales Response Functions (SRF) with Stochastic Derivative Constraints. URL: <http://personal.strath.ac.uk/gary.koop/Polasek.pdf> (Дата обращения: 01.03.2024).
16. Matějka F. Rationally Inattentive Seller: Sales and Discrete Pricing. *The Review of Economic Studies*. 2016;83(3):1125–1155. DOI: <https://doi.org/10.1093/restud/rdv049>.
17. Lin T.-Y. Inventory model for items with imperfect quality under announced price increases. *African Journal of Business Management*. 2011;5(12):4715-4730. DOI: 10.5897/AJBM10.492.
18. Dubé J.-P., Hitsch G.J., Manchanda P. An Empirical Model of Advertising Dynamics. *Quantitative Marketing and Economics*. 2005;3:107-144. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11129-005-0334-2> (Дата обращения: 01.03.2024).
19. Лутошкин И.В. Моделирование отдачи от частоты рекламных воздействий. *Прикладная эконометрика*. 2010;3(19):101-111. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-otdachi-ot-chastoty-reklamnyh-vozdeystviy/viewer> (Дата обращения: 01.03.2024).
20. Chiang C., Lin C.-S., Chin S.P. Optimizing time limits for maximum sales response in Internet shopping promotions. *Expert Systems with Applications*. 2011;38(1):520-526. DOI: 10.1016/j.eswa.2010.06.094.
21. Corniani M. Push and Pull Policy in Market-Driven Management. *Symphonya*

*Emerging Issues in Management*. 2008;1. DOI: 10.4468/2008.1.05corniani Source: RePEc.

22. Королев С.А. Комбинирование подходов technology push и market pull как условие успешного инновационного развития организации. *Электронный научный журнал Вектор экономики*. 2018;12. ISSN 2500-3666. URL: <http://vectoreconomy.ru/images/publications/2018/12/innovationmanagement/Korolev.pdf> (Дата обращения: 01.03.2024).

23. Чернышева Ю.Г. Концепция бизнес-анализа для управления бизнесом. Транспорт: наука, образование, производство: труды Международной научно-практической конференции. РГЭУ (РИНХ). Ростов-на-Дону. 26–28 апреля 2023 года. Ростов-на-Дону. 2023;2:379-382. EDN VWFRRN.

24. Макаренко Е.Н., Сутягина А.А. Развитие зарубежных калькуляционных методик: исторический аспект. *Учет и статистика*. 2023;1(69):93-101. DOI: 10.54220/1994-0874.2023.88.28.009. EDN ТКОРУН.

*Об авторах:*

**Никитин Михаил Александрович**, аспирант кафедры бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «РГЭУ (РИНХ)», г. Ростов-на-Дону, Россия.

E-mail: [vergillius@yandex.ru](mailto:vergillius@yandex.ru).

## REFERENCES

1. A.A. Abdi. Value Chain Performance and the Profitability of Indigenous Petroleum Marketing Firms in Kenya. Research Project Submitted for Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration, University of Nairobi. 2012. Available at: [http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/9143/Abdi\\_Value%20chain%20performance.pdf?sequence=1](http://erepository.uonbi.ac.ke/bitstream/handle/11295/9143/Abdi_Value%20chain%20performance.pdf?sequence=1) (Accessed: 01.03.2024).

2. O. Gadiesh, J.L. Gilbert. How to Map Your Industry's Profit Pool. *Harvard Business Review*. From the Magazine (May–June 1998). Available at: <https://hbr.org/1998/05/how-to-map-your-industrys-profit-pool>.

3. T. Uddin, S.S. Roy, A.R. Dhar. Financial profitability and value chain analysis of pineapple in Tangail, Bangladesh.

*World Food Policy*. 2022;8:126-143. DOI: 10.1002/wfp2.12039.

4. E.G. Kuznetsova, R.R. Khairov. Process modeling of the competitive strategy of a bakery industry enterprise. *Bulletin of Volzhsky University Named After V.N. Tatishchev*. 2016;2(2):155-162. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/protsessnoe-modelirovani-e-konkurentnoy-strategii-predpriyatiya-hlebopekarnoy-promyshlennosti/viewer> (Accessed: 01.03.2024).

5. A.A. Kochneva, A.V. Selezneva, I.T. Kazbekova. Developing a value stream map based on a higher education institution. Available at: <https://s.science-education.ru/pdf/2015/1/1536.pdf> (Accessed: 01.03.2024).

6. A.P. Shpak, I.N. Klyshnikova. The state and prospects of investment activity in the bakery industry of Belarus. *Vesnik of the National Academy of Sciences of Belarus. Series Agricultural Sciences*. 2005;1:22-27. EDN BOGGNJ.

