

Научно-практический журнал

ISSN 2079-4665

E-ISSN 2411-796X

Том 13
№ 1 2022
Март



Модернизация Инновации Развитие

Modernization. Innovation. Research

<http://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1>

ISSN 2079-4665
E-ISSN 2411-796X

Модернизация Инновации Развитие

Том 13
№ 1
2022

<http://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1>

ISSN 2079-4665
E-ISSN 2411-796X

Modernization Innovation Research

Vol. 13
No. 1
2022

Научный журнал

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

ООО Издательский Дом «Наука»
109044, Россия, г. Москва, ул. Динамовская, д. 1а, оф. 519

НАУЧНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

Институт народнохозяйственного прогнозирования
Российской Академии Наук (ИНП РАН)
117418, Россия, г. Москва, Нахимовский проспект, д. 47

РЕДАКЦИЯ ЖУРНАЛА

109044, Россия, г. Москва, ул. Динамовская, д. 1а, оф. 519
Телефон: +7 (499) 271-6724

Scholarly journal

FOUNDER AND PUBLISHER

Publishing House "Science"
Office 519, Dinamovskaya str., 1a,
109044, Moscow, Russian Federation

SCIENTIFIC SUPPORT

Institute of Economic Forecasting (IEF RAS)
47, Nakhimovsky prospect, 117418, Moscow,
Russian Federation

EDITORS OFFICE ADDRESS

Office 519, Dinamovskaya str., 1a, 109044, Moscow, Russian Federation
Tel.: +7 (499) 271-6724

e-mail: info@idnayka.ru, idnayka@gmail.com
<http://www.mir-nayka.com>

«МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)»

Научный рецензируемый журнал

Научный журнал «МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)» публикует научные материалы как теоретического, так и эмпирического характера по всем направлениям экономической науки. На страницах журнала рассматриваются проблемы социально-экономического развития России и ее регионов, варианты текущих, среднесрочных и долгосрочных прогнозов народного хозяйства и секторов экономики, вопросы структурно-инвестиционной, социальной и внешнеэкономической политики, экономические стратегии, процессы глобализации, модернизация в отраслях народного хозяйства.

Журнал «МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)» рекомендован **ВАК Минобрнауки России** для публикации научных работ, отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций.

Журнал входит в Российский индекс научного цитирования (**РИНЦ**), включен в ядро РИНЦ и индекс цитирования **RSCI** (Russian Science Citation Index) на платформе Web of Science. Полнотекстовые версии статей, публикуемых в журнале, доступны на сайте Научной электронной библиотеки **eLIBRARY.RU** (<http://elibrary.ru>)

В настоящее время журнал присутствует и индексируется в более чем в 15 российских и международных наукометрических базах данных и специализированных ресурсах.

Журнал является членом Комитета по этике научных публикаций,
Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ),

Международной ассоциации по связям издателей (Publishers International Linking Association, Inc. – PILA)

Журнал придерживается лицензии «**Creative Commons Attribution 4.0 License**».

Все материалы журнала доступны бесплатно для пользователей.



<http://www.mir-nayka.com>

МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)

Журнал издается с января 2010 года

Зарегистрирован в Министерстве Российской Федерации по делам печати,
телерадиовещания и средств массовых коммуникаций
Свидетельство ПИ № ФС77-38695 от 21 января 2010 г.

Свидетельство о перерегистрации ПИ № ФС 77-75692 от 08 мая 2019 г.

Выходит 1 раз в квартал

Подписной индекс в каталоге «Урал-Пресс» 65042

Журнал рекомендован ВАК Минобрнауки России для публикации научных работ,
отражающих основное научное содержание кандидатских и докторских диссертаций

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

ООО Издательский Дом «Наука»

Генеральный директор: С. Ш. Евдокимова

Шеф-редактор: А. А. Гусаренко

Подписано в печать: 28.03.2022.

Дата выхода в свет: 30.03.2022.

Электронная версия журнала:

<http://www.mir-nayka.com>; <http://www.elibrary.ru>

Формат: 70 x 108 1/16. Усл. печ. л. 15,05.

Тираж: 100 экз. Свободная цена.

При цитировании ссылка на журнал «МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)» обязательна.

Полное или частичное воспроизведение в СМИ материалов, опубликованных в журнале,
допускается только с разрешения редакции.

© ООО Издательский дом «Наука», 2022

Знаком информационной продукции не маркируется.

MIR (Modernization. Innovation. Research)

Double-blind peer-reviewed scholarly journal

The journal "MIR (Modernization. Innovation. Research)" publishes both theoretical and empirical Research in all spheres of Economic. The journal deals with the problems of socio-economic development of Russia and its regions, short-, medium- and long-term forecasts of economic development and its sectors, the issues of structural investment, social, financial and foreign policies, economic strategies, the processes of globalization and modernization in the sectors of National economy.

The journal is included in the list of peer-reviewed journals established by the Highest Certification Commission (HCC) of Russian Federation [Vysshaya attestatsionnaya komissiya (VAK) Rossijskoj Federacii].

The journal include in the Russian Science Citation Index (RSCI), in the core of the RSCI, is indexed in the RSCI on the Web of Science platform.

All articles of the journal are publicly available – on the websites of the journal and the Scientific Electronic Library (<http://elibrary.ru>). The journal is included in Russian Index of Scientific Citations (http://elibrary.ru/project_risc.asp).

The journal is present and indexed in more than 15 Russian and International science-based databases and specialized resources.

All materials of the journal "MIR (Modernization. Innovation. Research)" are published by using the license **Creative Commons Attribution 4.0 License**, allowing loading and distributing works on the assumption of indicating the authorship. The works may not be changed in any way or used for commercial interests.



<http://www.mir-nayka.com>

MIR (Modernization. Innovation. Research)

Published since January 2010

Registration Certificate ПИ № ФС77-38695 of January 21, 2010
by the Ministry of Press, Broadcasting and Mass Communications of the Russian Federation

Re-Registration Certificate ПИ № ФС77-75692, May 08, 2019

Publication frequency: quarterly

Subscription index in catalogue "Ural-Press" 65042

The journal is recommended by VAK (the Higher Attestation Commission) of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation to publish scientific works encompassing the basic matters of theses for advanced academic degrees

The journal is indexed and archived in Russian Index of Scientific Citations

Publishing House "Science"

Director General: Svetlana Sh. Evdokimova

Executive Editor: Anna A. Goussarenko

Date of publishing: 28.03.2022.

Signed for printing: 30.03.2022.

Scientific electronic library: <http://www.elibrary.ru>

Online: <http://www.mir-nayka.com>,

<http://www.idnayka.ru>

Sheet size: 70 x 108 1/16. Conventional printed sheets 15.05.

Free price.

This publication may not be reproduced in any form without permission.

© Publishing House Science, 2022

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор

КОМКОВ Николай Иванович, заведующий лабораторией организационно-экономических проблем управления научно-техническим развитием, Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН (ИНП РАН), доктор экономических наук, профессор, Scopus ID: 25655112100, komkov_ni@mail.ru (Москва, Россия)

Зам. главного редактора

ЖУКОВ Евгений Алексеевич, почетный профессор, Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт), доктор экономических наук, evgenii.zhukov@mail.ru (Москва, Россия)

ИВАЩЕНКО Наталия Павловна, заместитель декана экономического факультета, заведующий кафедрой экономики инноваций, МГУ им. Ломоносова, доктор экономических наук, профессор, Scopus ID: 35111334600, nivashenko@mail.ru (Москва, Россия)

Члены редакционной коллегии

АКАЕВ Аскар Акаевич, Иностраннный член РАН (Кыргызстан), главный научный сотрудник, Институт математических исследований сложных систем МГУ им. Ломоносова, доктор технических наук, профессор, Scopus ID: 57125020600, askarakaev@mail.ru (Москва, Россия)

АЛФЕРОВ Валерий Николаевич, доцент департамента управления бизнесом Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, кандидат экономических наук, доцент, expertavn@bk.ru (Москва, Россия)

БАЙТЕНОВА Лаура Маратовна, Университет Нархоз, образовательная программа «Информационные системы и статистика», доктор экономических наук, профессор, Scopus ID: 55428546500, laura.baitenova@narxoz.kz (Алматы, Казахстан)

БУРКАЛЬЦЕВА Диана Дмитриевна, профессор кафедры финансов и кредита, Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, доктор экономических наук, доцент, Scopus ID: 57191192862, di_a@mail.ru (Симферополь, Россия)

БУРУКИНА Ольга Алексеевна, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, старший исследователь Университета Вааса, кандидат филологических наук, доцент, магистр юриспруденции, магистр менеджмента, obur@mail.ru (Москва, Российская Федерация; Вааса, Финляндия)

ВЕУГЕР Ян, профессор блокчейн, ведущий профессор Института блокчейн, Университет прикладных наук Саксион, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5881-5403>, j.veuger@saxion.nl (Энсхеде, Нидерланды)

ДИДЕНКО Николай Иванович, заведующий научно-исследовательской лаборатории «Системная динамика», Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, доктор экономических наук, профессор, Scopus ID: 56105001600, didenko.nikolay@mail.ru (Санкт-Петербург, Российская Федерация)

ДМИТРИЕВСКИЙ Анатолий Николаевич, академик РАН, научный руководитель, Институт проблем нефти и газа РАН (ИПНГ РАН), доктор геолого-минералогических наук, профессор, Scopus ID: 6603259385, A.Dmitrievsky@ipng.ru (Москва, Россия)

ИЗМАЙЛОВА Марина Алексеевна, профессор департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, доктор экономических наук, доцент, Scopus ID: 57189310428, m.a.izmailova@mail.ru (Москва, Россия)

КАТУЛЬСКИЙ Евгений Данилович, главный научный сотрудник ФГБУ «Всероссийский научно-исследовательский институт труда» Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Scopus ID: 57194697861, sh-darina@yandex.ru (Москва, Россия)

КОСИНЬСКИ Эрык, факультет права и управления, кафедра государственного экономического права, Университет имени Адама Мицкевича в Познани, доктор юриспруденции, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2899-5228>, erykk@amu.edu.pl (Познань, Польша)

КУРЮКИН Андрей Николаевич, старший научный сотрудник Центра комплексных социальных исследований Института Социологии, Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, кандидат политических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9572-3070>, kuriukin@inbox.ru (Москва, Россия)

МИДЖЛИ Джеральд, профессор системного мышления, Университет Халла, факультет бизнеса, законодательства и политики, Центр системных исследований, Scopus ID: 8849715000, GRMidgley@hull.ac.uk (Халл, Великобритания)

ПАЛАТКИН Иван Викторович, директор Пензенского казачьего института технологий (филиал) ФГБОУ ВПО «МГУТУ имени К. Г. Разумовского (Первого казачьего университета)», доктор экономических наук, профессор, ivpalatkin@bk.ru (Пенза, Россия)

ПИСАРЕВА Ольга Михайловна, заведующий кафедрой математических методов в экономике и управлении, директор Института информационных систем, Государственный Университет Управления (ГУУ), кандидат экономических наук, доцент, o.m.pisareva@gmail.com (Москва, Россия)

САФИУЛЛИН Азат Рашитович, заведующий кафедрой проектного менеджмента и оценки бизнеса, Казанский (Приволжский) федеральный университет, доктор экономических наук, доцент, Scopus ID: 55982236800, safiullin.ar@gmail.com, azat.safiullin@tatar.ru (Казань, Россия)

СМИРНОВА Ольга Олеговна, эксперт национальной части Делового Совета Шанхайской Организации Сотрудничества (ШОС), доктор экономических наук, доцент, Scopus ID: 56719162500, 7823091@bk.ru (Москва, Россия)

ФЕДОРОВА Ирина Юрьевна, профессор департамента общественных финансов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, Scopus ID: 55968559500, fedorovai1@gmail.com (Москва, Россия)

ЩЕПЕТОВА Светлана Евгеньевна, первый заместитель заведующего кафедрой «Системный анализ в экономике» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, доктор экономических наук, доцент, Scopus ID: 57207470919, SEShchetova@fa.ru (Москва, Россия)

ЭПУРЕ Мануэла, доктор экономических наук, проректор университета Spiru Haret, директор Центра НИР университета Spiru Haret, mepure@yahoo.com (Бухарест, Румыния)

Ответственный секретарь

ГУРОВА Ирина Михайловна, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, кандидат экономических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7361-3543>, i-m-g@yandex.ru (Москва, Россия)

EDITORIAL BOARD

Editor-in-chief

Nikolai I. KOMKOV, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Institute of Economic Forecasting (IEF RAS), ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4109-9433>, Scopus ID: 25655112100, komkov_ni@mail.ru (Moscow, Russian Federation)

Deputy editor-in-chief

Evgenii A. ZHUKOV, Dr.Sci. (Econ.), Moscow International Higher Business School MIRBIS, evgenii.zhukov@mail.ru (Moscow, Russian Federation)

Nataliya P. IVASHCHENKO, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Lomonosov Moscow State University, Scopus ID: 35111334600, nivashenko@mail.ru (Moscow, Russian Federation)

Members of Editorial Board

Askar A. AKAEV, Dr.Sci. (Eng.), Professor, Foreign Member of the Russian Academy of Sciences (Kyrgyzstan), Lomonosov Moscow State University, Scopus ID: 57125020600, askarakaev@mail.ru (Moscow, Russian Federation)

Valerii N. ALFEROV, Cand. Sci. (Econ.), Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Researcher ID: L-4129-2018, expertavn@bk.ru (Moscow, Russian Federation)

Laura M. BAITENOVA, Dr. Sci. (Econ.), Prof., Narxoz University, Head of the educational program "Information systems and statistics", Scopus ID: 55428546500, laura.baitenova@narxoz.kz (Almaty, Kazakhstan)

Diana D. BURKALTSEVA, Dr.Sci. (Econ.), Assoc. Prof., V. I. Vernadsky Crimean Federal University (Simferopol, Russian Federation), Scopus ID: 57191192862, di_a@mail.ru (Simferopol, Russian Federation)

Ol'ga A. BURUKINA, Cand. Sci. (Philology), Assoc. Prof., Russian State University for the Humanities (Moscow, Russian Federation), University of Vaasa (Vaasa, Finland), obur@mail.ru

Jan VEUGER, Professor Blockchain, Leading professor Saxion Blockchain Institute, Saxion University of Applied Sciences, Schools of Finance & Accounting, School of Creative Technology, School of Governance, Law and Urban Development, Hospitality Business School and School of Commerce & Entrepreneurship, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5881-5403>, j.veuger@saxion.nl (Enschede, Netherlands)

Nikolai I. DIDENKO, Dr.Sci. (Econ.), Prof., Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Scopus ID: 56105001600, didenko.nikolay@mail.ru (Saint-Petersburg, Russian Federation)

Anatoly N. DMITRIEVSKY, Academician, Dr.Sci. (G.-M.), Professor, Russian Academy of Sciences Oil and Gas Research Institute, Scopus ID: 6603259385, A.Dmitrievsky@ipng.ru (Moscow, Russian Federation)

Marina A. IZMAILOVA, Dr.Sci. (Econ.), Associate Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Scopus ID: 57189310428, m.a.izmailova@mail.ru (Moscow, Russian Federation)

Evgeniy D. KATUL'SKIY, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Federal State Institution All-Russian scientific-research institute for labour protection and economics under the Ministry for Public Health and Social Development, sh-darina@yandex.ru (Moscow, Russian Federation)

Eryk KOSIŃSKI, Doctor of Law, Chair of Public Economic Law, Faculty of Law and Administration of the Adam Mickiewicz University in Poznan, Poznan University of Technology, erykk@amu.edu.pl (Poznan, Poland)

Andrey N. KURIUKIN, Cand. Sci. (Polit.), Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9572-3070>, kuriukin@inbox.ru (Moscow, Russian Federation)

Gerald MIDGLEY, Professor of Systems Thinking, University of Hull, Faculty of Business, Law and Politics Centre for Systems Studies, Scopus ID: 8849715000, GRMidgley@hull.ac.uk (Hull, UK)

Ivan V. PALATKIN, Dr.Sci. (Econ.), K.G. Razumovsky Moscow State University of technologies and management (the First Cossack University) (Penza branch), ivpalatkin@bk.ru (Penza, Russian Federation)

Olga M. PISAREVA, Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., State University of Management, Scopus ID: 57200260200, o.m.pisareva@gmail.com (Moscow, Russian Federation)

Azat R. SAFIULLIN, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Kazan Federal University, Scopus ID: 55982236800, safiullin.ar@gmail.com, azat.safiullin@tatar.ru (Kazan, Russian Federation)

Olga O. SMIRNOVA, Dr.Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Business Council of the Shanghai Cooperation Organization, Scopus ID: 56719162500, 7823091@bk.ru (Moscow, Russian Federation)

Irina Yu. FEDOROVA, Dr.Sci. (Econ.), Professor, Financial University under the Government of the Russian Federation, Scopus ID: 55968559500, fedorovaiu1@gmail.com (Moscow, Russian Federation)

Svetlana E. SHCHEPETOVA, Dr. Sci. (Econ.), Assoc. Prof., Financial University under the Government of the Russian Federation, Scopus ID: 57207470919, SEShchepetova@fa.ru (Moscow, Russian Federation)

Manuela EPURE, PhD in Marketing, Prof. of Marketing Research, Department of Economic Sciences, Spiru Haret University (USH), mepure@yahoo.com (Bucharest, Romania)

Executive Secretary

Irina M. GUROVA, Cand. Sci. (Econ.), Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7361-3543>, i-m-g@yandex.ru (Moscow, Russian Federation)

СОДЕРЖАНИЕ

МОДЕРНИЗАЦИЯ

Измайлова М. А.

Значимость корпоративной культуры для устойчивости компаний в условиях кризисных явлений 8

Петров Ф. В.

Оценка экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере
на основе непараметрического метода 27

ИННОВАЦИИ

Щербаков Г. А.

Цифровые экосистемы как инструмент достижения конкурентных преимуществ на финансовом рынке:
системный анализ проблемы 42

Курниати, Азварди, Суканто

Экономическая конвергенция на острове Суматра: стохастический подход 60

Кочетков Е. П.

Антикризисная эффективность государственной поддержки бизнеса в условиях пандемии коронавируса:
эмпирический анализ 73

РАЗВИТИЕ

Широченская И. П., Тимохина Г. С., Шишкин А. В., Корягина И. А., Бекетов А. Н.

Систематизация методов противодействия контрафакции товаров премиальных брендов 94

Кожевина О. В., Беляевская-Плотник Л. А.

Формирование моделей «зеленого» предпринимательства на основе сегментации рынка
с учетом принципов ответственного потребления 111

Раудхатул Джанна, Азварди, Саада Сиддик

Влияние финансовых результатов и корпоративного управления на уклонение от уплаты налогов
производственных компаний, зарегистрированных на Индонезийской фондовой бирже в 2015–2019 гг. 126

ЕСТЬ МНЕНИЕ

Беляев М. К.

Экономика России: сырьевая – значит, устойчивая 138

Информация для авторов и читателей (на рус. яз.) 145

Информация для авторов и читателей (на англ. яз.) 146



CONTENTS

MODERNIZATION

Izmailova M. A. The Importance of Corporate Culture for the Sustainability of Companies in the Context of Crisis Phenomena	8
Petrov Ph. V. Assessment of the Economic Security of Russia in the Foreign Economic Sphere on the Basis of the Non-Parametric Method	27

INNOVATION

Shcherbakov G. A. Digital Ecosystems as a Way to Achieve Competitive Advantages in the Financial Market: System Analysis of the Problem	42
Kurniati, Azwardi, Sukanto Economic Convergence in Sumatra Island: Stochastic Approach	60
Kochetkov E. P. Crisis Effectiveness of Government Business Support in the Conditions of the Coronavirus Pandemic: an Empirical Analysis	73

RESEARCH

Shirochenskaya I. P., Timokhina G. S., Shishkin A. V., Koryagina I. A., Beketov A. N. Systematization of Methods to Counteract Counterfeiting of Premium Brands	94
Kozhevina O. V., Belyaevskaya-Plotnik L. A. Formation of Models of «Green» Entrepreneurship Based on Market Segmentation, Taking into Account the Principles of Responsible Consumption	111
Raudhatul Jannah, Azwardi, Sa'adah Siddik Regional The Effect of Financial Performance and Corporate Governance on Tax Avoidance in Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2015–2019	126

HAVE AN OPINION

Belyaev M. K. Economy of Russia – Mining means Sustainability	138
Information for Authors and Readers of the Journal (In Russian)	145
Information for Authors and Readers of the Journal (In English)	146



Научная статья

УДК 330.341

JEL: D23, F63, J53

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.8-26>

Значимость корпоративной культуры для устойчивости компаний в условиях кризисных явлений

Марина Алексеевна Измайлова

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия,
m.a.izmailova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7558-9639>

Аннотация

Цель статьи заключается в исследовании роли корпоративной культуры для сохранения устойчивости компаний в условиях кризисных явлений, с применением анализа методологических подходов к корпоративной культуре как инструменту конкурентного успеха компании.