7. K. Martin, M. Osterling. Value Stream Mapping. How to Visualize Work and Align Leadership for Organizational Transformation. ISBN 978-0-07-182894-9. Available at: <https://tkmg.com/wp-content/files/VSM-Ch-1.pdf> (Accessed: 01.03.2024).

8. B.K. Zhumasheva, S.S. Akimov. Development and application of value stream maps. *Bulletin of PNIPU. Electrical Engineering, Information Technologies, Control Systems*. 2022;44:118-150. DOI: 10.15593/2224-9397/2022.4.07.

9. M. Suarez, J.A. Miguel-Davila, F. Vasquez. Supply chain value stream mapping: A new tool of operation management. *International Journal of Quality & Reliability Management*. 2016;33(4):518-534. DOI: 10.1108/IJQRM-11-2014-0171.

10. S.A. Bugvi, K. Hameed, F.M. Jamil, A. Irfana, Sh. Murtaza, M. Qaiser, M. Bilal. Performance Improvement through Value Stream Mapping – A Manufacturing Case Study. *Jurnal Kejuruteraan*. 2021;33(4):1007-1018. Available at: [https://doi.org/10.17576/jkukm-2021-33\(4\)-22](https://doi.org/10.17576/jkukm-2021-33(4)-22).

11. M.A. Nikitin. Business Analysis: Frame Structure for Formulating the Goals of a Commercial Company Based on KPIs. *Current Directions of Scientific Research of*

*the XXI Century: Theory and Practice*. 2023;3(62):45-62. DOI: 10.34220/2308-8877-2023-11-3-45-62.

12. A. Osterwalder, Y. Pigneur. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Moscow. Alpina Publisher. 2018. 288 p. ISBN 978-5-9614-7075-8.

13. N.A. Dimitriadi. *Sales Department Management: Using Marketing Technologies*. Rostov-on-Don. Book. 2006. 156 p. ISBN 5-87257-138-0.

14. N.A. Dimitriadi. *Implementation of an Entrepreneurial Project in Modern Russia*. Monograph. Rostov-on-Don. RSUE (RINH). 2009. 195 p. ISBN 978-5-7972-1463-2.

15. W. Polasek. *Sales Response Functions (SRF) with Stochastic Derivative Constraints*. Available at: <http://personal.strath.ac.uk/gary.koop/Polasek.pdf> (Accessed: 01.03.2024).

16. F. Matějka. *Rationally Inattentive Seller: Sales and Discrete Pricing*. *The Review of Economic Studies*. 2016;83(3):1125-1155. DOI: <https://doi.org/10.1093/restud/rdv049>.

17. T.Y. Lin. *Inventory model for items with imperfect quality under announced price increases*. *African Journal of Business Management*. 2011;5(12):4715-4730. DOI: 10.5897/AJBM10.492.

18. J.P. Dubé, G.J. Hitsch, P. Manchanda. *An Empirical Model of Advertising Dynamics*. *Quantitative Marketing and Economics*. 2005;3:107-144. Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11129-005-0334-2> (Accessed: 01.03.2024).

19. I.V. Lutoshkin. *Modeling the Return on Frequency of Advertising Impacts*. *Applied Econometrics*. 2010;3(19):101-111. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirova>

*nie-otdachi-ot-chastoty-reklamnyh-vozdeystviy/viewer* (Accessed: 01.03.2024).

20. C. Chiang, C.S. Lin, S.P. Chin. *Optimizing time limits for maximum sales response in Internet shopping promotions*. *Expert Systems with Applications*. 2011;38(1):520-526. DOI: 10.1016/j.eswa.2010.06.094.

21. M. Corniani. *Push and Pull Policy in Market-Driven Management*. *Symphonya Emerging Issues in Management*. 2008;1. DOI: 10.4468/2008.1.05corniani. Source: RePEc.

22. S.A. Korolev. *Combining Technology Push and Market Pull Approaches as a Condition for Successful Innovation Development of an Organization*. *Electronic Scientific Journal "Economic Vector"*. ISSN 2500-3666. 2018;12. Available at: <http://vectoreconomy.ru/images/publications/2018/12/innovationmanagement/Korolev.pdf> (Accessed: 01.03.2024).

23. Y.G. Chernysheva. *The Concept of Business Analysis for Business Management*. *Transport: Science, Education, Production: proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. RSUE (RINH). Rostov-on-Don. April 26–28, 2023. Rostov-on-Don. 2023;2:379-382. EDN VWFRRN.

24. E.N. Makarenko, A.A. Sutyagina. *Development of Foreign Costing Methods: Historical Aspect*. *Accounting and Statistics*. 2023;1(69):93-101. DOI: 10.54220/1994-0874.2023.88.28.009. EDN TKOPUH.