Методы или методология проведения работы основаны на использовании концепций организационной культуры и устойчивого развития, а также теории модернизации, интегрирующей экономический рост и культуру компаний в рамках единого процесса устойчивого развития. Применена группа научных методов, в числе которых: индуктивно-дедуктивный метод, метод компаративного анализа и ретроспективный метод, метод экспертного анализа, рейтинговой оценки и другие.

Результаты работы. Проведен анализ роли корпоративной культуры в условиях кризисных явлений, вызванных нестабильностью внешней среды. Отмечено, что влияние корпоративной культуры на стабильное развитие компаний может иметь дуальный характер: сильная корпоративная культура обладает стимулирующим влиянием на экономический рост компании, а ее слабость становится препятствием устойчивому развитию. Выполнен анализ методологических подходов к корпоративной культуре, которая рассматривается как инструмент конкурентного успеха и устойчивого развития компании. Раскрыты современные аспекты формирования новых моделей поведения и инструменты их внедрения в корпоративную культуру с целью максимального соответствия компаний условиям крайней нестабильности внешней среды.

Выводы. Феномен корпоративной культуры представляет собой достаточно сложную область исследования – это следует из толкования данного понятия, определения методологии формирования и поиска инструментов ее развития. Но становится очевидным, что рост знаний о корпоративной культуре, продуцированных в академической среде и весьма востребованных руководством компаний, оказал существенное влияние на управленческое мышление и практику менеджмента. Связано это с пониманием высокой роли корпоративной культуры в процессах внутренней интеграции и адаптации компании к внешней среде, в достижении конкурентного успеха и целей стратегического развития, что создает основу устойчивого развития экономической системы.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, модели поведения, кризис, устойчивое развитие

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Измайлова М. А. Значимость корпоративной культуры для устойчивости компаний в условиях кризисных явлений // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 8–26
<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.8-26>

© Измайлова М. А., 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

The Importance of Corporate Culture for the Sustainability of Companies in the Context of Crisis Phenomena

Marina A. Izmailova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia,
m.a.izmailova@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7558-9639>

Abstract

Purpose: the purpose of the article is to study the role of corporate culture in the sustainability of companies in the conditions of crisis phenomena, as well as to analyze methodological approaches to corporate culture as a tool for the competitive success of the company.

Methods: the methodology of the work is based on the use of the concepts of organizational culture and sustainable development, as well as the theory of modernization, integrating economic growth and the culture of companies within a single process of sustainable development. A group of scientific methods has been applied, including: inductive-deductive method, method of comparative analysis and retrospective method, method of expert analysis, rating assessment and others.

Results: the analysis of the role of corporate culture in the conditions of crisis phenomena caused by the instability of the external environment is carried out. It is noted that the influence of corporate culture on the stable development of companies can have a dual character: a strong corporate culture has a stimulating effect on the economic growth of the company, and its weakness becomes an obstacle to sustainable development. The analysis of methodological approaches to corporate culture, which is considered as a tool for competitive success and sustainable development of the company, is carried out. Modern aspects of the formation of new behavioral models and tools for their introduction into corporate culture are revealed in order to maximize the compliance of companies with the conditions of extreme instability of the external environment.

Conclusions and Relevance: the phenomenon of corporate culture is a rather complex area of research – this follows from the interpretation of this concept, the definition of the methodology of formation and the search for tools for its development. But it becomes obvious that the growth of knowledge about corporate culture, produced in the academic environment and highly demanded by the management of companies, has had a significant impact on managerial thinking and management practice. This is due to the understanding of the high role of corporate culture in the processes of internal integration and adaptation of the company to the external environment, in achieving competitive success and strategic development goals, which creates the basis for sustainable development of the economic system.

Keywords: corporate culture, organizational culture, behavioral models, crisis, sustainable development

Conflict of Interest. The Author declares that there is no Conflict of Interest.

For citation: Izmailova M. A. The Importance of Corporate Culture for the Sustainability of Companies in the Context of Crisis Phenomena. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitiie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):8–26. (In Russ.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.8-26>

© Izmailova M. A., 2022

Введение

Все компании мира, которые испытали шоковое состояние под влиянием COVID-19 и продолжают функционировать в условиях непреходящей пандемии, постепенно находили инструменты решения нового комплекса проблем, ведущих к замедлению экономического роста. Разразившийся социально-экономический кризис заставил руководство компаний иначе взглянуть на приоритетные направления своего развития, провести переоценку ценности активов компаний, переосмыслить роль сотрудников в достижении стратегических целей, придать новую значимость сохранению клиентов и деловых партнеров компании. Нахождение

правильных решений по всему спектру актуальных проблем является залогом устойчивого развития самой компании и территории ее присутствия, а с учетом глобального характера компаний – устойчивого развития всего человечества.

Необходимо отметить, что сам факт достижения Целей устойчивого развития, принятых в 2015 году Организацией объединенных наций и закреплённых в документе «Преобразование нашего мира: повестка дня в области устойчивого развития до 2030 года»¹, сегодня ставится под большое сомнение. Связано это с эскалированием геополитической ситуации до состояния ведения Россией вынужденной специальной военной операции и

¹ Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей ООН 25 сентября 2015 года. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ares70d1_ru.pdf

принятия невидимых ранее санкций в отношении России, страны огромного масштаба и высокой интегрированности в мировую экономику, которые по этой причине не могли не отразиться на глобальных компаниях и рынках всего мира.

В этих обстоятельствах, даже несмотря на сложнейшие условия функционирования российского бизнеса, которые требуют пересмотра стратегий развития компаний и оценки падения их рыночной стоимости, переориентации на новые рынки сбыта и построения новых логистических маршрутов, необходим поиск инструментов, адекватных текущей ситуации и обеспечивающих сохранность следования компаний по пути устойчивого развития.

Безусловно, каждая компания пытается найти собственные инструменты устойчивого развития и способы противодействия кризисным факторам, выстроить уникальную архитектуру поведения в условиях нестабильности. Но существует универсальный инструмент, позволяющий компании выдержать все испытания – это ее корпоративная культура.

Корпоративная культура во все времена, а в период турбулентности особенно, является тем «цементирующим» материалом, который связывает бизнес, команду, ее ценности и приоритеты в единое целое. Как известно, кризисные ситуации сопровождаются финансовыми проблемами и утратой компанией своих конкурентных позиций, но самое главное – потерей квалифицированных сотрудников, без которых невозможно преодолеть кризис и возвратиться к устойчивому развитию. Следовательно, важной задачей менеджмента становится формирование лояльности у сотрудников, готовых идти на «жертвы» ради сохранения и процветания компании, а это возможно исключительно там, где выстроена сильная корпоративная культура.

Обзор литературы и исследований

В научных трудах корпоративная культура достаточно часто отождествляется с понятием организационной культуры. Такой подход встречается в работах Т. Питерса и Р. Уотермана [1], Т. Дила и А. Кеннеди [2], Э. Шейна [3]. Именно с научных трудов этих ученых начинается активное увлечение концепцией организационной культуры, берущее свое начало в 1970-1980 годах. Вместе с тем, справедливо отметить, что и ранее, например, в 1960-х годах, в трудах Р. Блейка и Дж. Мутона [4] говорилось о связи культурных характеристик организации с ее деятельностью.

В числе первых оформленных работ, посвященных исследованию организационной культуры, следует назвать труды Т. Дила и А. Кеннеди, вызвавшие немало споров в научных кругах. Ученые отмеча-

ли, что сильные культуры проявляются в организациях, которые добились своего максимального соответствия внешнему окружению благодаря сформированной в них системе общих ценностей, хорошо разработанных поведенческих ритуалов, выраженных культурных взаимосвязей [2].

Достаточно созвучными с идеями Т. Дила и А. Кеннеди являются научные воззрения Т. Питерса и Р. Уотермана, связывающие силу культуры организации с созданием в ней системы неформальных правил, которыми руководствовались сотрудники в своей работе, под влиянием которых формировалась их мотивация и происходило осмысление ценности своего вклада в полученные результаты деятельности [1].

Названные авторы в своих трудах не давали четкого разделения организационной и корпоративной культур, считая данные феномены тождественными: их общая семантика заключается в понимании данных культур как совокупности принятых в организации (корпорации) базовых предположений, лежащих в основе внутренней интеграции и решения проблемы адаптации организации к внешней среде посредством совершенствования управления персоналом.

Данный подход к пониманию организационной культуры достаточно полно раскрывается Э. Шейном, который толкует ее как «...совокупность коллективных базовых правил, изобретенных, открытых или выработанных определенной группой людей по мере того, как она училась решать проблемы, связанные с адаптацией к внешней среде и внутренней интеграцией, и разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться ценными. Следовательно, новых членов группы следует обучать этим правилам, как единственно правильному способу постигать что-либо, думать и чувствовать в ситуациях, связанных с решением подобных проблем» [3]. Такой взгляд на интерпретацию культуры организации раскрывает не только семантику феномена, но и отражает методологический подход к формированию культуры организации через научение ее основам новых сотрудников и принятия ими коллективных базовых правил, выработанных за исторический период функционирования организации. Подобное же понимание культуры можно встретить и в работах Е. Жака, понимавшего под культурой организации «ее привычный и традиционный способ мышления и действия... которому должны обучиться новые сотрудники» [5].

Научные воззрения Э. Шейна, Т. Дила, А. Кеннеди разделяет и российский ученый С.С. Фролов [6] – в его трудах организационная и корпоративная культуры определяются как синонимичные понятия, сущностную основу которых составляют культурные образцы и групповые нормы, сформирова-

рованные в течение исторического периода развития организации и принятые ее сотрудниками как руководство в своей профессиональной деятельности.

Иной подход к интерпретации организационной культуры встречается в научных трудах Ф.И. Шаркова, который дополнил семантический ряд понятиями «корпоративная культура» и «корпорационная культура». Проведенный ученым сравнительный анализ организационной и корпоративной культур позволил ему констатировать, что для последней характерна большая консервативность по отношению к организационной культуре, обладающей динамизмом. В развитие теории Ф.И. Шарков вводит в научный оборот новое понятие «корпорационная культура», смысл которого заключается в своде «правил и приемов, способствующих адаптации компании к внешней среде и ее интеграции в системы социетального уровня» [7].

Несмотря на некоторое различие в приведенных определениях корпоративной культуры, достаточно четко прослеживается общая характеристика: закрепленные в коллективном сознании организации морально-ценностные установки прочно связаны с формируемыми в ней моделями поведения. На данную связь в свое время обратил внимание К. Шольц, говоря, что «... культура представляет собой неявное, невидимое и неформальное сознание организации, которое управляет поведением людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведения» [8].

В условиях глобализации экономических процессов нельзя не обратиться к трудам Г. Хофстеде [9], в которых исследуются национальные культуры и приводится их страновая идентификация, прямым образом определяющая особенности корпоративных культур компаний-резидентов своих стран. Г. Хофстеде понимает под культурой «коллективное программирование мыслей, которое отличает одну группу людей от другой... культура, в этом смысле, включает в себя системы ценностей» [9].

Экономическая роль национальной культуры в целом, и отдельно культура компаний, стала объектом научных интересов Р. Инглхарта и К. Вельцеля [10]. Работы ученых посвящены исследованию эволюции ценностных установок в рамках мировых национальных культур в последние десятилетия XX века, и особое внимание уделяется влиянию культурной динамики на демократические процессы.

Изучение корпоративной культуры не ограничивается исключительно научными исследованиями. Культура компаний все чаще становится объектом

внимания консалтинговых организаций, которые анализируют ее современное толкование, выявляют факторы ее эволюции, определяют ее роль в достижении бизнес-целей и во вкладе в устойчивое развитие на всех уровнях экономической системы. В этой связи обратимся к исследованиям Катценбах Центра PwC, в которых корпоративная культура определяется как «совокупность укоренившихся убеждений, сложившихся привычек, моделей поведения, скрытых эмоций и коллективного восприятия мира, которые мы все привносим в организацию, работая вместе»². В отчетах по результатам проведенных исследований данного Центра утверждается, что культура каждой организации имеет уникальный характер, она может быть источником конкурентного преимущества, но при условии понимания руководством и коллективами компаний потенциала корпоративной культуры и того, каким образом культурные характеристики могут способствовать изменениям или, наоборот, их тормозить, и какие меры следует принимать для распространения тех моделей поведения, которые нацелены на достижение стратегических задач компаний.

Материалы и методы

Исследование основывалось на использовании группы научных методов, в числе которых: индуктивно-дедуктивный метод, метод компаративного анализа и ретроспективный метод, метод экспертного анализа, рейтинговой оценки и другие. Теоретико-методологическую базу исследования составляют научные статьи российских и зарубежных авторов, а информационную основу – аналитические отчеты по результатам исследований корпоративной культуры консалтинговой компании PwC, данные аналитического отчета Comparably с опубликованным списком топ-100 американских компаний с лучшей корпоративной культурой по версии сотрудников, материалы HeadHunter с опубликованным рейтингом работодателей России.

Результаты исследования

Роль корпоративной культуры в устойчивом развитии компаний

Следование глобальному тренду на устойчивое развитие в условиях жестких ограничений, вызванных целой группой факторов, усиливает акцент на конкурентном успехе компаний, обеспечивающем ресурсную состоятельность решения стратегических задач и достижения стратегических целей. Данное обстоятельство смещает вектор современной глобальной конкуренции с маркетинга на человеческий фактор, все чаще заявляемый клю-

²The Katzenbach Center Culture Thumbprint. URL: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=7bL0TA4q6qU&feature=youtu.be>

чевым фактором стратегического успеха компании, и на корпоративную культуру.

Действительно, анализируя существующие инструменты устойчивого развития [11], следует отметить особую значимость корпоративной культуры, которая может играть дуальную роль: с одной стороны, выступать основой устойчивого развития, с другой – стать его препятствием.

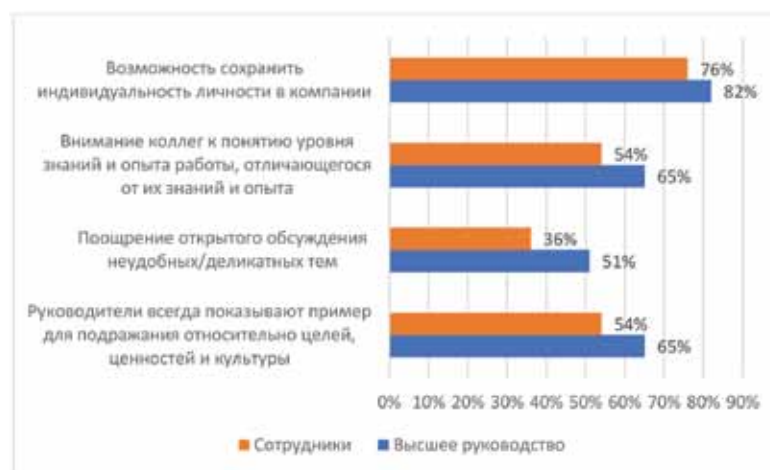
Сегодня менеджмент компаний признает, что корпоративная культура становится активом, требующим осторожного и целенаправленного управления [12]. Данный тезис находит обоснование в результатах, полученных PwS в ходе глобального исследования «Корпоративная культура: пора действовать»³, проведенного в 2021 году путем глобального опроса 3243 руководителей и сотрудников из 42-х стран (доля российских респондентов составила 5,8%).

Можно утверждать, что менеджмент компаний видит в сильной корпоративной культуре союзника, способного существенно улучшить бизнес-результаты:

- мнения более 80% иностранных и российских респондентов из компаний, признавших, что им удалось адаптироваться к пандемии, были едины в утверждении, что корпоративная культура является источником конкурентного преимущества;

- 68% иностранных и 70% российских респондентов утверждают, что в период пандемии именно корпоративная культура стала залогом успеха их компаний;
- 72% иностранных и 68% российских респондентов ответили, что их корпоративная культура дает возможности успешной реализации инициатив по изменениям.

Вместе с тем, анализ понимания топ-менеджментом роли корпоративной культуры в деятельности компаний позволил выявить некоторое противоречие. С одной стороны, обнаружено единство мнений большинства респондентов относительно утверждения об особой важности корпоративной культуры в поддержке развития всех актуальных и приоритетных направлений деятельности компаний, и в первую очередь – подбора и удержания талантов, цифровой трансформации, сотрудничества и совместной работы. С другой стороны, отсутствует единое понимание, что в действительности представляет собой корпоративная культура. В исследовании⁴ подтверждается факт увеличивающегося разрыва между вербализацией руководством компаний представления о корпоративной культуре и тем, какое мнение о ней сформировано у сотрудников (рис. 1).



Составлено автором по материалам: Глобальный опрос 2021 года по теме корпоративной культуры. URL: <https://www.pwc.ru/ru/people-and-organization/global-culture-survey-2021/global-culture-survey-2021-report.pdf>

Рис. 1. Оценка мнений высшего руководства и сотрудников российских компаний о приверженности корпоративной культуре

Compiled by the author based on: The Global Survey of 2021 on the topic of corporate culture. URL: <https://www.pwc.ru/ru/people-and-organization/global-culture-survey-2021/global-culture-survey-2021-report.pdf>

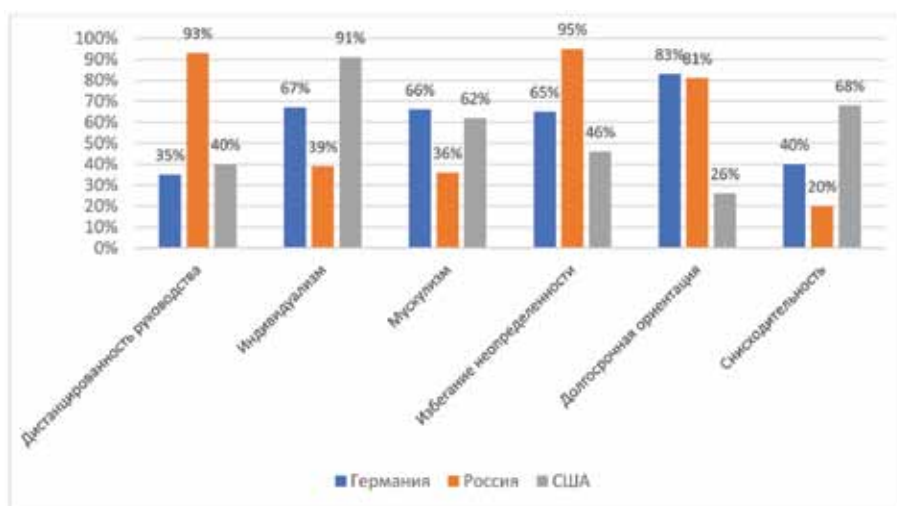
Fig. 1. Assessment of the opinions of the top management and employees of Russian companies on the commitment to corporate culture

³ Корпоративная культура: пора действовать. Глобальный опрос 2021 года по теме корпоративной культуры / PwC в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

⁴ См. там же. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Данные рис. 1 показывают, что максимальный разрыв в оценках высшего руководства и сотрудников наблюдается по вопросу поощрения открытого обсуждения деликатных и неудобных тем. Причину этого следует искать в особенностях российского менталитета и устойчивых нормах поведения, сложившихся в бизнес-среде, которые являются отражением общественных норм в целом. Как показывает

исследование Г. Хофстеде⁵, в российских компаниях дистанцированность верхних уровней управления от младших сотрудников является весьма яркой отличительной чертой (рис. 2), что приводит к большому значению статусности и взаимодействию в модели управления «сверху вниз». Следствием этого как раз и становится отсутствие возможности для сотрудников обсуждать неудобные для руководства темы.



Составлено автором по материалам: Country Comparison.

URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,russia,the-usa/>

Рис. 2. Особенности корпоративных культур в Германии, России и США

Compiled by the author based on: Country Comparison.

URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,russia,the-usa/>

Fig. 2. Features of corporate cultures in Germany, Russia and the USA

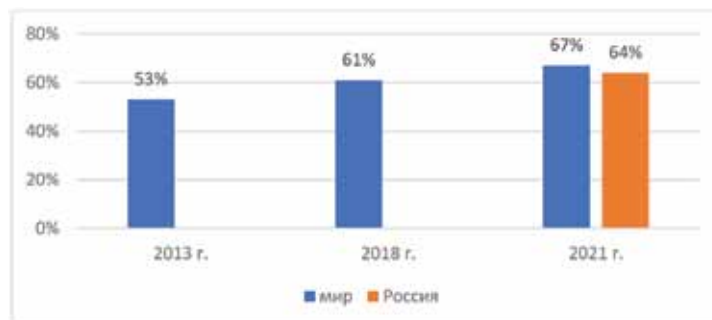
Кроме того, своего рода национальной особенностью менталитета россиян является их заниженная оценка собственных достижений, компетенций и профессионального вклада в результаты деятельности компаний. Проявлением данной особенности можно считать скромность сотрудников в оценке своей значимости для компании, стремление к избеганию риска противостояния с руководством как следствия высказывания и отстаивания своего мнения. Доминирующий характер поведения допускается исключительно для управляющего состава, и важно подчеркнуть, что атмосфера подчинения, как правило, принимается и поддерживается обеими сторонами – и руководством, и персоналом компании. Основываясь на результатах проведенного PwC опроса⁶, работах Г. Хофстеде [9] и его последователей [13], выявивших отличительные национальные черты российской культуры

– дистанцированность и подчинение по иерархии управления, предпочтение коллективизма и склонность к командной работе, – можно утверждать, что у руководства российских компаний существуют реальные возможности по укреплению лидерских качеств, выявлению причин возможной несогласованности в деятельности коллектива, созданию конструктивной среды с преодолением разрыва между восприятием менеджмента и персонала на суть и роль корпоративной культуры в устойчивом развитии компании, принятию эффективных мер по развитию сильных черт своей корпоративной культуры [14].

Изучая позицию руководства компаний относительно важности корпоративной культуры, следует отметить, что ее проблематика все чаще включается в повестку дня (рис. 3).

⁵ Country Comparison / Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/germany,russia,the-usa/>

⁶ Глобальный опрос 2021 года по корпоративной культуре. Взаимосвязь корпоративной культуры и конкурентного преимущества компаний. Мировой и российский обзор. / PwC в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/people-and-organization/global-culture-survey-2021/global-culture-survey-2021-report.pdf>



Составлено автором по материалам: Глобальный опрос 2021 года по теме корпоративной культуры.
URL: <https://www.pwc.ru/people-and-organization/global-culture-survey-2021/global-culture-survey-2021-report.pdf>

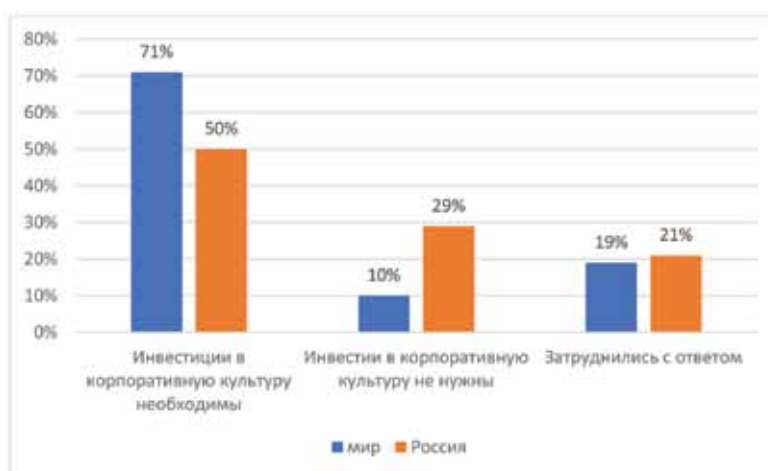
Рис. 3. Включение вопросов корпоративной культуры в повестку дня руководства компаний

Compiled by the author based on: The Global Survey of 2021 on the topic of corporate culture.
URL: <https://www.pwc.ru/people-and-organization/global-culture-survey-2021/global-culture-survey-2021-report.pdf>

Fig. 3. Inclusion of corporate culture issues in the agenda of company management

При этом 66% топ-менеджмента компаний и членов советов директоров придают корпоративной культуре большее значение для получения бизнес-результатов, нежели стратегии или операционной модели. Именно на этом основании существенная

доля опрошенных иностранных (71%) и российских (50%) респондентов полагает, что в корпоративную культуру требуются инвестиции, и сделать это необходимо в ближайшие 3–5 лет (рис. 4).



Составлено автором по материалам: Корпоративная культура: пора действовать.
URL: <https://www.pwc.ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Рис. 4. Важность инвестиций в корпоративную культуру

Compiled by the author based on the materials: Corporate culture: it's time to act.
URL: <https://www.pwc.ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Fig. 4. The importance of investing in corporate culture

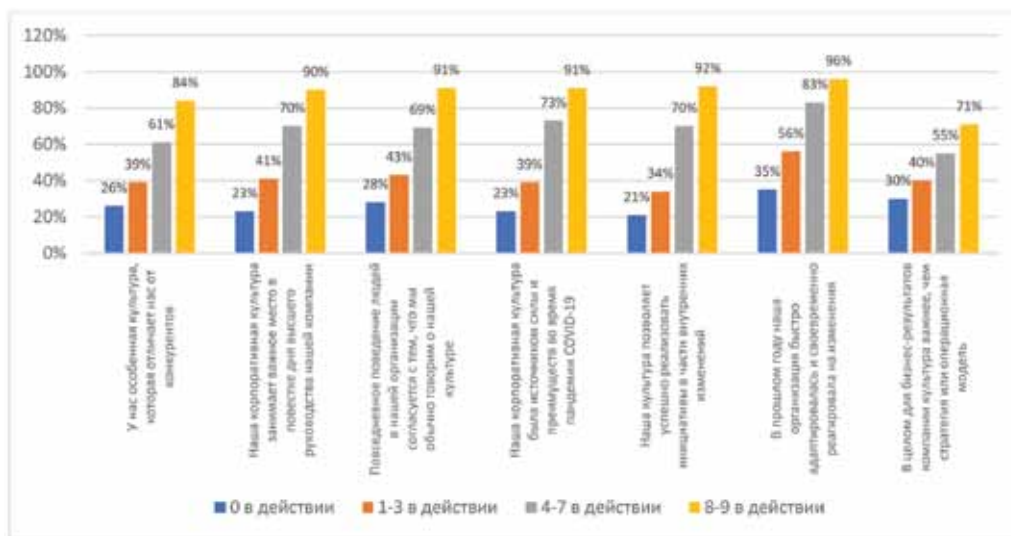
Как мы видим, по вопросам частоты решения вопросов корпоративной культуры, а еще более — по оценке необходимости в нее инвестиций в целях успешного развития компании, российское бизнес-сообщество уступает зарубежному. Вероятно, это связано с тем, что в большей части российских компаний осознание необходимости развития и укрепления своей уникальной корпоративной культуры находится еще на начальном

этапе, а опыт практического применения моделей корпоративной культуры только приобретает.

Исходя из этого, следует изучать лучшие практики компаний, выявлять используемые ими катализаторы укрепления корпоративной культуры и гибко применять их в своих компаниях. Наиболее часто упоминаемыми катализаторами выступают: культурные черты и позитивные примеры

моделей поведения высшего руководства, существенная поддержка сотрудников со стороны высшего руководства, технологии и инструменты проактивного взаимодействия в коллективе, премии, компенсации и вознаграждения за вклад в бизнес-результаты, возможности для личного и профессионального роста сотрудников и проведение соответствующих тренингов, формальная коммуникация, взаимоподдержка сотрудников, вовлечение и вовлеченность сотрудников, коммуни-

кация на основе обратной связи и принятие соответствующих управленческих решений. В опросе, проведенном PwC, выявлено, что с возрастанием числа используемых катализаторов укрепления корпоративной культуры существенно повышается ее способность выступать источником силы и конкурентного преимущества, обеспечивать более быструю адаптацию компании к изменениям (рис. 5, 6). Данные выводы подтвердились в период ковидных ограничений в деятельности компаний.



Составлено автором по материалам: Корпоративная культура: пора действовать.

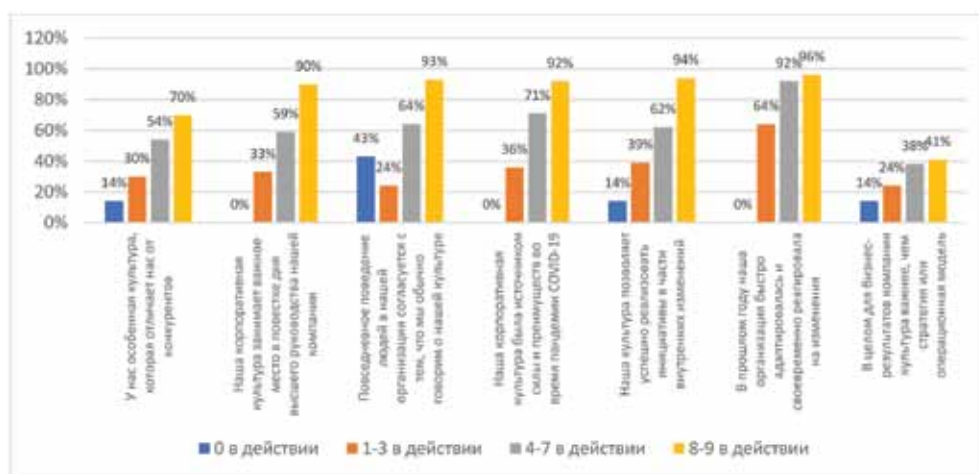
URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Рис. 5. Зависимость силы корпоративной культуры мировых компаний от числа катализаторов

Compiled by the author based on the materials: Corporate culture: it's time to act.

URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Fig. 5. Dependence of the strength of the corporate culture of global companies on the number of catalysts



Составлено автором по материалам: Корпоративная культура: пора действовать.

URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Рис. 6. Зависимость силы корпоративной культуры российских компаний от числа катализаторов

Compiled by the author based on the materials: Corporate culture: it's time to act.

URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Fig. 6. Dependence of the strength of the corporate culture of Russian companies on the number of catalysts

Анализ данных, отраженных на рис. 5 и 6, показывает, что для бизнес-результатов российских компаний существенно менее значима корпоративная культура по сравнению с важностью стратегии или операционной модели. Также следует отметить, что утверждения о создании в компаниях особенной культуры, придающей им конкурентный успех, в ответах российских респондентов отмечены в меньшей степени. В связи с этим представляется обратить особое внимание на методологию использования потенциала корпоративной культуры для наращивания конкурентного преимущества.

Методологические подходы к корпоративной культуре как к инструменту конкурентного успеха и устойчивого развития компании

Практика глобальных компаний, отличительными характеристиками которых являются сформированная за длительную историю своего развития сильная корпоративная культура и прочные конкурентные позиции, подтверждает факт того, что глубокое понимание культуры своей компании и повседневного поведения, которое ее формирует, является эффективным инструментом видения и использования новых возможностей для достижения бизнес-целей, расширения сети деловых партнеров, разделяющих ценности и нормы морали в ведении бизнеса, что существенно увеличивает шансы конкурентного успеха [15].

Своего рода алгоритм использования потенциала корпоративной культуры в качестве конкурентного преимущества компании достаточно прост. Прежде всего, следует начать с диагностики текущего состояния корпоративной культуры и провести анализ того, как в текущей ситуации культура компании способствует или препятствует происходящим в ней изменениям, как она влияет на достижение бизнес-результатов. Следующим шагом должно стать определение, какие культурные характеристики и модели поведения нуждаются в первоочередном усилении и развитии в целях эффективного влияния на достижение целей компании. Первые два этапа дадут представление не только об объектах управления (элементах корпоративной культуры), но и позволят определить, формирование каких новых компетенций необходимо для реализации третьего этапа – проактивного управления культурой компании, на котором запускаются доступные для компании катализаторы корпоративной культуры [16].

Основой данного алгоритма должна стать согласованность триады «стратегия компании – операционная модель – корпоративная культура». При этом руководство компаний зачастую предпочитает фокусироваться на первых двух элементах, считая, что ими гораздо проще управлять [17]. Об этой ошибке менеджмента в свое время предостерегал П. Друкер, отмечая, что «культура съедает стратегию на завтрак»⁷. Суть этого замечания заключается в том, что бизнес-результат в большей степени зависит от того, как персонал будет действовать для достижения поставленных стратегических целей, и в меньшей – от выбранной стратегии и операционной модели. Исследования подтверждают⁸, что компании, имеющие целостную и уникальную корпоративную культуру, удваивают свои шансы продемонстрировать устойчивый рост и увеличить свою прибыль (рис. 7).

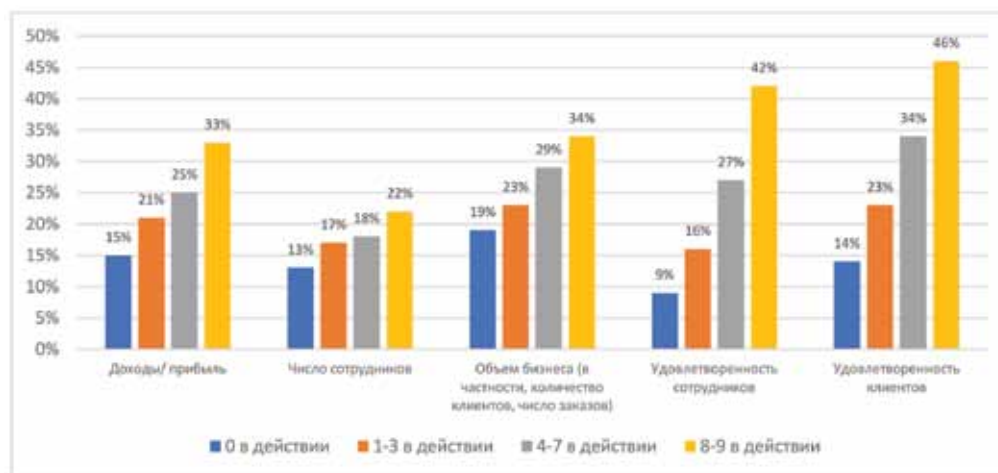
История развития крупнейших компаний не раз демонстрировала негативный исход от несогласованности стратегии и операционной модели с корпоративной культурой. Ярким примером этого является опыт компании Microsoft. В 2014 году, с приходом нового генерального директора Microsoft Сатьи Наделлы⁹ и констатацией им проблем в области корпоративной культуры, было принято решение о стимулировании ее развития: от философии «фиксированного мышления», когда неудачи расценивались как свидетельства личных поражений сотрудников, что заставляло их из-за этого избегать рисков и противодействовать инновациям, компания устремилась к принятию философии «мышления роста». Новая философия стала внедряться по всем направлениям и процессам компании – от найма и обучения новых сотрудников до их продвижения по карьерной лестнице. Следствием укрепления корпоративной культуры стал ощутимый рост курса акций компании Microsoft: с 45 долл. в 2014 году до 185 долл. в 2020 году.

Одним из факторов успеха Microsoft можно считать талант нового генерального директора эффективно оценивать, что способствует и что препятствует росту компании, и определять возможности корпоративной культуры в достижении стратегических целей. Из этого следует непреложное правило – топ-менеджменту необходимо «подняться над ситуацией» и оценить ее одновременно как с позиции стратегии, так и через призму корпоративной культуры компании. При этом каждый руководи-

⁷ Розин М. Культура съедает стратегию на завтрак // HRTimes. 2018. № 33 / Экспресс. URL: <https://www.ecopsy.ru/insights/kultura-sedaet-strategiyu-na-zavtrak/>

⁸ Корпоративная культура: пора действовать. Глобальный опрос 2021 года по теме корпоративной культуры / PwC в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

⁹ Кто такой Сатья Наделла и как он возродил Microsoft / РБК. Тренды. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/61544c2d9a7947086624be6b>



Составлено автором по материалам: Корпоративная культура: пора действовать.

URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Рис. 7. Влияние корпоративной культуры на эффективность компаний

Compiled by the author based on the materials: Corporate culture: it's time to act.

URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/global-culture-survey-2021.html>

Fig. 7. The impact of corporate culture on the effectiveness of companies

тель должен точно и быстро ответить на ключевые вопросы относительно ценностного предложения компании: как оно создается для клиентов, какие компетенции используются для реализации ценностного предложения, какова степень соответствия производимых продуктов и услуг ценностному предложению и используемым компетенциям.

Немаловажное значение для использования потенциала корпоративной культуры в росте компании будет иметь определение тех моделей поведения, которые необходимо продвигать в компании [18]. Под моделями поведения следует понимать конкретные действия и поступки, способствующие достижению стратегических целей компании. Особую ценность при этом приобретают основанные на трансформации мышления действия, приводящие к изменениям. Встает вопрос: кто в компании должен определять модели поведения – топ-менеджмент, наделенный всеми полномочиями, или менеджмент среднего и низшего звена, который таких полномочий не имеет, но в большей степени знаком с тем, какие модели поведения компании необходимы для решения проблем. В идеале, эта работа должна быть совместной, но большую ответственность за то, что новые модели поведения станут движущими силами трансформации, несет, безусловно, высшее руководство, которое должно как можно раньше вовлекать рядовых сотрудников в этот процесс, демонстрируя им пример ожидаемого поведения, наделяя их соответствующими полномочиями, мобилизуя команды по внедрению новых моделей в корпоративную культуру и их закреплению в повседневном поведении.

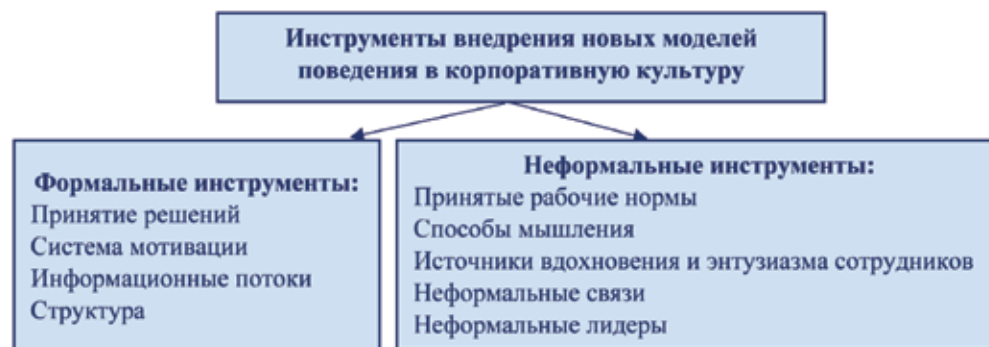
Определение моделей поведения – важный и ответственный процесс, но не менее важным является нахождение способов их внедрения в корпоративную культуру: для этого потребуются формальные и неформальные инструменты (рис. 8).

К формальным инструментам внедрения новых моделей в корпоративную культуру следует отнести: принятие решений, систему мотивации, информационные потоки и структуру.

Оценивая способы интегрирования необходимых моделей поведения в компанию [19], необходимо определить и учитывать специфику процесса принятия решений в ней: как принимаются решения, кто наделен соответствующими полномочиями, как формируется информационная база и осуществляется аналитика данных, какова архитектура процессов принятия решений.

Продуктивность использования системы мотивации (денежные вознаграждения, моральное поощрение, карьерный рост, подготовка руководящих кадров и проч.) в процессе внедрения новых моделей поведения обеспечивается построением обратной связи, в том числе посредством проведения опросов сотрудников, результаты которых могут быть включены в развитие системы мотивации, и ее более точной настройки на потребности сотрудников.

Информационные потоки (способы обработки данных, формализация знаний и технологии управления ими, система отчетности, обучение сотрудников, информационные системы) обеспе-



Составлено автором по материалам: Корпоративная культура как основа устойчивого развития.
URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/corporativnaya-kyltyra-kak-osnova.html>

Рис. 8. Инструменты внедрения новых моделей поведения в корпоративную культуру

Compiled by the author based on the materials: Corporate culture as the basis of sustainable development.
URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/corporativnaya-kyltyra-kak-osnova.html>

Fig. 8. Tools for introducing new behavioral models into corporate culture

чивают коммуникацию и формирование корневых компетенций компании в процессе внедрения новых моделей в корпоративную культуру.

Распространение необходимых моделей поведения невозможно без учета структуры (организационный дизайн, роли, обязанности, политики, стандарты), отражающей специфику организации рабочих процессов в компании.

Применение названных формальных инструментов не исключает необходимости использования и неформальных механизмов, в числе которых: принятые рабочие нормы, способы мышления, источники вдохновения и энтузиазма сотрудников, сформировавшиеся в коллективе неформальные связи, неформальные лидеры¹⁰.

Говоря о неформальных лидерах, следует отметить их позитивный взгляд на любую сложную ситуацию, способность заряжать своей энергией других и готовность дать совет. Иными словами, неформальные лидеры представляют собой ценный ресурс компании, и руководству их следует знать, интересоваться мнением в определении ключевых моделей поведения, как можно раньше и как можно чаще вовлекать в процесс изменений, от каждого направления бизнеса включать в рабочую группу по развитию и укреплению корпоративной культуры, обращаться за помощью в оценке результатов предпринимаемых мер.

Таким образом, заинтересованность высшего руководства в развитии корпоративной культуры и ее позиционировании как мощного инструмента кон-

курентного успеха и устойчивого развития компании требует изучения внутренней среды компании: необходимо оценить силу корпоративной культуры, проанализировать области, в которых она стимулирует или блокирует устойчивое развитие компании, выявить необходимые для роста модели поведения и выбрать из них наиболее важные, используя формальные и неформальные механизмы их интегрирования в корпоративную культуру.

Новые модели поведения в условиях крайней нестабильности развития

Анализ адаптивности новых моделей поведения к условиям крайней нестабильности представляется целесообразным предварить кратким обзором кризисных явлений современности, без углубления в отдаленную историческую ретроспективу.

Общей характеристикой кризисов предыдущих лет – 2008, 2014, 2020 годов – является систематичность их наступления и схожесть паттернов поведения людей как ответной реакции на внешние вызовы разного генеза: экономического, геополитического, социального (табл. 1). Экономисты, полагая, что кризисы уже не могут считаться форс-мажорными обстоятельствами, предрекали их повторение с периодичностью в 5-8 лет. Сегодняшний кризис, 2022 года, нарушил данный ими прогноз. Из этого следует, что всем – правительствам, компаниям и их сотрудникам, населению в целом – необходимо вырабатывать готовность к очередным кризисам и иметь запас прочности, чтобы выжить и развиваться в сложнейших условиях.