*About the Authors:*

**Mikhail A. Nikitin**, postgraduate student of the Department of Accounting, RSUE (RINH), Rostov-on-Don, Russia.

*E-mail: vergillius@yandex.ru.*

Научная статья

<https://doi.org/10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.008>

УДК 338.12

JEL classification: L71, G30, F23

КОРПОРАЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ

Гукепшева М.А.\*

Северо-Осетинский государственный  
университет имени К.Л. Хетагурова,  
г. Владикавказ, Россия

Аннотация

**Введение.** В рамках данной статьи основное внимание уделяется анализу роли транснациональных корпораций в международной экономической системе. Транснациональные корпорации – это предприятия, которые не только ведут операции в многочисленных странах, но и имеют интегрированную стратегию управления на глобальном уровне, что отличает их от многонациональных корпораций, чья деятельность характеризуется большей автономией национальных подразделений. Данное исследование ориентировано на проведение анализа сущности и природы терминологического понятия «корпорация», в том числе на выявление степени влияния корпораций на развитие и состояние международной экономической системы.

**Материалы и методы.** Актуальность исследования, проведенного в рамках данной статьи, обусловлена тем, что в настоящее время для развития международной экономической системы характерно углубление глобализационных и интеграционных процессов, в том числе стремление компаний к укрупнению своей деятельности, а также активные темпы роста рынка слияний и поглощений. Все эти факторы указывают на особую роль корпораций в международной экономической

системе. В основу методологии исследования было положено проведение теоретического анализа и анализа информационно-аналитических данных по данной проблематике.

**Результаты исследования.** Современные транснациональные корпорации играют ключевую роль в экономическом развитии и интеграции мирового рынка. Они способствуют распространению инноваций, улучшению управленческих практик и оптимизации производственных цепочек. Тем не менее их деятельность также связана с рядом вызовов, включая вопросы монополизации рынков и социальной ответственности. Последние исследования показывают, что для современного развития международной экономической системы характерно то, что именно корпорации являются ее центральными элементами, которые, в свою очередь, оказывают благоприятное влияние на развитие экономики, формирование конкуренции на мировых рынках, актуализируют развитие экономических отношений между субъектами и т.п.

**Обсуждение и заключение.** Материалы данной статьи могут быть использованы крупными компаниями при составлении и внедрении собственных стратегий, ориентированных на реализацию внешнеэкономической деятельности.

Научная значимость данного исследования состоит в попытке обобщить существующие подходы к определению сущности и природы корпораций, а также выявить их роль и степень влияния на развитие международной экономической системы. Практическая значимость исследования состоит в том, что материалы статьи могут применяться компаниями, реализующими внешнеэкономическую деятельность.

*Ключевые слова:* корпорация, мировая экономика, экономическая система, внешнеэкономическая деятельность.

**Для цитирования:** Гукепшева М.А. Корпорация в международной экономической системе. *Финансовые исследования*. 2024; 25(2):88-96. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.008.

---

\* Corresponding author.

E-mail address: m.otaraeva@mail.ru  
(M.A. Gukepsheva)



## CORPORATION IN THE INTERNATIONAL ECONOMIC SYSTEM

M.A. Gukepsheva\*

North Ossetian State University  
named after K.L. Khetagurov,  
Vladikavkaz, Russia

### Abstract

**Introduction.** In this article, primary focus is given to analyzing the role of transnational corporations within the international economic system. Transnational corporations are enterprises that not only operate in numerous countries but also possess an integrated management strategy at a global level, which distinguishes them from multinational corporations whose activities are characterized by greater autonomy of national subsidiaries. This study is aimed at conducting an analysis of the essence and nature of the terminological concept of "corporation", including identifying the extent of corporations' influence on the development and state of the international economic system.

**Materials and Methods.** The relevance of the research conducted within the framework of this article is due to the fact that currently the development of the international economic system is characterized by deepening globalization and integration processes, including the desire of companies to consolidate their activities, as well as the active growth rates of the mergers and acquisitions market. All these factors point to the special role of corporations in the international economic system. The research methodology was based on the theoretical analysis and analysis of information and analytical data on this issue.

**Results.** Contemporary transnational corporations play a pivotal role in the economic development and integration of the global market. They facilitate the dissemination of innovations, enhance managerial practices, and optimize production chains. However, their activities are also

associated with a range of challenges, including issues related to market monopolization and social responsibility. Recent studies indicate that in the modern development of the international economic system, it is the corporations that serve as its central elements, which in turn have a favorable impact on economic development, the formation of competition in global markets, and the advancement of economic relations among entities.

**Discussion and Conclusion.** The materials of this article can be used by large companies in the preparation and implementation of their own strategies focused on the implementation of foreign economic activity.

The scientific significance of this study consists in an attempt to generalize existing approaches to determining the essence and nature of corporations, as well as to determine their role and degree of influence on the development of the international economic system. The practical significance of the study lies in the fact that the materials of the article can be applied by companies implementing foreign economic activity.