¹⁰ Корпоративная культура как основа устойчивого развития / PwC в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/corporativnaya-kyltyra-kak-osnova.html>

Таблица 1

Обзор кризисов 2008, 2014, 2020 годов

Table 1

Review of the crises of 2008, 2014, 2020

Характеристика кризиса	Паттерны поведения людей	Последствия для бизнеса	
		Негативные	Позитивные
Кризис 2008 года			
Мировой финансово-экономический кризис вследствие краха ипотечной системы США	Неуверенность в завтрашнем дне; активное снятие населением вкладов; существенное сокращение частоты покупок; отказ от крупных трат в пользу покупки более дешевых товаров, продуктов питания и товаров первой необходимости	Активное снижение оборота розничной торговли; катастрофическое снижение индекса потребительской уверенности; сокращение ставок оплаты труда; увольнения сотрудников; девальвация рубля; сокращение золотовалютных запасов; снижение экспортных цен на нефть и сырье; снижение устойчивости банков и банкротство многих из них; повышение ставок по вновь выдаваемым кредитам; снижение капитализации и банкротство ряда компаний; резкое снижение уровня доходов и качества жизни населения и др.	Двукратный рост рынка многопользовательских онлайн игр; значительный рост выручки ресторанов-фастфудов за счет оттока клиентов из престижных ресторанов; рост популярности гипермаркетов, дисконт-центров и магазинов фиксированных цен; востребованность компаний по производству игрушек и развлечений; бурный рост порталов объявлений (Авито и проч.)
Кризис 2014 года			
Внутренний кризис страны на фоне роста мировых экономик, вызванный внешнеэкономическими и политическими факторами; введение антироссийских экономических санкций и курс на импортозамещение	Неуверенность в завтрашнем дне; взволнованность ростом цен на товары; активное снятие населением вкладов и их обналичивание на текущие расходы; экономия на товарах длительного пользования, путешествиях, спорте, хобби; снижение кредитной активности населения	Резкое падение цен на энергоресурсы; существенное сокращение притока внешних инвестиций; снижение объема потребительского кредитования; девальвация рубля; резкое снижение уровня доходов и качества жизни населения; рост уровня инфляции; сокращение объемов производства промышленного сектора; снижение торгового оборота; рост процентных ставок по всем видам кредитования, включая ипотечное, по вкладам физических лиц; санация банков; сокращение частоты выпуска и печатных тиражей СМИ и др.	Рост популярности дисконт-центров и секонд-хендов, лоукостеров, агрегаторов; приток клиентов в бюджетный общепит; рост популярности сервиса ремонта одежды, электроники, бытовой техники, химчисток; востребованность облачных сервисов, технологий проведения веб- и видеоконференций, вебинаров; продолжение роста порталов объявлений (Авито и пр.); рост торговли товарами для детей, отрасли компьютерных игр
Кризис 2020 года			
Глобальный кризис, вызванный пандемией COVID-19	Домашняя изоляция людей; кардинальное изменение привычного образа жизни, схемы покупок товаров и услуг; дистанционный режим работы для большинства работающих; включение потребителями режима экономии; всплеск спонтанных покупок по мере снятия режима изоляции; необходимость снять накопленный стресс	Увеличение стоимости доллара; обесценивание рубля; рекордное падение стоимости нефти; удорожание импортных товаров; закрытие границ и нарушение логистических цепей и процессов; сокращение реальных доходов населения; падение покупательской способности; рост уровня инфляции; сокращение объемов производства промышленного сектора; снижение торгового оборота; рост процентных ставок по всем видам кредитования, включая ипотечное, по вкладам физических лиц; банкротство предприятий и увольнение сотрудников	Резкий рост популярности онлайн-платформ, облачных сервисов, технологий проведения веб- и видеоконференций, вебинаров; востребованность службы доставки; продолжение роста популярности сервиса ремонта одежды, электроники, бытовой техники; продолжение роста порталов объявлений (Авито и проч.); рост внутреннего туризма; рост производства товаров личной гигиены, ухода за здоровьем в домашних условиях, домашнего развлечения, обучения дома и проч.

Составлено автором по данным: Росстат.

URL: <https://rosstat.gov.ru/statistic>; Минэкономразвития. URL: <https://www.economy.gov.ru/>

Compiled by the author based on the materials: Rosstat. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistic>;

Ministry of Economic Development. URL: <https://www.economy.gov.ru/>

Анализ проведенного обзора кризисных явлений, далеко не исчерпывающий всех их сторон, показывает высокую схожесть проявления кризисных ситуаций в части паттернов поведения населения, условий, в которых погружаются компании и их сотрудники, а также негативных сторон и точек роста для бизнеса.

Несколько иначе можно охарактеризовать ситуацию кризиса 2022 года, оценка которого сегодня достаточно сложна по причине его незавершенности. В том числе, по этой же причине предлагается проанализировать сложность проблем, с которыми сталкиваются сегодня руководители в своих командах, а также способы их решения.

В числе проблем:

1. Конфликты из-за разницы в оценке событий, происходящих в стране и за ее пределами, связанных с проведением России специальной военной операции на Украине. Снять эти конфликты или, как минимум, сгладить их поможет применение руководством способов эмоциональной амортизации. И чем в большей степени руководитель обладает сильной интеллектуальной сферой, тем более успешно будет противодействие идеологической атаке.
2. Повышенная тревога из-за нестабильности ситуации, возникающая вследствие страха потери работы в условиях пикирующей экономики. В этом случае вполне оправдан метод 24/7, когда руководитель связан с командой постоянно, коммуницирует с ней на принципах открытости и честности, объективно оценивает ситуацию и рыночные перспективы компании.
3. Противоречивость принимаемых решений и спускаемых сверху задач. В этой ситуации необходимы не только своевременное информирование коллектива и бесперебойная работа коммуникационных каналов, но и весьма важны прогностические компетенции руководства для принятия оптимальных решений, а также проактивная позиция сотрудников, которые не ограничиваются постановкой уточняющих вопросов по субъектам и путям решения проблем, но и сами предлагают способы их преодоления.
4. Нарушение договоренностей, в том числе по причине включения защитных механизмов («война все спишет»). Сила руководителя должна проявиться в его суперустойчивой позиции в отношении выполнения принятых обязательств перед всеми стейкхолдерами – внутренними и внешними.

5. Снижение энергии и работоспособности. Для снятия данной проблемы вновь следует обратиться к важности силы руководителя, проявляющейся в его высокой мотивации, нахождении смыслов жизни и их трансляции своему коллективу, оказании помощи тем, кто утратил эти жизненные смыслы.

Таким образом, становится весьма очевидной и неоспоримой важность человеческих отношений в коллективе, ценность нравственных принципов взаимодействия, сплоченность команды – того, что рождается сильной корпоративной культурой.

Опираясь на опыт последних лет, связанный с пандемией COVID-19 [20], а также учитывая результаты решений топ-менеджмента ряда иностранных компаний по выходу с российского рынка по причине несогласия с геополитическим курсом руководства России, можно выделить ряд важных моментов корпоративной культуры, в том числе, ее:

- особую значимость для компаний, заставившую выстраивать подходы к работе с особой гуманистической направленностью;
- роль в качестве индикатора истинности провозглашаемых в компаниях ценностей и норм поведения;
- важность в принятии стратегических решений и в оценке прогнозируемых последствий данных решений, охватывающих все сферы устойчивого развития;
- уязвимость в так называемых «испытаниях на прочность», когда свои лидерские качества могут проявить как руководители, так и неформальные лидеры, которые сплочают коллективы в единые команды, мотивируют сотрудников к решению поставленных задач и воплощают ценности корпоративной культуры в реальной бизнес-практике.

Ретроспективный взгляд на оценку корпоративной культуры в допандемийном периоде ¹¹ позволяет констатировать растущее недовольство сложившейся в своих компаниях корпоративной культурой: в 2013 году желание об эволюционировании корпоративной культуры выразил 51% респондентов, а в 2018 году их доля достигла 80%. В период пандемии COVID-19 основное беспокойство 41% респондентов – руководителей по управлению персоналом американских компаний – заключалось в том, что, по их мнению, переход на дистанционный формат работы ослабит корпоративную культуру вследствие профессионального выгорания, потери доверия и длительного периода неопределенности.

¹¹ Трансформация корпоративной культуры: от слов к делу / PwC в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/development-of-corporate-culture.html>

Переживаемые события сложнейшей геополитической ситуации еще раз подтверждают, что кризисы с определенной регулярностью будут сопровождать человечество. Кризисы и разного рода глобальные тенденции, одной из которых является следование курсу устойчивого развития, требуют от руководства компаний изменения стратегического курса, переосмысления корпоративной культуры, поиска новых технологий управления, ускорения формирования новых компетенций и моделей поведения, стимулирующих производительность.

Несмотря на то, что корпоративная культура имеет глубокие корни и ее трансформация происходит достаточно медленно [21], как показала практика периода пандемии, вполне возможны и быстрые изменения, в том числе касающиеся ключевых моделей поведения, рассматриваемых в аспектах адаптивности, работы в команде, производительности и заботы.

Адаптивность достаточно ярко проявилась в период пандемии, когда многие организации всего мира продемонстрировали способность оперативно трансформироваться, быстро перейти на новые методы работы и форматы взаимодействия. Каждая компания, обладающая своей уникальной ДНК, находила собственные решения, отличные от решений других [22]. Настал период, когда необходимо провести анализ, какие конкретные характеристики компании помогли быстрее адаптироваться, не потерять конкурентную устойчивость, но приобрести силу и освоить новые направления бизнеса. Результаты анализа приобретают особую ценность в ситуации крайней нестабильности внешней среды и необходимы для формирования компетенций реагирования на ее новые вызовы.

Не вызывает сомнений, что работа в команде остается востребованной моделью поведения современной компании, позволяющей консолидировать человеческий капитал в решении актуальных производственных задач. Но также важно подчеркнуть, что при организации командной работы следует учитывать и условия, в которых осуществляется совместный труд [23]. Так, в ситуации массированного потока информации, вызывающей тревожность, следует учитывать ряд психологических феноменов, заключающихся в стремлении человека постоянно отслеживать и обдумывать мрачные новости и события, которые становятся доминантой в мозговой деятельности, а по этой причине отвлекают внимание от выполнения производственных задач и выключают из командной работы. Для минимизации или блокирования та-

кого эффекта весьма полезен переход на формат спринтов: руководство компаний должно ставить перед персоналом задачи по достижению более широких целей с горизонтом решений в несколько недель или месяцев.

Организация работы в формате спринтов предполагает декомпозицию крупных задач на логически взаимосвязанные более мелкие составляющие, распределяемые между командами, каждая из которых ответственна за решение конкретного вопроса. Рациональными будут формирование небольших команд и планирование решения задач в коротком периоде с возможностью межкамандного взаимодействия, что позволит сотрудникам быть погруженными в процесс работы над общей целью, своевременно формируя решения. Данный подход основан на глубоком осознании каждым членом команды его сопричастности достижению цели компании, а также формировании эмоционального настроя и чувства профессиональной гордости, сохранении мотивации и понимании способа работы в стрессовых ситуациях.

От того, насколько слаженной является командная работа, во многом зависит и производительность труда: вовлечение коллег в решение поставленных задач посредством командной работы, ориентированной на результат, безусловно, поможет сохранять продуктивность, ускорять процесс принятия и реализации решений, стимулировать инновации [24].

Для поиска нестандартных решений может быть применен, например, один из перспективных методов – хакатон, своего рода соревнование, в котором командам необходимо за короткое время разработать прототип продукта для решения конкретной проблемы. Цели проведения хакатонов включают привлечение ценных специалистов с уникальными компетенциями, развитие сильной корпоративной культуры, воплощение в проектах новых идей. Компании стремятся использовать хакатоны, видя в них эффективный инструмент развития бренда, решения бизнес-задач, нахождения талантливых сотрудников. Если сначала хакатоны проводились исключительно в IT-сфере, такими компаниями как Microsoft, Google, Facebook, Яндекс, Mail.ru Group, Лаборатория Касперского, Сбербанк, Газпромбанк, Альфа-Банк, Тинькофф Банк, то сегодня они становятся популярными в рекламе и маркетинге (ADHACK GALAXY), цифровой медицине (MedHack, DigitalHealth), урбанистике (UrbanHack) и геоинформатике (GeoHack)¹². Отметим, что по итогам 2020 года Google, Microsoft

¹² Что такое хакатоны и зачем они нужны разработчикам и компаниям / РБК. Тренды. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/innovation/5f33de079a7947cead4c049e>

и Facebook вошли в топ-100 американских компаний с лучшей корпоративной культурой по версии сотрудников¹³, заняв 1-е, 4-е и 16-е места соответ-

ственно, а большая часть названных выше российских компаний по итогам 2021 года вошли в топ-50 лучших работодателей России¹⁴ (табл. 2).

Таблица 2

Рейтинг работодателей России по итогам 2021 года

Table 2

Rating of Russian employers by the results of 2021

Место	Компания	Итоговый балл
1	Сбербанк	126,39
5	Тинькофф Банк (в числе крупнейших компаний)	111,39
5	Лаборатория Касперского (в числе крупных компаний)	112,81
18	Газпромбанк	105,03

Составлено автором по материалам: HeadHunter: «Рейтинг работодателей России – 2021». URL: <https://plus.rbc.ru/news/620d767a7a8aa9a8583d914c>

Compiled by the author based on the materials: HeadHunter: "Rating of employers in Russia – 2021". URL: <https://plus.rbc.ru/news/620d767a7a8aa9a8583d914c>

Отдельного внимания заслуживает оценка корпоративной культуры Facebook, который в 2021 году не вошел в названный список топ-100 американских компаний, а в марте 2022 года негативным образом продемонстрировал расхождение провозглашаемых главой корпорации Meta (в состав которой вошел Facebook), М. Цукербергом, гуманистических ценностей с призывом к агрессии против российских граждан. Данное обстоятельство в очередной раз показывает, что кризисные ситуации являются эффективным индикатором истинности ценностей, провозглашаемых руководством компаний.

Анализируя влияние инновационных решений на культуру компании, следует ясно понять, приведут ли они к устойчивому обновлению корпоративной культуры в долгосрочной перспективе. Поскольку не исключается возможность поглощения новых моделей поведения «старой» корпоративной культурой, имеющей глубоко укоренившиеся способы руководства и работы, устоявшиеся нормы мышления и поведения. Инертность, свойственная корпоративной культуре, может стать барьером инновационного развития и связанного с ним роста производительности труда [25].

Наконец, четвертым аспектом формирования новых моделей поведения является забота руководителей в отношении к своим сотрудникам. Руководители, особенно в кризисных ситуациях, должны оказывать положительное влияние на рабочую атмосферу, обеспечивая должные условия для про-

дуктивности и креативности труда – это должно стать их ежедневными задачами. Кроме того, кризисная ситуация требует и от самих руководителей более осознанного и эффективного отношения к выполнению своих обязанностей. Руководители могут и должны всемерно содействовать благоприятному развитию ситуации, используя все имеющиеся ресурсы; контролировать свое сознание и принимаемые решения, не допуская расхождения декларируемых ценностей и своего поведения; искренне участвовать в заботе о тех, кто в этом нуждается; действовать в кризисной ситуации так, чтобы проявлялись лучшие стороны человеческой натуры; обеспечивать информирование сотрудников и прозрачность своих действий.

Выводы

Проведенное исследование убедительно показывает, что роль корпоративной культуры в достижении устойчивости компании сегодня все чаще оказывается в фокусе внимания ее топ-менеджмента. Становится все более очевидным, что культура компании способна стать инструментом ее конкурентного успеха и устойчивого развития, фактором лояльности сотрудников к своей компании и стимулом повышения их вовлеченности в достижение ее стратегических целей.

Вместе с тем, как показало исследование, корпоративная культура способна оказывать и противоположное влияние – тормозить развитие компании, снижать ее устойчивость, особенно в условиях

¹³ Названы 100 компаний с лучшей корпоративной культурой по версии сотрудников / Inc. URL: <https://incussia.ru/news/100-kompanij-korp-culture/>

¹⁴ HeadHunter: «Рейтинг работодателей России – 2021» / РБК. URL: <https://plus.rbc.ru/news/620d767a7a8aa9a8583d914c>

нестабильности внешней среды. Такое влияние может оказаться следствием разрыва в понимании корпоративной культуры руководством компаний и ее сотрудниками; влияния особенностей национальной культуры на формирование ценностной основы компаний; приоритетности использования потенциала корпоративной культуры в достижении бизнес-результатов, чем стратегических целей.

Справедливо признать, что в российской бизнес-среде важность корпоративной культуры в устойчивом развитии компаний остается недооцененной. Из этого следует вывод, что руководству отечественных организаций следует изучать лучший опыт зарубежных компаний, обладающих сильной корпоративной культурой, критически оценивать и гибко использовать его в российских реалиях. Особенно это становится важным в условиях кризисных явлений, охвативших социальную, экономическую, экологическую и геополитическую сферы, что настоятельно требует от бизнеса повышения качества всех корпоративных процессов, достичь которого при слабой корпоративной культуре просто невозможно.

Несомненно, что построение корпоративных отношений, охватывающих как внутренних, так и внешних стейкхолдеров компаний, должно основываться на персонализированном подходе, индивидуальном обслуживании, доверии, соблюдении морально-этических принципов как незыблемых правил ведения бизнеса. Все это требует применения комплекса формальных и неформальных

инструментов формирования новых моделей поведения, направленных на развитие отношений сотрудничества в рамках единой команды руководства компании и ее сотрудников, отношений партнерства с потребителями, взаимодействия с деловым сообществом на принципах паритетности и взаимного уважения. Эти ценности формируются корпоративной культурой, и по этой причине ее развитие требует первоочередного внимания руководства компаний.

Практика зарубежного и российского бизнеса подтверждает, что успех устойчивого развития компании во многом определяется наличием в ней единой команды, объединяющей в себе всех работающих в компании, где:

- устранены бюрократические структуры и иерархические барьеры;
- каждый заинтересован в коллективном успехе и проактивен в своей деятельности;
- сообща культивируются и бережно сохраняются ценности и нормы поведения;
- проявляется забота обо всех и о каждом, как основа формирования чувства социальной защищенности;
- приветствуется креативность и поддерживается инициативность, как факторы инноваций и повышения производительности труда;
- возвращаются новые модели поведения, обеспечивающие прогрессивное развитие компаний.

Список источников

1. *Peters T.J., Waterman R.H.* In Search of Excellence. New York: Harper & Row, 1982. 360 p.
2. *Deal T., Kennedy A.* Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Reading (Mass.) etc.: Addison Wesley, 1982. 232 p.
3. *Schein E.H.* Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View. San Francisco: Jossey-Bass, 1985. 358 p.
4. *Blake R.R., Mouton J.S.* Building a Dynamic Corporation Through Grid Organization Development. Reading (Mass.) etc.: Addison Wesley, 1969. 128 p.
5. *Jaques E.* The Changing Culture of a Factory. New York: Dryden Press, 1952. 251 p.
6. *Фролов С.С.* Фактор неопределенности в оценке состояния социальных отношений // ПОИСК: Политика. Обществоведение. Искусство. Социология. Культура. 2019. № 5(76). С. 78–86. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41562693>
7. *Шарков Ф.И., Ткачев В.А.* Брендинг и культура организации (управление брендом как элементом культуры организации). Москва: Социальные отношения, Перспектива, 2003. 268 с.
8. *Шольц К.* Организационная культура: между иллюзией и реальностью // Проблемы теории и практики управления. 1995. № 3. С. 111–114.
9. *Hofstede G.* Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills: Sage Publications. 1984. 328 p.
10. *Инглхарт Р., Вельцель К.* Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. Москва: Новое издательство, 2011. 464 с.