*Keywords:* corporation, world economy, economic system, foreign economic activity.

**For citation:** M.A. Gukepsheva. Corporation in the International Economic System. *Financial Research*. 2024;25(2):88-96. doi:10.54220/finis.1991-0525.2024.83.2.008.

### 1. Введение

Международная экономика в последние годы характеризуется непрерывным ростом глобализации и интернационализации производственной деятельности, формированием международного капитала. В результате в системе хозяйствования появилась новая категория участников – корпорации, выступающие транснациональными интегрированными компаниями. Их особенностью является стремление не только к увеличению прибыльности собственного бизнеса, но и к последовательному переходу от национальной к транснациональной деятельности. Сегодня крупные корпорации выступают основными стимулирующими силами для увеличе-

ния трансграничного движения материальных ресурсов, капитала, трудовых ресурсов и готовой продукции. Как результат, корпорации служат основным элементом дальнейшей интернационализации производственной сферы и драйвером углубления процессов глобализации.

## **2. Материалы и методы**

В данном исследовании применяется комплексный подход, включающий как теоретический анализ, так и изучение информационно-аналитических данных. Исследование основано на анализе научных работ отечественных и зарубежных авторов, занимающихся проблематикой корпораций в контексте международной экономики. В частности, акцент сделан на трудах таких исследователей, как Andrush A., Berry H., Hedlund G., Брейли Р., Майерс С., а также на работах отечественных ученых, в том числе Гукасяна З.О., Магданова П.В., Фролова В.В.

Основа методологии заложена в систематическом обзоре литературы, который позволяет обобщить существующие теории и подходы к изучению данной проблематики, и качественном анализе, использующем методы дедукции для формулирования выводов из теоретического материала. Важную роль играет анализ практических случаев корпоративного управления, демонстрирующих теоретические позиции, а также применение графического метода для визуализации основных концепций и зависимостей через создание схем и диаграмм, что облегчает восприятие информации и демонстрацию ключевых тенденций. Такой подход позволяет всесторонне исследовать динамику и влияние корпораций на международную экономическую систему, обеспечивая теоретическую обоснованность и практическую значимость результатов исследования.

Объектом исследования послужили корпорации в международной экономической системе.

## **3. Результаты исследования**

Упоминание о прообразе первых корпораций наблюдалось еще в XV веке, однако более современную форму они приняли сравнительно недавно. Если рассмотреть историческое развитие данного

термина, то станет заметно, что изначально он рассматривался с трех точек зрения, а именно:

- корпорация определялась как организация, которая была создана группой лиц, имеющих одни интересы и являющихся акционерами и/или учредителями (то есть любое акционерное общество приравнивалось к корпорации);

- корпорация воспринималась как профессиональный союз и/или иное объединение субъектов в отдельное сообщество на основании наличия у них совместных сословных интересов;

- корпорация рассматривалась как синонимичное понятие юридического лица [4].

По мере развития экономических субъектов и мировой экономики в целом значение термина «корпорация» начало постепенно расширяться. Так, характер сущности корпораций начал принимать юридические, организационно-управленческие и экономические черты. Вместе с тем даже в более современных научных трудах данный термин трактуется по-разному (рис. 1), что во многом может быть объяснимо тем, что в каждой стране корпорации обладали своими собственными и уникальными чертами, а в некоторых странах вовсе не было их нормативного закрепления.

К примеру, германские ученые, изучая сущность корпораций, указывали на то, что данное понятие является родовым для конкретной группы юридических лиц, которые входят в состав ее участников [3]. Во Франции данный термин трактовался как образование, которое было создано искусственно и которое может существовать только в юридическом смысле, в свою очередь, в США корпорации определялись как «вид любой организации, обладающей целостностью и единством, и которая может быть участником гражданского оборота» [3].

Что касается России, то на протяжении долгого времени изучаемое понятие вовсе не воспринималось ни отечественными экономистами, ни отечественными юристами, что по итогу привело к тому, что в российской практике почти любая организация (предприятие) приравнивалась к корпорации.



**Рис. 1.** Подходы к определению термина «корпорация» [7]  
**Fig. 1.** Approaches to the definition of the term “corporation” [7]

На наш взгляд, наиболее полное и точное определение термина «корпорация» приведено в работе В.В. Фроловой, в которой говорится, что корпорация – «некое организационное образование, которое имеет сложную структуру и характер, а именно состоит из ряда производственных, организационных и функциональных элементов, которые взаимосвязаны друг с другом единым процессом управления капиталом и производством» [7]. Зарубежные ученые Р. Брейли и С. Майерс выделили следующие уникальные и специфические черты корпорации, которые как раз и отличают ее от иных организационно-экономических объединений:

- собственность отделена от процесса управления;
- корпорация обязательно в своей структуре содержит совет директоров и менеджмент;
- характер ответственности ограничен;
- корпорация юридически самостоятельна по отношению к владельцам;
- коллективный характер собственности [1].