11. Батаева Б.С. Интеграция целей устойчивого развития ООН в программы государства и крупного бизнеса // Самоуправление. 2020. Т. 2. № 1(118). С. 59–63. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42590477>
12. Шевченко И.Л. Корпоративная культура в практике корпоративного управления российских компаний // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 12. С. 1395–1406.
<http://doi.org/10.18334/rp.17.12.35370>
13. Demmler M., Ortiz R., Solís A.U. Comparing Corporate Cultural Profiles Using the Cultural Dimensions of Hofstede // Journal of Business and Management Sciences. 2018. Vol. 6. Issue 2. P. 28–35.
<http://doi.org/10.12691/jbms-6-2-1>
14. Бадмаев А.В. Организационная культура: как оценить пользу для бизнеса? // Управление корпоративной культурой. 2021. № 2. С.72–85. URL: <https://grebennikon.ru/article-bomg.html>
15. Зимрутян Г.А. Тестирование влияния корпоративной культуры и корпоративного управления на рыночную капитализацию международной фирмы в России // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. 2016. Т. 3. № 3. С. 217–226. <http://doi.org/10.18334/grfi.3.3.36117>.
16. Камерон К., Куин Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб.: Питер, 2001. 320 с.
17. Hassard J., Sharifi S. Corporate Culture and Strategic Change // Journal of General Management. 1989. Vol. 15. Issue 2. P. 4–19. <http://doi.org/10.1177/030630708901500201>
18. Burnes B., Cooper C., West P. Organizational learning: the new management paradigm? // Management Decision. 2003. Vol. 41. Issue 5. P. 452–464. <http://doi.org/10.1108/00251740310479304>
19. Арапов А.В. Формирование корпоративной культуры и ее значение для управления компанией // Экономика, предпринимательство и право. 2013. Т. 3. № 1. С. 26–30. URL: <https://creativeconomy.ru/lib/8898>
20. Зайцева Н.А. Роль корпоративной культуры в разработке стратегии развития предприятий, функционирующих в условиях продолжающейся пандемии Ковид-19 // Российские регионы: взгляд в будущее. 2021. Т. 8. № 2. С. 35–53. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46522004>
21. Dellheim C. Business in Time: The Historian and Corporate Culture // The Public Historian. 1986. Vol. 8. Issue 2. P. 9–22. <http://doi.org/10.2307/3377430>
22. Кудрявцева Е.И. COVID-19 как индикатор корпоративной культуры: опыт малых предприятий // Современный менеджмент: проблемы и перспективы. Сборник статей по итогам XVI международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2021. С. 680–684. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45790749>
23. Ким И.Ю. Анализ использования современных методов вовлечения персонала в деятельность организации // Лидерство и менеджмент. 2017. Т. 4. № 3. С. 131–138. <http://doi.org/10.18334/lim.4.3.38181>
24. Степанов А.А., Савина М.В. Корпоративная культура – детерминанта активизации инновационного поведения персонала организации // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 10. С. 1929–1942.
<http://doi.org/10.18334/ce.13.10.41235>
25. Sanger M.B. Getting to the Roots of Change: Performance Management and Organizational Culture // Public Performance & Management Review. 2008. Vol. 31. Issue 4. P. 621–653.
<http://doi.org/10.2753/PMR1530-9576310406>

Статья поступила в редакцию 25.02.2022; одобрена после рецензирования 11.03.2022; принята к публикации 20.03.2022

Об авторе:

Измайлова Марина Алексеевна, профессор Департамента корпоративных финансов и корпоративного управления Факультета экономики и бизнеса, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, д. 49), доктор экономических наук, доцент, ORCID ID: 0000-0001-7558-9639, m.a.izmailova@mail.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

References

1. Peters T.J, Waterman R.H. In Search of Excellence. New York, Harper & Row, 1982. 360 p. (In Eng.)
2. Deal T., Kennedy A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life. Reading (Mass.) etc.: Addison Wesley, 1982. 232 p. (In Eng.)
3. Schein E.H. Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View. San Francisco, Jossey-Bass, 1985. 358 p. (In Eng.)
4. Blake R.R., Mouton J.S. Building a Dynamic Corporation Through Grid Organization Development. Reading (Mass.) etc.: Addison Wesley, 1969. 128 p. (In Eng.)
5. Jaques E. The Changing Culture of a Factory. New York, Dryden Press, 1952. 251 p. (In Eng.)
6. Frolov S.S. Uncertainty factor in assessing the state of social relations. *SEARCH: Politics. Social studies. Art. Sociology. Culture*. 2019; 5(76):78–86 (In Russ.)
7. Sharkov F.I., Tkachev V.A. Branding and culture of the organization (brand management as an element of the culture of the organization). Moscow, Social Relations, Perspektiva, 2003. 268 p. (In Russ.)
8. Scholz K. Organizational culture: Between Illusion and Reality. *Problems of Management Theory and Practice*. 1995; 3:111–114 (In Russ.)
9. Hofstede G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values. Beverly Hills, Sage Publications. 1984. 328 p. (In Eng.).
10. Inglehart R., Welzel K. Modernization, cultural change and democracy: The sequence of human development. Moscow, New Publishing House, 2011. 464 p. (In Russ.)
11. Bataeva B.S. Integration of Sustainable Development Goals into state and large business programs. *Self-government*. 2020; 2(1(118)): 59–63 (In Russ.)
12. Shevchenko I.L. Corporate culture in the practice of corporate governance of Russian companies. *Russian Entrepreneurship*. 2016; 17(12): 1395–1406. <http://doi.org/10.18334/rp.17.12.35370> (In Russ.)
13. Demmler M., Ortiz R., Solís A.U. Comparing Corporate Cultural Profiles Using the Cultural Dimensions of Hofstede. *Journal of Business and Management Sciences*. 2018; 6(2): 28–35. <http://doi.org/10.12691/jbms-6-2-1> (In Eng.)
14. Badmaev A.V. Organizational culture: how to evaluate the benefits for business? *Corporate Culture management*. 2021; 2:72–85 (In Russ.)
15. Zimrutyan G.A. Testing the influence of corporate culture and corporate management on market capitalization of international firms in Russia. *Globalnye rynki i finansovyy inzhiniring = Global markets and financial engineering*. 2016; 3(3):217–226. <http://doi.org/10.18334/grfi.3.3.36117> (In Russ.)
16. Cameron K., Queen R. Diagnostics and change of organizational culture. St. Petersburg: Peter, 2001. 320 p. (In Russ.)
17. Hassard J., Sharifi S. Corporate Culture and Strategic Change. *Journal of General Management*. 1989; 15(2):4–19. <http://doi.org/10.1177/030630708901500201> (In Eng.)
18. Burnes B., Cooper C., West P. Organizational learning: the new management paradigm? *Management Decision*. 2003; 41(5):452–464. <http://doi.org/10.1108/00251740310479304> (In Eng.)
19. Arapov A.V. Formation of corporate culture and its importance for company management. *Economics, entrepreneurship and law*. 2013; 3(1):26–30 (In Russ.)
20. Zaitseva N.A. The role of corporate culture in developing strategy for the development of enterprises operating in the context of the ongoing Covid-19 pandemic. *Russian regions: a Look into the Future*. 2021; 8(2):35–53 (In Russ.)
21. Dellheim C. Business in Time: The Historian and Corporate Culture. *The Public Historian*. 1986; 8(2):9–22. <http://doi.org/10.2307/3377430> (In Eng.)

22. Kudryavtseva E.I. COVID-19 as corporate culture indicator: small business cases. *Modern management: problems and prospects*. Collection of articles on the results of the XVI International Scientific and practical conference. Saint Petersburg, 2021. P. 680–684 (In Russ.)
23. Kim I.Yu. Analysis of application of modern methods of involving employees in the work of the organization. *Leadership and management*. 2017; 4(3):131–138. <http://doi.org/10.18334/lim.4.381> (In Russ.)
24. Stepanov A.A., Savina M.V. Corporate culture is a determinant of activation of innovative behaviour of the organization's personnel. *Creative economy*. 2019; 13(10):1929–1942. <http://doi.org/10.18334/ce.13.10.41235> (In Russ.)
25. Sanger M.B. Getting to the Roots of Change: Performance Management and Organizational Culture. *Public Performance & Management Review*. 2008; 31(4):621–653. <http://doi.org/10.2753/PMR1530-9576310406> (In Eng.)

The article was submitted 25.02.2022; approved after reviewing 11.03.2022; accepted for publication 20.03.2022

About the author:

Marina A. Izmailova, Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance of the Faculty of Economics and Business, Financial University under the Government of the Russian Federation (49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia), Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, **ORCID ID: 0000-0001-7558-9639**, m.a.izmailova@mail.ru

The author read and approved the final version of the manuscript.



Научная статья

УДК 330.46, 338.001.36

JEL: C02, C38, C61, C67, C82, C83, Z18

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.27-41>

Оценка экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере на основе непараметрического метода

Филипп Владимирович Петров

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия,
murkofrain@gmail.com

Аннотация

Цель работы заключается в оценке обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере.

Метод или методология проведения работы. Методы, применяемые в статье, базируются на анализе теоретических основ формирования целевых значений показателей экономической безопасности, изучении методологии применения непараметрического метода оценки *data envelopment analysis*, а также использовании статистического метода обработки информации. Кроме того, использовался метод сравнительного анализа экономического развития зарубежных стран. Для формирования целостного представления о результатах проведенной оценки применялся метод визуализации данных.

Результаты работы. По итогам рассмотрения методологии непараметрического метода оценки *data envelopment analysis* описаны достоинства его применения, а также ключевые особенности, на которые необходимо обращать внимание при использовании метода. Раскрыто содержание двух основных моделей оценки, применяемых в рамках метода *data envelopment analysis* (DEA), обосновано использование одной из них в контексте оценки экономической безопасности страны. Путем использования специализированного программного обеспечения (Dear version 1.2) осуществлена оценка экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере, в результате чего получено целевое значение показателя экономической безопасности на долгосрочную перспективу.

Выводы. Рассмотренный в статье метод оценки экономической безопасности позволяет углубить имеющийся инструментарий оценки, дополнить существующие методы расчетов целевых показателей экономической безопасности и, при необходимости, корректировать актуальные целевые показатели. Информация, получаемая на основе метода DEA, может быть использована при формировании планов и прогнозов в области обеспечения экономической безопасности, а также в части развития методического обеспечения Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года.

Ключевые слова: экономическая безопасность, внешнеэкономическая сфера экономической безопасности, оценка экономической безопасности, непараметрический метод оценки, целевой показатель экономической безопасности

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Петров Ф. В. Оценка экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере на основе непараметрического метода // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 27–41

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.27-41>

© Петров Ф. В., 2022



Original article

Assessment of the Economic Security of Russia in the Foreign Economic Sphere on the Basis of the Non-Parametric Method

Philip V. Petrov

Russian Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia,
murkofrain@gmail.com

Abstract

Purpose: is to assess the security of Russia's economic security in the foreign economic sphere.

Methods: the article is based on the analysis of the theoretical foundations of the formation of target values of economic security indicators, the study of the methodology for applying the non-parametric method for assessing data envelopment analysis and the use of the statistical method of information processing. The method of comparative analysis of the economic development of foreign countries was also used. To form a holistic view of the results of the assessment, the data visualization method was used.

Results: based on the result of considering the methodology of the non-parametric data envelopment analysis estimation method, the advantages of its application are described, as well as the key features that need to be paid attention to when assessing by this method. The content of two main assessment models used in the framework of the data envelopment analysis (DEA) method is disclosed, the use of one of them in the context of assessing the country's economic security is justified. By using specialized software (Deap version 1.2), the economic security of Russia in the foreign economic sphere was assessed, as a result of which the target value of the economic security indicator for the long term was obtained.

Conclusions and Relevance: the method for assessing economic security considered in the article makes it possible to deepen the existing assessment tools, supplement the existing methods for calculating the target indicators of economic security and, if necessary, adjust the current target indicators. The information obtained on the basis of the DEA method can be used in the formation of plans and forecasts in the field of economic security, as well as in the development of methodological support for the Economic Security Strategy of the Russian Federation for the period up to 2030.

Keywords: economic security, foreign economic sphere of economic security, assessment of economic security, nonparametric assessment method, target indicator of economic security

Conflict of Interest. The Author declares that there is no Conflict of Interest.

For citation: Petrov Ph. V. Assessment of the Economic Security of Russia in the Foreign Economic Sphere on the Basis of the Non-Parametric Method. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):27–41. (In Russ.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.27-41>

© Petrov Ph. V., 2022

Введение

На сегодняшний день, в условиях сохраняющейся сложной экономической ситуации, в России возрастает влияние внутренних и внешних угроз на экономическую безопасность. Это обуславливает необходимость своевременного принятия со стороны государства соответствующих мер по обеспечению экономической безопасности.

Российская экономика характеризуется большим вкладом в нее сферы внешней торговли, политика в которой во многом имеет экспортно-ориентированный характер. При этом наибольший вес в структуре российского экспорта имеют сырьевые

ресурсы. На протяжении длительного времени национальная экономика остается слабо диверсифицированной и высоко зависимой от экспорта сырьевых ресурсов.

Нельзя не согласиться, что сегодня формирование отечественного ВВП во многом зависит от экспорта именно сырьевых ресурсов. Так, согласно статистике, доля экспорта таких ресурсов в общем объеме экспорта составляет около 60%¹. То есть, размер чистого экспорта, который по итогам 2020 года внес 5,2% вклада в формирование ВВП², практически на две трети состоит из экспорта сырьевых ресурсов, что еще раз подтверждает зависимость от них национальной экономики.

¹ Товарная структура экспорта Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11193> (дата обращения: 08.01.2022).

² Использованный ВВП // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/accounts> (дата обращения: 08.01.2022).

Снижение чистого экспорта, вызываемого колебаниями цен на мировых рынках сырья, а также возможными экономическими ограничениями, в конечном итоге ведет к снижению совокупных расходов, торможению национальной экономики, а при образовании негативного чистого экспорта способствует формированию внешнего долга государства.

Кроме того, экспорт сырьевых ресурсов оказывает значительное влияние на формирование налоговых доходов бюджета. Так, доля налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) составляет почти половину всех налоговых поступлений в федеральный бюджет (45,7%)³.

Исходя из этого, вполне справедливым является предположение об обусловленности способности государства решать экономические, социальные и другие задачи с помощью экспорта сырьевых ресурсов. Тем самым, слабая диверсифицированность экономики и высокая чувствительность экспортных поступлений к внешней конъюнктуре способствуют образованию угрозы экономической безопасности России и требуют принятия соответствующих мер по противодействию ей.

Как и в любой управленческой деятельности, в деятельности государства по обеспечению экономической безопасности важным этапом, предшествующим разработке мер, является этап оценки. Оценка обеспеченности экономической безопасности, осуществляемая на регулярной основе, является одним из наиболее эффективных способов своевременного реагирования на возникающие угрозы. Информация, получаемая в результате этой оценки, становится основой для принятия соответствующих управленческих решений, в том числе, контроля эффективности принимаемых мер.

В связи с этим, в первую очередь, необходимо осуществить оценку обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере, что представляет собой цель настоящего исследования.

Задачами исследования являются:

- рассмотрение теоретических основ оценки обеспеченности экономической безопасности;
- выявление ключевых факторов обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере;
- определение целевых значений показателей экономической безопасности.

Несмотря на существующие методы и показатели, применение большей их части на практике оста-

ется несколько затруднительным. Во многом это связано с большой долей субъективности применяемых методов оценки; отсутствие у показателей экономической безопасности как пороговых, так и целевых значений [1, 2] не позволяет достоверно оценить текущий уровень обеспеченности экономической безопасности. Поэтому особую актуальность приобретает задача разработки инструментария, способного рассчитывать соответствующие целевые значения показателей.

Объектом исследования выступает экономическая безопасность России во внешнеэкономической сфере.

Предметом исследования является метод оценки обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере.

В качестве базового метода оценки обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере, на основе которого возможно определить целевые значения показателей экономической безопасности, предложено использовать непараметрический метод DEA (data envelopment analysis). Выбор представленного метода объясняется возможностью получения целевого значения показателя без привлечения экспертов.

Обзор литературы и исследований

Изучением проблем обеспечения экономической безопасности во внешнеэкономической сфере занимались Н.Д. Эриашвили, О.В. Сараджева [3] и другие ученые, которые в своих работах выделяли особенности негативного воздействия кризисных явлений на экономику, построенную на основе экспортно-сырьевой модели.

В работе Е.Е. Матвеевой [4] рассматриваются особенности экспорта и импорта, как форм международной торговли, в контексте обеспечения экономической безопасности, а также приводятся показатели, которые используются в оценке обеспеченности экономической безопасности во внешнеэкономической сфере.

Теоретические и практические аспекты оценки экономической безопасности, в том числе и во внешнеэкономической сфере, становились предметом изучения для многих ученых в этой области.

Вопросами оценки экономической безопасности занимались такие ученые, как В.В. Криворотов, А.В. Калина, И.С. Белик [5], изучавшие модели диагностики экономической безопасности регио-

³ Налоговые поступления в федеральный бюджет Российской Федерации // Аналитический портал ФНС России. URL: <https://analytic.nalog.ru/> (дата обращения: 08.01.2022).

нов, Е.С. Митяков [6], предложивший систему индикаторов экономической безопасности региона, а также разработавший концепцию мониторинга экономической безопасности регионов России, и другие специалисты [7, 8, 9].

Проблемы разработки индикаторов экономической безопасности и их пороговых значений находились в центре внимания у таких ученых, как С.Ю. Глазьев [10] и А.Н. Илларионов [11]. Однако нельзя не согласиться с мнением М.Я. Корнилова и И.В. Юшина [12] относительно применимости предложенных пороговых значений на практике в силу их низкой степени отражения действительной экономической ситуации.

Оценкой экономической безопасности с применением статистических методов занимались Д.В. Трошин [13], разработавший модель оценки экономической безопасности на макроуровне в среднесрочной и долгосрочной перспективах, а также А.Я. Долганова⁴, предложившая методику оценки экономической безопасности на основе кластерного анализа, и другие исследователи [14, 15].

Методы оценки экономической безопасности во внешнеэкономической сфере являются предметом исследований таких ученых, как М.Г. Никитина, В.С. Селюнина [16], а также А.Б. Мельников и Н.В. Фалина [17], которые в своих работах приводят возможности оценки с помощью различных индикаторов и критериев.

Интересным с точки зрения формирования целевых значений показателей, а также построения интегрального показателя экономической безопасности представляется применение непараметрического метода DEA. Значительный вклад в развитие этого метода внесли как зарубежные ученые (A. Charnes, W.W. Cooper, E. Rhodes [18], Timothy J. Coelli с соавторами [19]), так и отечественные (С.П. Земцов, М.Н. Коцемир [20, 21]).

Метод DEA обрел широкую популярность благодаря его использованию в оценке эффективности работы банковских учреждений. Например, в исследовании английской ученой Мерьем Фети (M.D. Fethi) рассмотрено применение непараметрического метода DEA относительно оценки кредитоспособности банков, вероятности их бан-

кротств и повышения эффективности деятельности [22]. В настоящее время этот метод продолжает активно применяться в зарубежных исследованиях [23, 24, 25].

В российской практике исследований данный метод также широко распространен. Например, в исследовании Т.В. Тепловой и Т.В. Соколовой подробно описано применение DEA к оценке эффективности облигационных портфелей [26].

Метод DEA также известен и благодаря его применению в оценке с использованием макроэкономических показателей, а именно, в оценке уровня экономического развития [27], оценке эффективности использования инноваций [28] и в анализе макроэкономической устойчивости к экономическим шокам [29].

Вопросы оценки безопасности, в том числе и экономической, с использованием непараметрического метода DEA нашли свое отражение в работе Е.П. Моргунова⁵, в которой предложен алгоритм оценки экономической безопасности региона, а также в работе А.Н. Порунова [30], где подробно представлена оценка с использованием рассматриваемого метода на примере нескольких субъектов Российской Федерации. Практика оценки внешнеэкономической деятельности непараметрическим методом DEA также находит свое применение в работе Батаева В.В.⁶, где описаны возможности оптимизации операций по реализации внешнеэкономической деятельности на основе названного метода.

Материалы и методы

В качестве метода оценки обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере предложено использовать непараметрический метод DEA. При применении этого метода следует учесть некоторые его особенности.

Оценка осуществляется на основе сравнения значений показателей одних объектов с другими. Кроме того, учитывая макроэкономический характер оценки, в качестве объектов оценки выступают страны.

В рамках данной статьи в качестве показателей оценки обеспеченности экономической безо-

⁴ Долганова А.Я. Оценка и прогнозирование индикаторов обеспечения экономической безопасности регионов (на примере Приволжского федерального округа): автореф. дис. ... кан. экон. наук. Москва, 2020. 30 с. URL: <http://www.ipr-ras.ru/wp-content/uploads/2021/05/ref-dolganova.pdf> (дата обращения: 09.09.2021).

⁵ Моргунов Е.П. Многомерная классификация на основе аналитического метода оценки эффективности сложных систем: дис. ... канд. тех. наук: 05.13.01. Красноярск, 2003. 160 с. URL: <http://www.morgunov.org/docs/Dissert.pdf> (дата обращения: 11.09.2021).

⁶ Батаев В.В. Системный анализ и оптимизация таможенных операций с целью повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятий: дис. ... кан. тех. наук: 2.3.1. Самара, 2021. 145 с. URL: http://d21221703.samgtu.ru/sites/d21221703.samgtu.ru/files/bataev_diss.pdf (дата обращения: 27.02.2022).

пасности во внешнеэкономической сфере предложено использовать показатели, закреплённые в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации до 2030 года ⁷ (далее – Стратегия).

Следует отметить, что, несмотря на безусловную и значительную роль минеральных и энергетических ресурсов во внешнеэкономической сфере России, показатели экспорта энергоресурсов в оценку не включались. В первую очередь это связано с тем, что в обозначенной Стратегии отсутствует подобный показатель, кроме того, в рамках данной статьи предлагается осуществить оценку без учета сырьевого экспорта.

По нашему мнению, к показателям, характеризующим переориентацию российской экономики на выпуск и последующий экспорт технически сложных товаров, можно отнести: долю машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме несырьевого экспорта ⁸, а также долю инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта товаров, работ, услуг предприятий промышленного производства ⁹.

Помимо этого, в оценке использовались показатели добавленной стоимости в обрабатывающей промышленности ¹⁰ и расходов на исследования и разработки (% от ВВП) ¹¹.

Указанные показатели характеризуют объем производства промышленного сектора экономики, а также затраты на разработку и выпуск высокотехнологичных товаров, работ и услуг. Рост значений по этим показателям является фактором для увеличения экспорта машин, оборудования, транспортных средств, а также высокотехнологичных товаров.

Информационную базу оценки составили данные Всемирного банка, а также данные The Observatory of Economic Complexity.

Программным обеспечением для оценки обеспеченности экономической безопасности России

послужила одна из программ в области анализа эффективности и производительности – Deep version 1.2 [31].

Результаты исследования

Наиболее распространенные в практике оценки обеспеченности экономической безопасности во внешнеэкономической сфере методы, такие как метод наблюдения за показателями в динамике, сравнительный метод текущих значений показателей с их пороговыми значениями, а также метод экспертной оценки, не позволяют получить один интегральный показатель экономической безопасности, что затрудняет формирование целостного представления об обеспеченности экономической безопасности в рассматриваемой сфере.

В качестве решения сложившейся проблемы в рамках данного исследования предложено применить метод DEA к оценке обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере. Следует заметить, что указанный метод ранее не применялся для оценки экономической безопасности на уровне государства. Данный метод позволяет не только рассчитать интегральный показатель, но и получить целевые значения для частных показателей, участвующих в оценке.

Метод DEA является непараметрическим методом оценки эффективности, который рассчитывается на основе эмпирической (в форме кусочно-ограничивающей) границы или линии эффективности, построенной на наблюдаемых объектах анализа. Он базируется на линейном программировании, которое применяется для анализа наблюдаемых данных с целью построения линии эффективности. В ходе оценки определяется взаимосвязь между результатами, достигнутыми объектами оценки и доступными ресурсами: чем выше результат при более низких затратах (ресурсах), тем выше оценка.

Отличительной положительной стороной применения метода DEA, в отличие от регрессионных

⁷ Указ Президента Российской Федерации от 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года». URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/41921> (дата обращения: 26.08.2021).

⁸ The Observatory of Economic Complexity (OEC). URL: <https://oec.world/> (дата обращения: 22.01.2022).

⁹ ICT goods exports (% of total goods exports) // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.ICTG.ZS.UN?view=chart> (дата обращения: 22.01.2022).

¹⁰ Прим. автора: рассматриваемый показатель отражает информацию по следующим отраслям: производство машин и оборудования, производство вычислительной техники, производство радиооборудования, телевизионного и коммуникационного оборудования и аппаратуры, производство автомобилей, производство прочего транспортного оборудования. Machinery and transport equipment (% of value added in manufacturing) // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.MNF.MTRN.ZS.UN> (дата обращения: 22.01.2022).

¹¹ Research and development expenditure (% of GDP) // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS> (дата обращения: 22.01.2022).

моделей оценки, в основе которых лежит принцип усреднения данных, является сопоставление всех наблюдений между собой с целью поиска «эталонного» и получение на основе их сравнения эффективных и неэффективных объектов оценки. «Эталонные» значения формируют линию эффективности, а расстояние до линии каждого наблюдения отражает степень их эффективности. Существенным преимуществом метода является динамическая линия эффективности.

Теоретико-методологическую основу метода DEA составляет принцип отношения выпуска к затracенным ресурсам:

$$\theta = \frac{\text{Output}}{\text{Input}}, \quad (1)$$

где θ – показатель эффективности; *input* – используемые ресурсы («входной» показатель); *output* – выпуск, получаемый в результате использования ресурсов («выходной» показатель).

В связи с этим выделяют два вида моделей: *input-oriented* – модели, ориентированные на «вход», применяемые при сохранении неизменной выходной переменной, и *output-oriented* – модели, ориентированные на «выход», применяемые при сохранении неизменной входной переменной.

Ключевыми элементами моделей являются «выход» – условный выпуск или результат, и «вход» – затрачиваемые ресурсы.

$$\text{Input} = v_1x_1 + \dots + v_mx_m, \quad (2)$$

$$\text{Output} = u_1y_1 + \dots + u_sy_s, \quad (3)$$

где v_m, u_s – весовые коэффициенты «входа» и «выхода», которые надо найти;

$x_1, \dots, x_m$ – значения показателей «входа»;

$y_1, \dots, y_s$ – значения показателей «выхода»;

m, s – количество входных и выходных показателей соответственно.

Оценка на основе этого метода предполагает поиск экстремума функции путем решения задачи линейного программирования.

Для определения эффективности n -объекта необходимо решить задачу дробно-линейного программирования для каждого объекта в отдельности. Постановка задачи выглядит следующим образом:

$$\max_{u,v} \theta = \frac{u_1y_1 + \dots + u_sy_s}{v_1x_1 + \dots + v_mx_m} \quad (4)$$

При следующих ограничениях:

$$\frac{u_1y_1 + \dots + u_sy_s}{v_1x_1 + \dots + v_mx_m} \leq 1 \quad (5)$$

$$x_1, \dots, x_m \geq 0 \quad (6)$$

$$y_1, \dots, y_s \geq 0 \quad (7)$$

$$v_1, \dots, v_m \geq 0 \quad (8)$$

$$u_1, \dots, u_s \geq 0 \quad (9)$$

Значение искомого интегрального показателя – θ для каждого объекта оценки изменяется по шкале от 0 до 1, где 1 означает, что объект имеет максимальную эффективность. В случае, если интегральный показатель объекта оценки составляет значение менее 1, то ему необходимо изменить свои «выходные» показатели, если используется модель, ориентированная на «выход», и «входные» показатели, если используется модель, ориентированная на «вход».

При рассмотрении модели, ориентированной на «выход», значения «выходных» показателей ($y_1, \dots, y_s$) задаются условиями задачи, то есть известны заранее.

Для достижения объектом значения интегрального показателя, равного единице, ему необходимо изменить весовые коэффициенты ($u_1, \dots, u_s$). Значение этих весовых коэффициентов и являются целевыми значениями показателя.

В результате оценки методом DEA по модели, ориентированной на «выход», формируется значение интегрального показателя и значения весовых коэффициентов.

В рамках оценки обеспеченности экономической безопасности используется именно модель, ориентированная на «выход», так как сущностную сторону задачи составляет поиск ответа на вопрос: «значения каких показателей и на сколько следует изменять, чтобы повысить обеспеченность экономической безопасности во внешнеэкономической сфере?». Под повышением подразумевается именно максимизация функции, то есть определение, равно ли значение интегрального показателя единице или нет. В случае, если оно не равно, то определяются весовые коэффициенты ($u_1, \dots, u_s$), используемые в оценке показателей ($y_1, \dots, y_s$).

Как было замечено ранее, для возможности проведения оценки методом DEA и формирования на его основе целевого значения показателя экономической безопасности, в первую очередь, необходимо определить объекты оценки и сформировать соответствующую выборку.

В качестве объектов оценки в данном исследовании выступают зарубежные страны. В этой связи была определена выборка из 40 стран по рас-

смашиваемым показателям. В нее вошли: Россия, Чехия, Казахстан, Германия, Венгрия, Болгария, Италия, Турция, Бельгия, Испания, Эстония, Хорватия, Чили, Бразилия, Литва, Армения, Аргентина, Китай, Япония, Польша, Финляндия, Нидерланды, Малайзия, Румыния, Словакия, Словения, Уругвай, Португалия, Австрия, Австралия, Швеция, Норвегия, Великобритания, Франция, Дания, США, Узбекистан, Мексика, Латвия, Швейцария. Страны, включенные в выборку, отбирались по принципу наличия статистической информации.

Для оценки обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере методом DEA была выбрана модель оценки, ориентированная на максимизацию «выходных» показателей (output-oriented), так как увеличение значений показателей доли машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме не-

сырьевого экспорта (y_1)¹² и доли инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта товаров, работ, услуг предприятий промышленного производства (y_2)¹³ свидетельствует об укреплении устойчивости экономической ситуации в стране и переориентации экономики в направлении развития промышленного сектора. Значения этих показателей в модели оценки располагаются в числителе функции.

Показатели добавленной стоимости в обрабатывающей промышленности¹⁴ и расходов на исследование и разработки (% от ВВП)¹⁵ в модели оценки являются «входными» показателями и обозначаются переменными x_1 и x_2 , располагаемыми в знаменателе функции.

В табл. 1. представлены данные, на основании которых осуществлялась оценка методом DEA.

Таблица 1

Данные для оценки обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере

Table 1

Data for assessing the security of Russia's economic security in the foreign economic sphere

№	Страна	«Выходные» показатели		«Входные» показатели	
		y_1	y_2	x_1	x_2
1	2	3	4	5	6
1	Россия	16,12	0,72	13,07	0,98
2	Чехия	60,34	14,29	41,77	1,79
3	Казахстан	6,28	0,17	6,68	0,12
4	Германия	51,36	4,82	45,26	3,07
5	Венгрия	58,13	7,35	38,73	1,33
6	Болгария	26,66	3,32	19,31	0,76
7	Италия	37,71	1,85	30,50	1,39
8	Турция	33,54	1,05	20,56	0,96
9	Бельгия	25,05	1,79	16,33	2,77
10	Испания	36,70	1,33	24,63	1,21
11	Эстония	38,21	9,45	18,95	1,28
12	Хорватия	27,28	2,63	14,20	0,86
13	Чили	3,98	0,37	4,36	0,36
14	Бразилия	20,78	0,18	15,56	1,16
15	Литва	22,93	4,11	15,67	0,94
16	Армения	2,26	0,01	2,43	0,19
17	Аргентина	11,60	0,08	11,01	0,49
18	Китай	51,38	26,30	24,54	2,12

¹²The Observatory of Economic Complexity (OEC). URL: <https://oec.world/> (дата обращения: 22.01.2022).

¹³ ICT goods exports (% of total goods exports) // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.ICTG.ZS.UN?view=chart> (дата обращения: 22.01.2022).

¹⁴Machinery and transport equipment (% of value added in manufacturing) // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.MNF.MTRN.ZS.UN> (дата обращения: 22.01.2022).

¹⁵ Research and development expenditure (% of GDP) // The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS> (дата обращения: 22.01.2022).

Окончание таблицы 1

End of table 1

1	2	3	4	5	6
19	Япония	61,55	8,00	45,20	3,28
20	Польша	39,09	6,46	22,16	1,21
21	Финляндия	36,00	1,46	26,89	2,73
22	Нидерланды	31,57	9,81	31,08	2,16
23	Малайзия	58,77	31,76	32,57	1,04
24	Румыния	50,62	1,42	39,00	0,50
25	Словакия	62,05	14,14	42,08	0,84
26	Словения	41,97	1,69	23,13	1,95
27	Уругвай	3,25	0,14	5,35	0,42
28	Португалия	31,79	2,82	17,01	1,35
29	Австрия	41,67	3,36	29,64	3,21
30	Австралия	9,65	1,21	18,74	1,87
31	Швеция	45,31	5,11	37,06	3,31
32	Норвегия	23,89	1,00	25,23	2,07
33	Великобритания	43,27	3,68	36,26	1,68
34	Франция	41,88	3,76	34,51	2,20
35	Дания	27,61	3,79	27,42	3,05
36	США	44,41	8,79	28,79	2,83
37	Узбекистан	1,03	0,12	8,62	0,13
38	Мексика	68,52	14,16	36,17	0,31
39	Латвия	26,76	10,82	16,16	0,64
40	Швейцария	12,96	0,93	30,98	3,37

Составлено автором по данным Всемирного банка и The Observatory of Economic Complexity.

Compiled by the author based on data from the World Bank and The Observatory of Economic Complexity.

Расчеты производились с помощью программы Dear version 1.2, результаты которых представлены на рис. 1.

Страны, значения интегральных показателей которых составляют менее единицы, имеют возможность повысить свою обеспеченность экономической безопасности. С геометрической точки зрения это можно интерпретировать как сокращение расстояния до линии эффективности. Значение этого расстояния определяется на основе весовых коэффициентов для «выходных» показателей, получаемых на основе решения задачи линейного программирования.

Так, для России обеспеченность экономической безопасности во внешнеэкономической сфере составила 0,597. В этом случае можно говорить о возможности ее повышения (см. рис. 1).

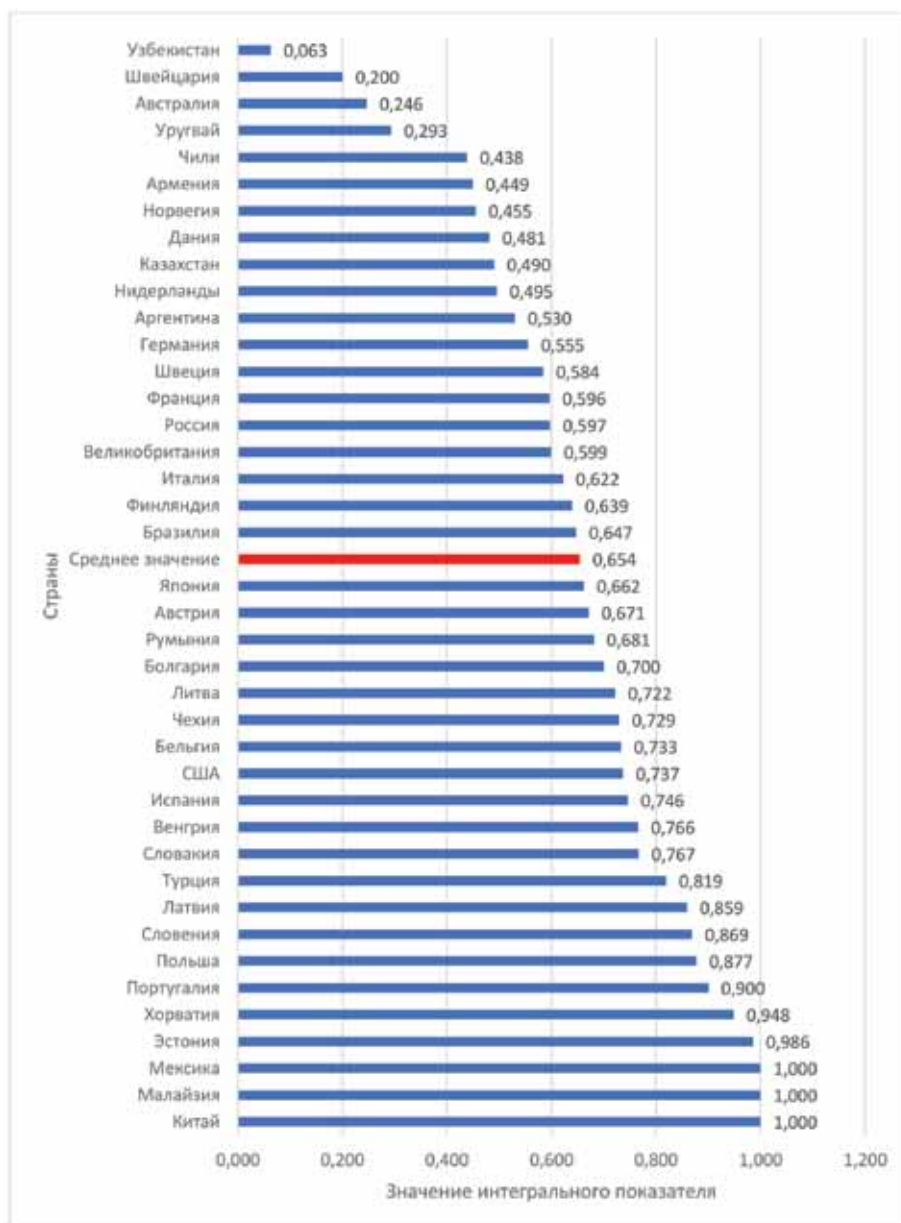
Анализ полученных результатов оценки показывает, что Россия занимает место между Францией и Великобританией. Следует заметить, что, несмотря на достаточно высокие значения показателей экспорта

машин и оборудования указанных стран, эти страны, так же, как и Россия, располагаются ниже среднего значения по выборке, равного 0,654.

Причиной этому может быть соблюдение в рамках этого метода принципа Парето (наилучший результат при наименьших затратах). То есть, в соответствии с используемым методом оценки, объекты, которые достигают наиболее высоких значений по «выходным» показателям с наименьшим использованием затрат, или, в данном случае, «входных» показателей, в конечном итоге получают более высокие значения интегрального показателя.

Иными словами, Великобритания и Франция имеют сопоставимые значения показателей экспорта машин и оборудования, например, с Польшей, однако значения «входных» показателей у Польши существенно меньше, чем у Франции и Великобритании.

Низкое интегральное значение показателя, например, у Швеции, объясняется тем, что она, имея практически такой же размер экспорта машин и оборудования, как у США и Великобритании, за-



Составлено автором по данным Всемирного банка и The Observatory of Economic Complexity.

Рис. 1. Результаты оценки обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере методом DEA

Compiled by the author based on data from the World Bank and The Observatory of Economic Complexity.

Fig. 1. The results of assessing the security of Russia's economic security in the foreign economic sphere by the DEA method

трачивает на разработку и исследования, а также на выпуск товаров обрабатывающей промышленности больше, чем указанные страны. То есть, при больших вложениях Швеции в разработку и производство высокотехнологичной продукции, в результате получают такие значения «выходных» показателей, которых другие страны достигают при меньших вложениях.

Странами, получившими максимально возможное значение интегрального показателя, являются

Мексика, Малайзия и Китай. В данной выборке они являются лидерами по экспорту машин, оборудования и транспортных средств, а также высокотехнологичной продукции.

Лидерские позиции таких стран как Португалия, Хорватия и Эстония объясняются их сравнительно высокой долей экспорта машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме несырьевого экспорта, которая составляет около 30%, в сравнении с другими странами. При этом необ-

ходимо отметить, что в случае включения в оценку показателей, характеризующих экспорт сырьевых ресурсов, результаты оценки были бы иными. Это подтверждает факт наличия определенной доли субъективности применяемого метода.

Анализ структуры российского несырьевого экспорта показывает, что наибольший вклад в нее вносят турбореактивные двигатели и газовые турбины (15,7%) и ядерные технологии (7,53%). На сегодняшний день основным импортером российских газовых турбин среди европейских стран является Германия, ее доля составляет 27,7%. Кроме того, начиная с 2015 года экспорт этого товара в Германию вырос более чем на 10%¹⁶.

Одним из крупнейших европейских импортеров российских ядерных технологий является Чехия (12,2%). При этом в среднесрочной перспективе нельзя исключать возможность возникновения трудностей, вызванных осложнением геополитической обстановки, при заключении контрактов с Чехией на поставку российских ядерных технологий.

Помимо импорта ядерных технологий, Чехия также закупает у России комплектующие для летательных аппаратов (самолетов, вертолетов). В этой связи, при обострении международной политической ситуации и применении экономических ограничений, для России присутствуют риски снижения экспорта машин, оборудования и транспортных средств, что приведет негативным последствиям как для отечественных производителей, так и для национальной экономики в целом.

Сложившаяся ситуация также несет в себе риски частичной переориентации обозначенных стран на других поставщиков в случае изменения политической обстановки, что в конечном итоге отрицательно скажется на экономике России.

Тем самым, ключевым фактором обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере является диверсификация несырьевого экспорта, который включал бы в себя не только турбореактивные двигатели и газовые турбины, а также ядерные технологии, но и другие виды машин, оборудования и транспортных средств.

Помимо диверсификации, важным фактором обеспеченности экономической безопасности России в указанной сфере является поиск новых торговых партнеров, взаимодействие с которыми будет нести менее существенные геополитические риски, чем со странами Европы. По всей видимости, такими партнерами на среднесрочную перспективу будут азиатские страны.

Результатом оценки методом DEA также являются целевые значения показателей экономической безопасности во внешнеэкономической сфере, достижение которых будет свидетельствовать о повышении обеспеченности экономической безопасности. Для России целевым значением показателя доля машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме несырьевого экспорта является 26,9%, а для показателя доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта товаров, работ, услуг предприятий промышленного производства – 12,7%.

В результате сравнения с текущими значениями рассматриваемых показателей, равными 16,12% и 0,72% соответственно, становится ясно, что основное внимание необходимо сосредоточить на экспорте инновационных товаров, работ и услуг. Это обусловлено тем, что разница между текущим и целевым значениями по этому показателю существенно больше, чем по показателю доли машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме несырьевого экспорта. Вследствие этого можно заключить, что для повышения обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере путем снижения экспортно-сырьевой зависимости, а также повышения конкурентоспособности российских производителей на мировом рынке, необходимо увеличивать производство и дальнейший экспорт инновационной продукции.