По мере углубления корпораций в мировую экономику стали появляться

международные корпорации, которые фактически представляют из себя масштабные финансово-производственные, научно-технологические и торгово-сервисные объединения, реализующие свою деятельность как на национальном, так и на международном рынке [6]. Подобные объединения имеют большое количество дочерних предприятий как на национальном, так и на зарубежных рынках, что фактически расширяет их характер и влияние, а также обуславливает появление различных видов корпорационных объединений.

Так, в настоящее время был сформирован ряд классификаций корпораций по каждому отдельному признаку (по целям, по масштабности и т.п.), но в рамках данного исследования мы выделим три основных вида корпораций, которые занимают особое место и играют большую роль в международной экономической системе (рис. 2).

Таким образом, термин «корпорация» на своем историческом пути развития претерпел ряд изменений, что подтверждается наличием разносторонних взглядов на его сущность. Тем не менее в современной мировой экономике корпорации занимают

устойчивое место, а также играют особую роль в международной экономической системе. Однако нельзя сказать, что корпорации воспринимаются только с точки зрения их положительного влияния на экономику и рынки, потому как в научных и экспертных кругах до сих пор наблюда-

ется ряд разногласий, а именно считается, что, с одной стороны, корпорации позволяют наращивать производство и улучшать его качество, с другой стороны, они монополизировали тот или иной рынок, что не позволяет успешно развиваться более мелким субъектам.



Рис. 2. Классификация международных корпораций [6]

Fig. 2. Classification of international corporations [6]

#### 4. Обсуждение

Роль и место корпораций в международной экономической системе достаточно значимы и масштабны, что подтверждается следующими статистическими фактами:

- корпорации образуют порядка 80% внешнеторгового оборота;
- доля корпораций в мировой экономике составляет более 25%;
- примерно 2/3 мировой торговли контролируется корпорациями;
- на долю корпораций приходится примерно 4/5 мировых рынков патентов, ноу-хау и лицензий<sup>1</sup>.

Исходя из представленных статистических данных, можно сделать вывод, что главной целью создания и развития корпораций в международной экономической системе выступает то, что они обладают уже доказанной экономической эффективностью в совершенно различных отраслях производства. Так, специалистами отмечается, что объемы торговли корпораций и их филиалов на мировом рынке растут гораздо быстрее, чем показатели мировой торговли в целом [5].

Значимая роль корпораций в международной экономической системе обу-

<sup>1</sup> Transnational corporations. Investment and development – 2022. United Nations. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d3_en.pdf) (Дата обращения: 15.11.2023).

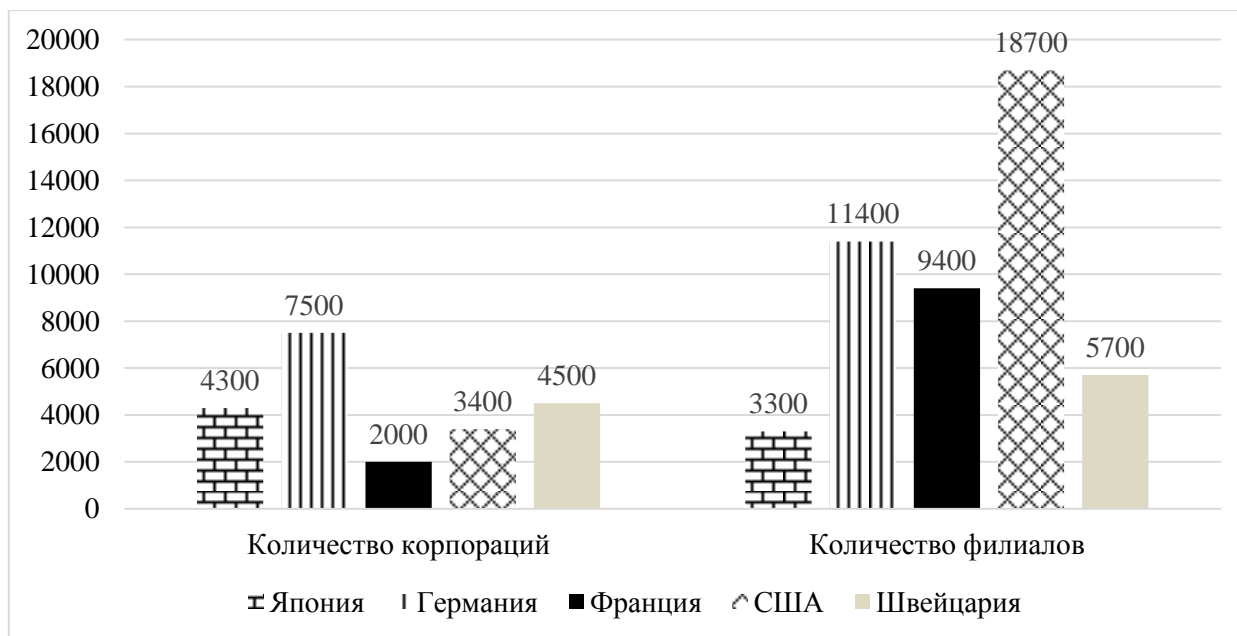
[org/system/files/official-document/diaeia2022d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d3_en.pdf) (Дата обращения: 15.11.2023).