Необходимо отметить, что применение указанного метода сопряжено с важностью соблюдения ряда особенностей, которые оказывают существенное влияние на результат оценки. В первую очередь, следует выделить состав выборки, так как при увеличении количества оцениваемых объектов качество оценки повышается. Также на результат оценки значительным образом влияет выбор показателей. Кроме того, полученный результат оценки целесообразно актуализировать по мере опубликования официальной статистической информации по оцениваемым показателям, так как результат оценки методом DEA крайне зависим от изменения оцениваемых данных.

Таким образом, метод DEA позволил получить значение интегрального показателя экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере, а также целевые значения показателей. В силу определенной доли субъективности данного метода, проявляемой в выборе показателей и объектов оценки, он может быть использован в комплексе с другими методами оценки.

¹⁶ The Observatory of Economic Complexity (OEC). URL: <https://oec.world/en/profile/country/rus> (дата обращения: 28.01.2022).

Выводы

Проведенное исследование свидетельствует о зависимости российской экономики от продажи сырьевых ресурсов, а также ряда товаров обрабатывающей промышленности на европейский рынок, что в условиях обострения современной геополитической ситуации создает предпосылки для формирования угрозы недополучения определенной части экспортного дохода и возможному снижению в перспективе наполняемости доходной части бюджета Российской Федерации. В этой связи в нынешних условиях необходимость в диверсификации национальной экономики и ускорении выпуска конкурентоспособных инновационных товаров, работ и услуг повышается.

В целях получения информации о состоянии экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере была проведена соответствующая оценка непараметрическим методом DEA.

В рамках сложившейся практики оценки экономической безопасности предложенный метод является не столь распространенным в сравнении с экспертным методом и методом, основанным на индикативном анализе. Однако он позволил получить оценку в виде значения одного интегрального показателя, а также составить целостное представление об обеспеченности экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере.

Также предложен набор показателей, соответствующих Стратегии и характеризующих экспорт технически сложных товаров, значения по которым способны отразить обеспеченность экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере. Информация по указанному набору показателей подобрана из международных статистических баз.

Помимо этого, в ходе исследования были обозначены ключевые особенности метода DEA, заключающиеся в высокой степени зависимости результата оценки от показателей, включаемых в оценку, а также состава и объема выборки.

Кроме того, в результате исследования были выявлены ключевые факторы обеспеченности экономи-

ческой безопасности России во внешнеэкономической сфере в виде диверсификации несырьевого экспорта и поиска альтернативных торговых партнеров, взаимодействие с которыми будет иметь низкие геополитические риски.

Проведенное исследование показывает, что на данный момент обеспеченность экономической безопасности России находится на недостаточно высоком уровне. В соответствии с заданными показателями и выборкой, значение интегрального показателя экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере составило 0,597, что на 8,7% ниже среднего значения по выборке. Для повышения обеспеченности экономической безопасности следует увеличить долю машин, оборудования и транспортных средств в общем объеме несырьевого экспорта до 26,9%, а также повысить долю инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта товаров, работ, услуг предприятий промышленного производства до 12,7%.

Результаты оценки, полученные методом DEA, позволяют делать выводы об основных тенденциях в области обеспечения экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере. С практической точки зрения, получаемая на базе этого метода аналитическая информация может лечь в основу формирования планов и прогнозов по развитию ситуации в области обеспечения экономической безопасности в указанной сфере.

Применение непараметрического метода DEA совместно с другими методами оценки способно расширить инструментарий получения целевых значений показателей экономической безопасности и их корректировки при необходимости, а также дополнить методические меры обеспечения реализации Стратегии.

Перспективными направлениями исследования в области оценки экономической безопасности России во внешнеэкономической сфере является оценка зависимости национальной экономики от поставок иностранного оборудования и продовольственных товаров.

Список источников

1. Каргинова-Губинова В.В. Анализ Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года // Сборник материалов конференции «Актуальные вопросы экономики и социологии»; отв. ред. О.В. Тарасова. Новосибирск, 2018. С. 19–24. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36545502> (дата обращения: 29.08.2021)
2. Серебренников С.С., Моргунов Е.В., Мамаев С.М., Шерварли И.А. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации до 2030 года // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2018. № 41. С. 20–28. <https://doi.org/10.17223/19988648/41/1>

3. Эриашвили Н.Д., Сараджаева О.В. Аспекты экономической безопасности в условиях перехода от сырьевого сценария развития экономики к сценарию опережающего развития базовых обрабатывающих отраслей // Вестник Московской академии Следственного комитета Российской Федерации. 2019. № 4(22). С. 135–139. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42769390> (дата обращения: 20.01.2022)
4. Матвеева Е.Е. Экономическая безопасность в сфере внешнеэкономической деятельности // Вестник Университета Российской академии образования. 2020. № 1. С. 12–26.
<https://doi.org/10.24411/2072-5833-2020-10002>
5. Криворотов В.В., Калина А.В., Белик И.С. Пороговые значения индикативных показателей для диагностики экономической безопасности Российской Федерации на современном этапе // Вестник УрФУ. Серия экономика и управление. 2019. Т. 18. № 6. С. 892–910.
<http://dx.doi.org/10.15826/vestnik.2019.18.6.043>
6. Митяков Е.С. Концепция мониторинга экономической безопасности // Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции «Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы»; отв. ред. С.Н. Митяков, О.В. Пугина. Нижний Новгород, 2019. С. 182–186. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41389308> (дата обращения: 06.09.2021)
7. Белявская-Плотник Л.А. Эволюция методологических подходов к оценке состояния и динамики уровня экономической безопасности // Экономическая безопасность. 2020. Т. 3. № 4. С. 443–456.
<http://doi.org/http://dx.doi.org/10.18334/ecsec.3.4.110852>
8. Малышев Ю.А. Методологические основы оценки экономической безопасности региона: институциональный аспект // Сборник материалов VI Международной научно-практической конференции «Экономическая безопасность: проблемы, перспективы, тенденции развития»; отв. ред. Е.В. Черных. Пермь, 2020. С. 256–276. URL: <http://www.psu.ru/files/docs/science/books/sborniki/economicheskaya-bezopasnost-2019.pdf> (дата обращения: 07.09.2021)
9. Бауэр В.П., Беляев И.И., Булавин А.В., Ворожихин В.В., Воронин В.В., Гайнулин Д.Г., Побываев С.А., Селиванов А.И., Сильвестров С.Н., Старовойтов В.Г., Трошин Д.В. Экономическая безопасность России: методология, стратегическое управление, системотехника: монография. М.: РУСАЙНС, 2018. 350 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35056884> (дата обращения: 11.09.2021)
10. Глазьев С.Ю. Основа обеспечения экономической безопасности страны: альтернативный реформационный курс // Российский экономический журнал. 1997. № 1. С. 3–16
11. Илларионов А.Н. Критерии экономической безопасности // Вопросы экономики. 1998. № 10. С. 35–58. URL: http://iea.ru/article/publ/vopr/1998_10.pdf (дата обращения: 29.08.2021)
12. Корнилов М.Я., Юшин И.В. Экономическая безопасность. М.: РГ-Пресс, 2019. 320 с. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41559961> (дата обращения: 11.09.2021)
13. Трошин Д.В. Методический подход к моделированию рационального сценария обеспечения экономической безопасности России в долгосрочной перспективе // Проблемы управления. 2019. № 1. С. 45–54.
<https://doi.org/10.25728/pu.2019.1.5>
14. Шмарихина Е.С. Интегральная оценка экономической безопасности Российской Федерации // Вестник НГУЭУ. 2021. № 1. С. 181–190. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2021-1-181-190>
15. Бабешин М.А., Юматов М.С. Методика оценки военно-экономической безопасности государства // Журнал прикладных исследований. 2021. № 1. С. 25–31.
https://doi.org/10.47576/2712-7516_2021_1_1_25
16. Никитина М.Г., Селюнина В.С. Внешнеэкономическая составляющая экономической безопасности государства // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2021. Т. 7(73). № 1. С. 93–104. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45635622> (дата обращения: 20.01.2022)
17. Мельников А.Б., Фалина Н.В. Внешнеэкономические аспекты обеспечения экономической безопасности региона: монография. КубГАУ, 2020. 223 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=43916039> (дата обращения: 20.01.2022)
18. Charnes A., Cooper W.W., Rhodes E. Measuring the efficiency of decision-making units // European Journal of Operational Research. 1978. Volume 2. Issue 6. P. 429–444.
[http://dx.doi.org/10.1016/0377-2217\(78\)90138-8](http://dx.doi.org/10.1016/0377-2217(78)90138-8)

19. *Coelli T.J., Rao Prasada D.S., O'Donnell C.J., Battese G.E.* An Introduction to Efficiency and Productivity Analysis // Springer US. 2005. 349 p. <https://doi.org/10.1007/b136381>. URL: <https://link.springer.com/book/10.1007%2Fb136381> (дата обращения: 11.09.2021)
20. *Zemtsov S., Kotsemir M.N.* An assessment of regional innovation system efficiency in Russia: the application of the DEA approach // *Scientometrics*. 2019. Volume 120. № 2. P. 375–404. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03130-y>
21. *Kotsemir M.N.* Measuring National Innovation Systems Efficiency – a Review of DEA Approach // *Higher School of Economics Research Paper*. 2013. № WP BRP 16/STI/2013/. P. 1–24. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2304735>
22. *Fethi M.D., Pasiouras F.* Assessing bank efficiency and performance with operational research and artificial intelligence techniques: A survey // *European Journal of Operational Research*. 2010. Volume 204. Issue 2. P. 189–198. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.08.003>. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0377221709005438?via%3Dihub> (дата обращения: 11.09.2021)
23. *Cvetkoska V., Cilkovic K.F.* Assessing the relative efficiency of commercial banks in the Republic of North Macedonia: DEA window analysis // *Croatian Operational Research Review*. 2020. Volume 11. Issue 2. P. 217–227. <https://doi.org/10.17535/corr.2020.0017>
24. *Tanwar J., Seth H., Vaish A.K.* Revisiting the Efficiency of Indian Banking Sector: An Analysis of Comparative Models Through Data Envelopment Analysis // *Indian Journal of Finance and Banking*. 2020. Volume 4. Issue 1. P. 92–108. <https://doi.org/10.46281/ijfb.v4i1.585>
25. *Ferreira C.* Evaluating European Bank Efficiency Using Data Envelopment Analysis: Evidence in the Aftermath of the Recent Financial Crisis // *International Advances in Economic Research*. 2020. Volume 26. P. 391–405. <https://doi.org/10.1007/s11294-020-09807-y>. URL: https://rem.rc.iseg.ulisboa.pt/wps/pdf/REM_WP_0109_2019.pdf (дата обращения: 11.09.2021)
26. *Теплова Т.В., Соколова Т.В.* Непараметрический метод оболочечного анализа для портфельных построений на российском рынке облигаций // *Экономика и математические методы*. 2017. Т. 53. № 3. С. 110–128. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29679537> (дата обращения: 29.08.2021)
27. *Stankovic J., Stojkovic N., Veselinovic I.* DEA Assessment of Socio-economic Development of European Countries // *Management Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*. 2020. Volume 26. Issue 1. P. 13–24. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2020.0012>
28. *Dzyubenko I.* Regional innovation systems efficiency analyses and evaluation: DEA approach implementation // *E3S Web of Conferences. International Scientific Forum on Sustainable Development and Innovation*. 2021. Volume 295. P. 1–12. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129501051>
29. *Soufi H.R., Esfahanipour A., Shirazi M.A.* A quantitative approach for analysis of macroeconomic resilience due to socio-economic shocks // *Socio-Economic Planning Sciences*. 2021. In Press. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101101>
30. *Порунов А.Н.* Оценка сравнительной эффективности государственного менеджмента экологической безопасности в регионе методом DEA-анализа (на примере Приволжского федерального округа) // *Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент»*. 2016. № 1. С. 104–111. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2016-9-1-104-111>
31. *Coelli T.* A Guide to DEAP Version 2.1: A Data Envelopment Analysis (Computer) Program // *CEPA Working Papers, Centre for Efficiency and Productivity Analysis, University of New England, Australia*. 1996. P. 1–49. URL: <https://www.owlnet.rice.edu/~econ380/DEAP.PDF> (дата обращения: 28.08.2021)

Статья поступила в редакцию 23.10.2021; одобрена после рецензирования 04.02.2022; принята к публикации 05.03.2022

Об авторе:

Петров Филипп Владимирович, аспирант, Институт права и национальной безопасности, факультет национальной безопасности, кафедра экономической безопасности, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (119571, Россия, Москва, проспект Вернадского, д. 82), murkofrain@gmail.com

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

References

1. Karginova-Gubinova V.V. Analysis of the Economic Security Strategy of the Russian Federation for the Period up to 2030. In: Sbornik materialov konferentsii «Aktual'nye voprosy ehkonomiki i sotsiologii» [The proceedings of the conference "Current issues of economy and sociology"]. Novosibirsk; 2018. P. 19–24 (In Russ.)
2. Serebrennikov S.S., Morgunov E.V., Mamaev S.M., Shervarli I.A. The strategy of economic safety of the Russian Federation for the period up to 2030. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta = Tomsk State University Bulletin*. 2018; (41):20–28. <https://doi.org/10.17223/19988648/41/1> (In Russ.)
3. Eriashvili N.D., Saradzhayeva O.V. Aspects of economic security in the context of the transition from the raw materials scenario of economic development to the scenario of advanced development of basic manufacturing industries. *Vestnik Moskovskoi akademii sledstvennogo komiteta Rossiiskoi Federatsii = Bulletin of the Moscow Academy of the Investigative Committee of the Russian Federation*. 2019; 4(22):135–139 (In Russ.)
4. Matveeva E.E. Economic security in the field of foreign economic activity. *Vestnik Universiteta Rossiiskoi akademii obrazovaniya = Bulletin of the University of the Russian Academy of Education*. 2020; (1):12–26. <https://doi.org/10.24411/2072-5833-2020-10002> (In Russ.)
5. Krivorotov V.V., Kalina A.V., Belik I.S. Threshold Values of Indicators for Diagnostics of Economic Security the Russian Federation at the Present Stage. *Vestnik URFU. Seriya ehkonomika i upravlenie = Bulletin of Ural Federal University. Series Economics and Management*. 2019; 6(18):892–910. <http://dx.doi.org/10.15826/vestnik.2019.18.6.043> (In Russ.)
6. Mityakov E.S. The concept of monitoring economic security. In: Sbornik materialov VII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Ehkonomicheskaya bezopasnost' Rossii: problemy i perspektivy" [The proceedings of the conference "Economic Security of Russia: Problems and Prospects"]. Nizhny Novgorod, 2019. P. 182–186 (In Russ.)
7. Belyavskaya-Plotnik L.A. Evolution of methodological approaches to assessment of the state and dynamics of the economic security level. *Ehkonomicheskaya bezopasnost' = Economic Security*. 2020; 3(4):443–456. <http://dx.doi.org/10.18334/ecsec.3.4.110852> (In Russ.)
8. Malyshev Yu.A. Methodological foundations for assessing the economic security of the region: institutional aspect. In: Sbornik materialov VI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Ehkonomicheskaya bezopasnost': problemy, perspektivy, tendentsii razvitiya" [The proceedings of the conference "Economic security: problems, prospects, development trends"]. Perm, 2020. P. 256–276 (In Russ.)
9. Bauer V.P., Belyaev I.I., Bulavin A.V., Vorozhikhin V.V., Voronin V.V., Gainulin D.G., Pobyyaev S.A., Selivanov A.I., Silvestrov S.N., Starovoitov V.G., Troshin D.V. Economic security of Russia: methodology, strategic management, systems engineering. Monograph. Moscow, Publishing House "Ru-science"; 2018. 350 p. (In Russ.)
10. Glazyev S.Yu. The basis for ensuring the country's economic security: an alternative reform course. *Rossiiskii ehkonomicheskii zhurnal = Russian Economic Journal*. 1997; (1):3–16 (In Russ.)
11. Illarionov A.N. Criteria of economic security. *Voprosy Ekonomiki = Economic issues*. 1998; (10):35–58 (In Russ.)
12. Kornilov M.Ya., Yushin I.V. Economic security. Moscow, Publishing House "RG-Press", 2019. 320 p. (In Russ.)
13. Troshin D.V. Methodological approach to modeling a rational scenario for ensuring Russia's economic security in the long term. *Problemy upravleniya = Control sciences*. 2019; (1):45–54. <https://doi.org/10.25728/pu.2019.1.5> (In Russ.)
14. Shmarikhina E.S. Integrated assessment of the economic security of the Russian Federation. *Vestnik NGUEHU = Vestnik NSUEM*. 2021; (1):181–190. <https://doi.org/10.34020/2073-6495-2021-1-181-190> (In Russ.)
15. Babeshin M.A., Yumatov M.S. Methodology for assessing the military-economic security of the state. *Zhurnal prikladnykh issledovaniy = Journal of applied research*. 2021; (1):25–31. https://doi.org/10.47576/2712-7516_2021_1_1_25 (In Russ.)
16. Nikitina M.G., Selyunina V.S. Foreign economic component of the economic security of the state. *Uchenye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V. I. Vernadskogo. Ekonomika i upravlenie = Scientific notes of the Crimean Federal University named after V. I. Vernadsky. Economics and Management*. 2021. 7(73):93–104 (In Russ.)
17. Melnikov A.B., Falina N.V. Foreign economic aspects of ensuring the economic security of the region. Monograph. Krasnodar, Publishing House "Epomen"; 2020. 223 p. (In Russ.)
18. Charnes A., Cooper W.W., Rhodes E. Measuring the efficiency of decision-making units. *European Journal of Operational Research*. 1978; 2(6):429–444. [http://dx.doi.org/10.1016/0377-2217\(78\)90138-8](http://dx.doi.org/10.1016/0377-2217(78)90138-8). Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0377221778901388?via%3Dihub> (accessed: 11 September 2021) (In Eng.)

19. Coelli T.J., Rao Prasada D.S., O'Donnell C.J., Battese G.E. An Introduction to Efficiency and Productivity Analysis. Springer US; 2005. 349 p. <https://doi.org/10.1007/b136381>. Available from: <https://link.springer.com/book/10.1007%2Fb136381> (accessed: 11 September 2021). (In Eng.)
20. Zemtsov S., Kotsemir M.N. An assessment of regional innovation system efficiency in Russia: the application of the DEA approach. *Scientometrics*. 2019; 2(120):375–404. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03130-y> (In Eng.)
21. Kotsemir M.N. Measuring National Innovation Systems Efficiency – a Review of DEA Approach. *Higher School of Economics Research Paper*. 2013; WP BRP 16/STI/2013/:1–24. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2304735> (In Eng.)
22. Fethi M.D., Pasiouras F. Assessing bank efficiency and performance with operational research and artificial intelligence techniques: A survey. *European Journal of Operational Research*. 2010; 204(2):189–198. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.08.003>. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0377221709005438?via%3Dihub> (accessed: 11 September 2021). (In Eng.)
23. Cvetkoska V., Cilkovic K.F. Assessing the relative efficiency of commercial banks in the Republic of North Macedonia: DEA window analysis. *Croatian Operational Research Review*. 2020; 11(2):217–227. <https://doi.org/10.17535/corr.2020.0017> (In Eng.)
24. Tanwar J., Seth H., Vaish A.K. Revisiting the Efficiency of Indian Banking Sector: An Analysis of Comparative Models Through Data Envelopment Analysis. *Indian Journal of Finance and Banking*. 2020; 4(1):92–108. DOI: <https://doi.org/10.46281/ijfb.v4i1.585> (In Eng.)
25. Ferreira C. Evaluating European Bank Efficiency Using Data Envelopment Analysis: Evidence in the Aftermath of the Recent Financial Crisis. *International Advances in Economic Research*. 2020; (26):391–405. <https://doi.org/10.1007/s11294-020-09807-y>. Available at: https://rem.rc.iseg.ulisboa.pt/wps/pdf/REM_WP_0109_2019.pdf (accessed: 11 September 2021). (In Eng.)
26. Teplova T.V., Sokolova T.V. The non-parametric data envelopment analysis method for portfolio design in the Russian bond market. *Ehkonomika i matematicheskie metody = Economics and Mathematical Methods*. 2017; 3(53):110–128 (In Russ.)
27. Stankovic J., Stojkovic N., Veselinovic I. DEA Assessment of Socio-economic Development of European Countries. *Management Journal of Sustainable Business and Management Solutions in Emerging Economies*. 2020; 26(1):13–24. <https://doi.org/10.7595/management.fon.2020.0012> (In Eng.)
28. Dzyubenko I. Regional innovation systems efficiency analyses and evaluation: DEA approach implementation. E3S Web of Conferences. *International Scientific Forum on Sustainable Development and Innovation*. 2021; (295):1–12. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202129501051> (In Eng.)
29. Soufi H.R., Esfahanipour A., Shirazi M.A. A quantitative approach for analysis of macroeconomic resilience due to socio-economic shocks. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2021. In Press. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101101> (In Eng.)
30. Porunov A.N. The comparative effectiveness of public management environmental security in the region by dea-analysis (for example Volga federal district). *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO. Seriya "Ehkonomika i ehkologicheskii menedzhment" = Scientific journal NRU ITMO Series "Economics and Environmental Management"*. 2016; (1):104–111. <https://doi.org/10.17586/2310-1172-2016-9-1-104-111> (In Russ.)
31. Coelli T.A. Guide to DEAP Version 2.1: A Data Envelopment Analysis (Computer) Program. CEPA Working Papers, Centre for Efficiency and Productivity Analysis, University of New England, Australia. 1996. 49 p. URL: <https://www.ownet.rice.edu/~econ380/DEAP.PDF> (accessed: 29 August 2021). (In Eng.)