словлена и тем, что именно данные организации и образования позволяют разделять мировой производственный потенциал, в том числе способствуют экономическому росту мировой экономики, а также образуют международный оборот не только капитала, но и технологий, рабочей силы, инноваций и т.п.

На национальном уровне корпорации также имеют большое значение для развития той или иной отрасли. К примеру, во Франции почти половина промышленного производства приходится на корпорации. Так, Ford Motor Company своей транснациональной деятельностью позволяет стране успешно развивать машиностроительную область. Распространение филиалов корпораций на международном рынке способствует росту занятости населения, особенно в тех регионах, в которых рабочих мест недостаточно. Это говорит о том, что наряду с экономическими, промышленными и иными видами выгод страны получают еще и социальные выгоды от реализации деятельности корпораций. При этом для корпораций характерно базиро-

вание их филиалов не столько в стране, где находятся их штаб-квартиры, сколько именно на зарубежных рынках (рис. 3), это еще раз указывает на то, что именно корпорации стремятся к международному обмену и производству.

Экспертами отмечается, что количество филиалов корпораций на международном рынке постоянно растет, а именно, если до 2000-х гг. корпорации создавали и выводили на рынки около 100 филиалов в год, то в последние годы их ежегодный прирост в тысячу раз больше [5]. Стоит выделить и то, что деятельность корпораций на международных рынках неравномерна, то есть данные субъекты при реализации своей деятельности преследуют цель максимизации своей прибыли за счет выхода и установления лидерского положения на обширных рынках и экономических сегментах (отраслях экономики). Это одна из причин, почему в экспертных и научных кругах корпорации рассматриваются не только с точки зрения их положительного влияния на мировую экономику, но и с точки зрения отрицательного.



**Рис. 3.** Количество корпораций и их филиалов в крупных странах мира в 2022 г., тыс. шт.<sup>1</sup>  
**Fig. 3.** Number of corporations and their branches in major countries of the world in 2022, thousand pcs.<sup>1</sup>

Источник: составлен авторами на основании данных United Nations.

<sup>1</sup> Transnational corporations. Investment and development – 2022. United Nations. URL: [https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d3\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/diaeia2022d3_en.pdf) (Дата обращения: 15.11.2023).

Так, считается, что наряду с благоприятными последствиями деятельности корпораций их отрицательными последствиями выступают:

- вытеснение национальных производителей и производств в целом из наиболее ликвидных и перспективных секторов экономики;

- стремление к монополизации и установление на рынках монополистических цен на продукты/услуги;

- отток капитала из принимающей корпорацию страны и т.п.<sup>1</sup>.

Тем не менее в целом можно выделить пять ключевых функций, которые реализуют корпорации в международной экономической системе:

- именно корпорации в большей степени стимулируют и способствуют постоянному развитию научно-технического прогресса (производят и обмениваются инновациями, технологическими решениями, совершенствуют процессы производства и т.д.);

- корпорации способствуют усилению процесса глобализации мировой экономики посредством привлечения в международные экономические отношения большого количества стран;

- корпорации оказывают стимулирующее воздействие на секторы производства мировой экономики, в том числе способствуют росту занятости населения;

- корпорации позволяют формировать конкурентную среду на мировом рынке;

- корпорации наделены функцией координации и контроля экономических сетей производства: распределения и потребления ресурсов, товаров, услуг и т.д.

Наряду с перечисленными функциями, которые выполняют корпорации в международной экономической системе, они еще являются и более устойчивыми, а также адаптивными к кризисным ситуациями и наступлению рискованных событий. Их устойчивость и адаптивность к кризису в

первую очередь объясняется тем, что в корпорации, как правило, сосредоточено большое количество резервов и ресурсов как материального, так и нематериального характера. Соответственно, в период давления на экономическую систему кризисных и рискованных ситуаций корпорации отчасти способны снизить их негативные последствия посредством реализации стимулирующей функции.

## 5. Заключение

Данное исследование подробно изучило влияние транснациональных корпораций на мировую экономическую систему, выделив их критическую роль как катализаторов экономического роста и интеграции. Эти корпорации не только являются двигателями инноваций и технологического прогресса, но и играют ключевую роль в формировании глобальных производственных и торговых сетей, что способствует углублению международной экономической интеграции.

Транснациональные корпорации значительно влияют на структуру мирового валового продукта, участвуя в создании международных экономических отношений, которые охватывают различные страны и регионы. Их деятельность способствует распространению передовых управленческих практик и инновационных технологий, однако также порождает ряд вызовов, включая вопросы монополизации рынков, воздействие на окружающую среду и социальные аспекты, такие как трудовое право и условия труда.

При этом значительная экономическая мощь и политическое влияние, которыми обладают крупнейшие транснациональные корпорации, требуют усиленного внимания со стороны международного сообщества и национальных правительств. Необходимо разрабатывать и внедрять регуляторные механизмы, которые могли бы обеспечивать баланс между экономическими интересами ТНК и защитой интересов местных сообществ и окружающей среды. Также важно принимать в расчет потенциальные риски для экономической стабильности, вызванные концентрацией экономической мощи в руках небольшого числа международных корпораций.

<sup>1</sup> Плюсы и минусы ТНК в мировой экономике. URL: <https://plusminus.ru/plyusy-i-minusy-tnk-v-mirovoj-ekonomiki/?ysclid=lpb1ijsnoz903541675> (Дата обращения: 15.11.2023).

Будущие исследования должны сосредоточиться на разработке механизмов, которые помогут сбалансировать экономические выгоды от деятельности ТНК с необходимостью поддержания конкурентоспособности малых и средних предприятий, а также на изучении способов минимизации отрицательных социальных и экологических последствий их деятельности. Понимание и управление сложными взаимосвязями между глобализацией и ролью транснациональных корпораций в современной экономике будет ключевым для обеспечения устойчивого и справедливого экономического развития в будущем.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Пер. с англ. Н. Барышниковой. М. ЗАО «Олимп-Бизнес». 2018:29. URL: <https://vavtcaseclub.net/house.ru/static/doc/0000/0000/0199/199143.0v1e13kss3.pdf> (Дата обращения: 15.11.2023).
2. Гапликова Д.С. Понятие «корпорация» в зарубежной и российской теории и практике. *Молодой ученый*. 2016; 15(119):286-288. URL: <https://moluch.ru/archive/119/33046/> (Дата обращения: 15.11.2023).
3. Гукасян З.О. Теоретические подходы к исследованию сущности корпораций. 2013;1:41-46. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-issledovaniyu-suschnosti-korporatsiy-v-rossii/viewer> (Дата обращения: 20.12.2023).
4. Магданов П.В. История возникновения корпораций до начала XX в. *Ars Administrandi*. 2012;3:15-32. URL: <https://www.econbiz.de/Record/история-возникновения-корпораций-до-начала-xx-в-магданов/10011227442> (Дата обращения: 15.11.2023).
5. Морозова Д.С. Эволюция роли и структуры ТНК в современной мировой экономике. *Современные тенденции и инновации в науке и производстве*. Материалы XI Международной научно-практической конференции, Междуреченск, 27–28 апреля 2022 года. Междуреченск. Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. 2022:229.1-229.6. EDN JHQQDB.
6. Тулина Ю.Г., Мохова К.А. Международные корпорации в мировой экономике. *Актуальные проблемы авиации и космонавтики*. 2016;2:906-909. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-korporatsii-v-mirovoy-ekonomike/viewer> (Дата обращения: 15.11.2023).
7. Фролова В.В. Экономическая сущность корпораций и их роль в экономике. *Экономика и бизнес*. 2010;20:1-6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-korporatsiy-i-ih-rol-v-ekonomike-1/viewer> (Дата обращения: 15.11.2023).
8. Andrush A. The Reverse Synergy: Another Way of Thinking. *International Journal of Economic Practices and Theories*. 2012;2(2):301. URL: <https://ideas.repec.org/a/aes/ijeptp/v2y2012i2p68-74.html> (Дата обращения: 15.11.2023).
9. Berry H. The International Configurations of US Multinational Corporations. *Advances in Strategic Management*. University of Pennsylvania. 2016:12. URL: [https://www.researchgate.net/publication/228889920\\_The\\_International\\_Configurations\\_of\\_US\\_Multinational\\_Corporations](https://www.researchgate.net/publication/228889920_The_International_Configurations_of_US_Multinational_Corporations) (Дата обращения: 15.11.2023).
10. Hedlund G. A model of knowledge management and the N-form corporation. *Strategic Management Journal*. 1994;15:73-90. URL: <https://www.jstor.org/stable/2486877> (Дата обращения: 15.11.2023).

Об авторах:

**Гукеншева Мадина Асланбековна**, аспирант кафедры экономики ФГБОУ ВО «СОГУ», г. Владикавказ, Россия, ORCID – <https://orcid.org/0009-0007-8095-833X>.

E-mail: [m.otaraeva@mail.ru](mailto:m.otaraeva@mail.ru).

### REFERENCES

1. R. Brealey, S. Myers. Principles of Corporate Finance / Translated by N. Baryshnikova. Moscow: Olimp-Business. 2018:29. Available at: <https://vavtcaseclub.net/house.ru/static/doc/0000/0000/0199/199143.0v1e13kss3.pdf> (Accessed: 15.11.2023).
2. D.S. Gaplikova D.S. The Concept of “Corporation” in Foreign and Russian Theory and Practice. *Young Scientist*. 2016; 15(119):286-288. Available at: <https://moluch.ru/archive/119/33046/> (Accessed: 15.11.2023).

3. Z.O. Gukasyan. Theoretical Approaches to the Study of the Essence of Corporations. 2013;1:41-46. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-podhody-k-issledovaniyu-suschnosti-korporatsiy-v-rossii/viewer> (Accessed: 20.12.2023).
4. P.V. Magdanov. The History of the Emergence of Corporations up to the Beginning of the 20th Century. *Ars Administrandi*. 2012;3:15-32. Available at: <https://www.econbiz.de/Record/история-возникновения-корпораций-до-начала-xx-в-магданов/10011227442> (Accessed: 15.11.2023).
5. D.S. Morozova. The Evolution of the Role and Structure of TNCs in the Modern World Economy. Proceedings of the XI International Scientific and Practical Conference "Modern Trends and Innovations in Science and Production". 2022 Apr 27-28; Mezhdurechensk, Russia. Mezhdurechensk. Kuzbass State Technical University named after T.F. Gorbachev. 2022:229.1-229.6.
6. Y.G. Tulina, K.A. Mikhova. International Corporations in The World Economy. *Actual Problems of Aviation and Astronautics*. 2016;2:906-909. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnye-korporatsii-v-mirovoy-ekonomike/viewer> (Accessed: 11.11.2023).
7. V.V. Frolova. The Economic Essence of Corporations and Their Role in The Economy. *Economics and Business*. 2010;20:1-6. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-suschnost-korporatsiy-i-ih-rol-v-ekonomike-1/viewer> (Accessed: 15.11.2023).
8. A. Andrush. The Reverse Synergy: Another Way of Thinking. *International Journal of Economic Practices and Theories*. 2012;2(2):301. Available at: <https://ideas.repec.org/a/aes/ijeptp/v2y2012i2p68-74.html> (Accessed: 15.11.2023).
9. H. Berry. The International Configurations of US Multinational Corporations. *Advances in Strategic Management*. University of Pennsylvania. 2016:12. Available at: [https://www.researchgate.net/publication/228889920\\_The\\_International\\_Configurations\\_of\\_US\\_Multinational\\_Corporations](https://www.researchgate.net/publication/228889920_The_International_Configurations_of_US_Multinational_Corporations) (Accessed: 15.11.2023).
10. G. Hedlund. A Model of Knowledge Management and the N-Form Corporation. *Strategic Management Journal*. 1994;15:73-90. Available at: <https://www.jstor.org/stable/2486877> (Accessed: 15.11.2023).

*About the Authors:*

**Madina A. Gukepsheva**, postgraduate student of the Department of Economics, North Ossetian State University named after K.L. Khetagurov, Vladikavkaz, Russia, ORCID – <https://orcid.org/0009-0007-8095-833X>.

*E-mail: m.otaraeva@mail.ru.*



НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

# ФИНАНСОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Регистрационный номер из реестра зарегистрированных средств массовой информации  
серия ПИ № ФС77-76372 от 02 августа 2019 г.  
Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

**Учредитель**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»

**Адрес редакции журнала**

344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69  
Тел.: (863) 261-38-01  
E-mail: research@inbox.ru

**Адрес издателя**

**Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ)**  
344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152  
Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34. E-mail: ipkrinh@gmail.com

ТОМ 25, № 2 (АПРЕЛЬ – ИЮНЬ), 2024

## НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ И ПРИКЛАДНОЙ ЖУРНАЛ

Редактирование, корректура, верстка и макетирование *Климова В.В.*

Аннотации, ключевые слова и библиографические списки  
(на английском языке) – авторские версии

---

Изд. № 100/4439. Подписано в печать 30.06.2024. Дата выхода в свет 31.07.2024.  
Объем 7,22 уч.-изд. л. Бумага офсетная. Печать цифровая. Формат 60×84/8. Гарнитура Times New Roman.  
Заказ № 156. Тираж 1000 экз. Цена свободная.

---

**Отпечатано**

в ИПК РГЭУ (РИНХ)  
344002, Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69, к. 152.  
Тел. (863) 261-38-02, 261-38-77, 266-42-34. E-mail: ipkrinh@gmail.com