The article was submitted 23.10.2021; approved after reviewing 04.02.2022; accepted for publication 05.03.2022

About the author:

Philip V. Petrov, Institute of Law and National Security, Faculty of National Security, Department of Economic Security, Russian Academy of National Economy and Public Administration (82, Vernadskogo av., Moscow, 119571, Russia), murkofrain@gmail.com

The author read and approved the final version of the manuscript.

Научная статья

УДК 334.02

JEL: G32

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.42-59>

Цифровые экосистемы как инструмент достижения конкурентных преимуществ на финансовом рынке: системный анализ проблемы

Геннадий Анатольевич Щербаков

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия,
g.shcherbakov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3298-1638>

Аннотация

Цель настоящей статьи – исследование расширяющейся практики применения экосистемного подхода в деловой жизни организаций и степени его влияния на будущие трансформации экономической системы. В фокусе исследования находится сегмент цифровых экосистем банковского сектора, относящийся к нефинансовым направлениям хозяйственной деятельности.

Методы или методология проведения работы. При подготовке статьи применялся широкий набор методов исследования, в первую очередь, метод системного анализа, методы моделирования и сравнительно-исторического анализа, а также логический и индуктивный методы.

Результаты работы. В настоящее время в банковской сфере активно развивается процесс создания цифровых экосистем, используемых крупными финансовыми учреждениями в качестве средства достижения дополнительных конкурентных преимуществ, а также инструмента расширения клиентской базы банка. Особый интерес представляет практика наращивания указанных экосистем за счет направлений бизнеса нефинансового характера. Подобная практика размывает границы традиционной сферы банковской деятельности, внося заметные коррективы в инвестиционные стратегии банковских учреждений. Результаты проведенного исследования позволяют также предположить возникновение других негативных последствий, препятствующих эффективному развитию экономической системы. Среди них: усиление процесса олигополизации финансовых рынков, возникновение дополнительных барьеров для доступа новых участников на указанные рынки, а также формирование олигополистических отношений в сегментах экономической деятельности, прежде относившихся к высококонкурентным секторам экономики.

Выводы. Цифровизация представляет собой объективную тенденцию развития экономических отношений на современном этапе. Однако неконтролируемое применение цифрового экосистемного подхода в практической деятельности банковских учреждений несет в себе риски дальнейшего закрепления неконкурентных отношений в важнейшем секторе отечественной экономики, который дополнительно, за счет вовлечения в экосистемы непрофильных банковских активов, влияет на установление аналогичных отношений в секторах экономики, традиционно относившихся к высококонкурентным сферам хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: системный анализ, экономическое развитие, цифровизация, цифровые экосистемы, экосистемный подход, банковская система, нефинансовый сектор, олигополизация

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Щербаков Г. А. Цифровые экосистемы как инструмент достижения конкурентных преимуществ на финансовом рынке: системный анализ проблемы // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 42–59

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.42-59>

© Щербаков Г. А., 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Original article

Digital Ecosystems as a Way to Achieve Competitive Advantages in the Financial Market: System Analysis of the Problem

Gennady A. Shcherbakov

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia,
g.shcherbakov@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-3298-1638>

Abstract

Purpose: of this article is to study the expanding practice of applying the ecosystem approach in the business life of organizations and the degree of its impact on future transformations of the economic system. The research focuses on the segment of digital ecosystems of the banking sector related to non-financial areas of economic activity.

Methods: when preparing the article, a wide range of research methods were used – the method of systems analysis, methods of modeling and comparative historical analysis, as well as logical and inductive methods.

Results: the banking sector is actively developing the process of creating digital ecosystems used by large financial institutions as a means of achieving additional competitive advantages, as well as a tool to expand the bank's client base. Of particular interest is the expanding practice of building up these ecosystems through non-financial business areas. The results of the study also suggest the emergence of other negative consequences that hinder the effective development of the economic system. Among them: the oligopolization process on financial markets, the emergence of additional barriers to these markets, as well as the formation of oligopolistic relations in segments of economic activity that previously belonged to highly competitive sectors of the economy.

Conclusions and Relevance: digitalization is an objective trend in the development of economic relations at the present stage, however, the uncontrolled application of the digital ecosystem approach in the practice of banking institutions carries risks of further consolidation of non-competitive relations in the most important sector of the domestic economy. The banking sector is additionally due to the involvement of non-core banking assets in ecosystems, influences the establishment of such relations in sectors of the economy traditionally related to highly competitive spheres of economic activity.

Keywords: systems analysis, economic development, digitalization, digital ecosystems, ecosystem approach, banking system, non-financial sector, oligopolization

Conflict of Interests. The Author declares that there is no Conflicts of Interest.

For citation: Shcherbakov G. A. Digital Ecosystems as a Way to Achieve Competitive Advantages in the Financial Market: System Analysis of the Problem. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitiie)* = *MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):42–59. (In Russ.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.42-59>

© Shcherbakov G. A., 2022

Введение

Пандемия COVID-19 ускорила закрепление глобальной зависимости общества от цифровой инфраструктуры, что нашло выражение не только в новых формах, но и в направлениях работы банковских учреждений. Одно из них основано на экосистемном подходе, ставшем еще одной формой межбанковской конкуренции. Руководствуясь необходимостью развития клиентской базы, банковские учреждения создают вокруг потребителя среду обслуживания, наполненную разнообразными сервисами, в том числе, не связанными непосредственно с финансовыми услугами. Таким образом, банки вовлекаются в несвойственные им виды деятельности, осуществляя участие в экономических отношениях не в рамках «классической»

схемы – через кредитование экономики, а напрямую – за счет управления приобретаемыми нефинансовыми активами.

Экосистемы, по сути являющиеся одним из способов самоорганизации банковских структур в условиях обострившейся конкуренции, представляют собой новое явление в хозяйственной жизни. Однако его интенсивность и широкое распространение в мире стимулируют зарубежных и отечественных исследователей к изучению степени полезности данного явления для развития экономики, а также к выявлению возможных трансформаций, которые будет претерпевать банковская система в ходе расширения практики использования экосистемного подхода.

Обзор литературы и исследований

Несмотря на то, что цифровые экосистемы представляют собой достаточно новое явление в экономической практике, данная проблематика уже привлекла к себе значительное внимание исследователей и имеет достаточно широкий набор оценок и мнений относительно перспектив развития данного экономического феномена.

В отдельную группу можно отнести работы, где авторы ставят задачу упорядочить использование термина «экосистемный», представить классификацию существующих видов цифровых экосистем, то есть внести определенный порядок в тот понятийный «хаос», который возник в результате перенесения понятия, используемого при описании биотических процессов, в новые сферы его применения – экономику и бизнес (например, [1; 2; 3; 4; 5; 6]). Ряд авторов, наоборот, рассматривая проблемы экономической деятельности, ограниченные узко-профессиональными или региональными вопросами, использует понятие «экосистема» как устоявшееся и не требующее пояснений [7; 8; 9; 10].

В рамках содержательного рассмотрения проблемы исследователи (за некоторым исключением, например, [11; 12; 13; 14]) уделяют внимание технологическим и организационным аспектам [15; 16; 17; 18] или описывают преимущества, которые извлекают крупные бизнес-структуры от их создания [19; 20; 21; 22]. При общей концентрации на преимуществах нового экономического явления отсутствует критический подход к недостаточно изученному вопросу.

Действительно, работа по расширению клиентской базы, улучшение показателей рентабельности хозяйственной деятельности, повышение ее маржинальности являются несомненными индикаторами развития компании. Однако общественные интересы не ограничиваются выгодами конкретного хозяйствующего субъекта, а при определенных условиях могут вступать с ними в некоторые противоречия. Внедряемая в течение последних трех десятилетий в общественное сознание идеология «что выгодно бизнесу, то выгодно обществу» все чаще находит примеры своей несостоятельности в российской практике. Похоже, что в вопросе расширения нефинансового сегмента цифровых экосистем крупных банков вновь обнаруживается несоответствие между планами развития крупных корпоративных структур и инте-

ресами общества. В этой связи рассматриваемая проблема требует критического подхода, который пока присутствует в незначительном числе исследований (например, [23; 24; 25; 26]).

Материалы и методы

При подготовке статьи был изучен существенный массив информации, касающейся текущей ситуации в банковской сфере Российской Федерации. Методом сравнительно-исторического анализа выявлены этапы ее трансформации в условиях обострения конкуренции на финансовых рынках. Были рассмотрены основные показатели, характеризующие деятельность крупнейших финансовых учреждений РФ, а также степень возможного влияния процесса наращивания нефинансовых активов на изменение данных показателей. При анализе проблемы, рассмотренной в настоящей статье, применялся метод системного анализа, а также комплекс других инструментов научного исследования.

Результаты исследования

Конкуренция на банковском рынке

Текущий период характеризуется обострением конкурентной борьбы между банками в сфере потребительского кредитования. Необеспеченное кредитование физических лиц – это тот «пузырь», который в настоящее время азартно раздувает банковское сообщество, где каждый участник вносит свой посильный вклад, независимо от размера и позиции на российском финансовом рынке. За 1-е полугодие 2021 года банковский сектор выдал около 9 млн потребительских кредитов, что на 44% больше, чем за аналогичный период предыдущего года¹. Август стал рекордным месяцем в беззалоговом кредитовании, когда было выдано необеспеченных кредитов в общей сложности на сумму почти в 648 млрд руб.²

У большинства участников банковского сектора существуют практически одинаковые продукты и сервисы с мало различающимися тарифами. Это ведет к определенному застою рынка и ослаблению потоков клиентов от одного участника рынка к другому. Периодически появляющиеся новые банковские продукты практически сразу копируются конкурентами. При этом все они держатся за ряд банковских хитростей, позволяющих манипулировать доверчивостью клиента и навязывать ему не всегда нужные банковские услуги. Например, «полис страхования жизни и здоровья заемщика часто содержит усло-

¹ ЦБ ужесточит требования к банкам в сфере потребкредитования / Ведомости. 30.07.2021. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/news/2021/07/30/880200-tsb-uzhestochit-trebovaniya-k-bankam> (дата обращения: 30.11.2021).

² Банки в начале осени сократили выдачи необеспеченных кредитов россиянам / РБК. 12.10.2021. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/616509ed9a79477e8eff8612> (дата обращения: 18.11.2021).

вие, при котором защита начинает действовать по истечении определенного срока с момента заключения договора. Кроме этого, при оформлении ссуды банки часто включают в договоры дополнительные страховые риски, которые не влияют на условия кредита, но могут составлять большую часть цены продаваемого в связке с кредитом полиса. При этом банки иногда списывают страховую премию со счета заемщика без подтверждения, а также зачастую не сообщают клиенту о возможности отказаться от страхования дополнительных рисков без ухудшения условий по займу»³.

Возникает вопрос, почему какое-либо банковское учреждение в целях расширения клиентской базы не способно отменить зависимость величины банковского кредитного процента от так называемого финансового покрытия, представляющего собой услугу по страхованию кредита. Нет, поскольку это будет означать фактическое уменьшение «стоимости» кредита и снижение доходов банка от кредитной деятельности, получаемых в данном случае не вполне корректным в отношении заемщика способом. По информации заместителя председателя Центрального банка РФ В.В. Чистюхина, «кредитное страхование жизни и здоровья заемщиков занимает второе место по сборам, после инвестиционного и накопительного страхования жизни»⁴. На отказ от финансового покрытия банки идут крайне неохотно и, как правило, делают это в рамках отдельных акционных предложений. Банковская логика проста: при отмене от «страхования» кредита у банка вырастают риски. Но тогда разумно принять возможную версию, что во многих случаях неисполнение заемщиком обязательств по обслуживанию кредита вызвано также и завышенной ставкой кредитного процента.

Финансовые супермаркеты

В условиях нежелания работать с процентной ставкой («стоимостью денег») банки в качестве инструмента расширения клиентской базы идут по направлению создания для клиента комфортных условий обслуживания, а также комплексного предоставления финансовых услуг. Например, банк может обеспечить клиенту не только размещение депозитов или получение кредитов, но также предложить инвестиционные консультации, страхование транспортных средств и проч. Потребитель,

экономя время и усилия за счет отсутствия необходимости посещать отдельные инвестиционные, страховые и др. учреждения, в рамках «одного окна» получает необходимые ему продукты.

На основе указанной идеи в 2000-х годах в России стали возникать так называемые «финансовые супермаркеты», главной задачей которых являлось предоставление гражданам комплекса финансовых продуктов, в первую очередь, банковских, в рамках одного банковского учреждения. Понятно, что логика межбанковской конкуренции основной целью указанного нововведения ставит консолидацию потребительского спроса на финансовые услуги в пределах одной банковской группы, а получаемых доходов – на счетах специально создаваемых дочерних страховых обществ, инвестиционных и консультационных компаний, брокерских агентств и др.

Считается, что финансовые супермаркеты представляют собой универсальные банковские учреждения, однако мировая практика предусматривает их классификацию по следующим направлениям: 1) розничные банковские услуги; 2) страховые услуги; 3) инвестиционные продукты⁵.

В российской практике подобные границы выражены неявно, и если банковская структура именует себя финансовым супермаркетом не ради модного слогана или саморекламы, то она может выступать как объединение разнопрофильных финансовых учреждений, таких как негосударственные пенсионные фонды, брокерские конторы, страховые компании, паевые инвестиционные фонды и др. При этом направления деятельности финансового супермаркета не выходят за пределы финансовых рынков, а организации бизнеса в целом укладывается в традиционную модель (рис. 1).

Организаторы подобных сообществ получают вполне конкретные результаты, среди которых: увеличение объемов продаж, объединение или обмен клиентскими базами по различным направлениям деятельности, экономия средств за счет устранения дублирующих функций, снижение расходов на рекламу и проч. Следует признать, что при подобной расфокусировке бизнес-целей могут возникать риски падения эффективности профильной банковской деятельности. Однако подобная конфигурация смежных направлений

³ В ЦБ перечислили уловки банков при страховании заемщиков / РБК. 12.10.2021. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/616509ed9a79477e8eff8612> (дата обращения: 18.11.2021).

⁴ ЦБ предложил единые требования к продаваемым с потребкредитами страховкам / РБК. 14.10.2021. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6168301f9a79470d8e003800?https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6168301f9a79470d8e003800> (дата обращения: 12.11.2021).

⁵ Финансовый супермаркет: особенности деятельности и перспективы развития / FB.ru. URL: <https://fb.ru/article/460013/finansovyyi-supermarket-osobennosti-deyatelnosti-i-perspektivy-razvitiya>. (дата обращения: 18.11.2021).



Составлено автором.

Рис. 1. Модель «традиционной» экосистемы бизнеса

Developed by the author.

Fig. 1. The «traditional» business ecosystem model

финансового бизнеса удобна для клиента и, в целом, остается в контуре регуляторной ответственности Центробанка РФ.

Дополнительный импульс активному развитию финансовых супермаркетов придала цифровизация, которая не могла не отразиться на формате работы банковских учреждений с клиентами. Для многих стало обычной практикой использование банковских автоматов, выполняющих, по сути, функции целого банковского отделения, или применение еще относительно недавно внедренных цифровых технологий по обслуживанию клиентов в рамках услуг «онлайн-банкинга». Электронные (карточные) платежи уже не являются какой-либо экзотикой, доступной банковским VIP-клиентам, а благодаря массовому использованию уверенно вытесняют наличные деньги из сферы потребительских расчетов. К 2030 году все банковские учреждения, согласно прогнозам консалтинговой компании KPMG, перейдут на режим онлайн-работы с своими клиентами на основе различных цифровых сервисов и приложений [27, С. 422].

Цифровые экосистемы

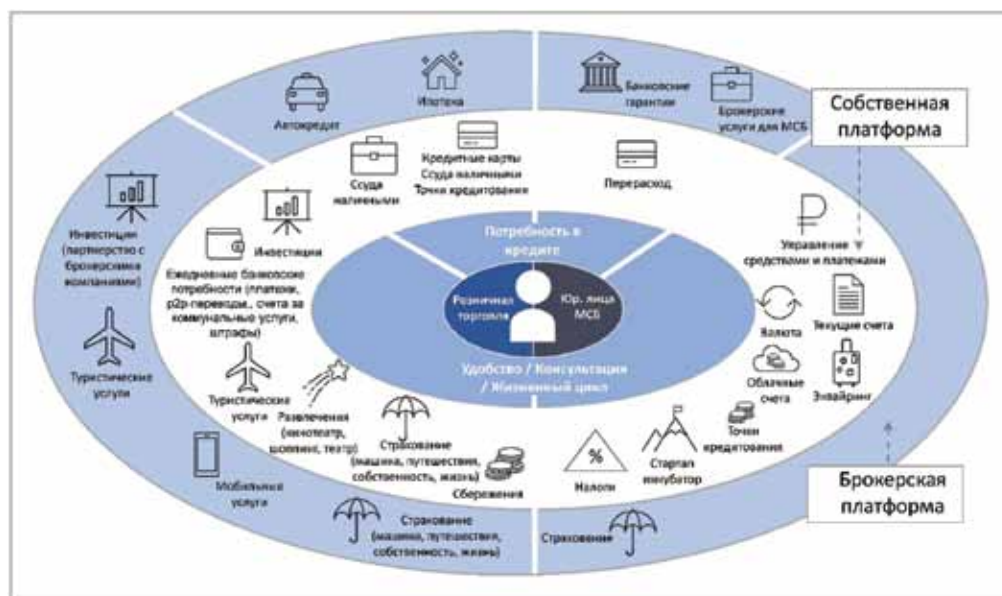
Как уже было сказано, пандемия коронавируса усилила зависимость общества от цифровых технологий. Для банковских учреждений это нашло отражение в новых направлениях работы, в том числе, базирующихся на экосистемном подходе, который стал сегодня одной из форм межбанковской конкуренции (рис. 2).

Глава Сбербанка, Г. Греф, описывает идею создания цифровых экосистем следующим образом: «Экосистема – создание вокруг человека очень удобной системы оказания спектра услуг, необходимых для его жизни ... Такой же набор сервисов с минимальными потерями времени, в очень высоком качестве и за маленькие деньги – может оказывать одна компания»⁶. Иными словами, банк создает комфортную среду обслуживания, наполненную разнообразными сервисами, заводит туда клиента и открывает таким образом широкие перспективы для делового творчества и роста собственного бизнеса.

Собственно, идея экосистемы не нова. Прилагательное «цифровая» вводит эту идею в русло современных тенденций, однако сложно не заметить, что в содержательном плане данное понятие очень похоже на далеко не новую идею One-Stop Shop, где потребитель, не расходуя времени на поиски услуг или товаров, получает все в рамках «единого окна», вероятно, неся некоторые издержки за подобное удобство в виде более высокой цены или отсутствия скидок.

В чем заключаются основные отличия финансовых супермаркетов от цифровых экосистем? Однозначно, что отличие не состоит в цифровизации бизнес-деятельности, так как практически все традиционные банковские сервисы уже переведены в «цифру». Это объективный императив современного периода, несоответствие которому ослабляет рыночные позиции банковского учреждения.

⁶ «В этот кризис у нас есть уникальный шанс измениться» Эксклюзивное интервью Германа Грефа: о спасении бизнеса, деньгах россиян и мире после коронавируса / Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/articles/2020/04/21/grefinterview/> (дата обращения: 10.05.2021).



Составлено автором.

Рис. 2. Модель цифровой экосистемы банка

Developed by the author.

Fig. 2. Bank digital ecosystem model

Основная разница заключается в том, что экосистема банковского учреждения уже не представляет собой структуру исключительно финансовой направленности, а включает определенное количество сервисов нефинансового характера. В результате возникает своего рода «экосистема в экосистеме» [28, С. 1116]. Указанное обстоятельство формирует деструктивную тенденцию: наличие непрофильных компонентов «размывает» традиционную сферу деятельности банка, и в этой части выводит его из-под контроля регулятора – Центробанка РФ.

Другое отличие заключается в том, что финансовый супермаркет – это предложение покупателю большого набора услуг одной организации, а в экосистеме – это также широкий спектр услуг, однако объединенных между собой системой взаимоподдерживающих связей. Для финансовых супермаркетов характерна проблема разрозненности и несогласованности каналов продаж, где службы банка действуют обособленно, как отдельные магазины в торговом центре. При экосистемном подходе клиент, потребляя базовые продукты экосистемы, постепенно вовлекается в оборот других сервисов, находящихся в ее периметре. В результате, вокруг него создается определенный комплекс услуг и продуктов, направленных на удовлетворение ключевых потребностей клиента, в том числе нефинансового характера. Помимо удобства их получения, экосистемы стимулируют потребителя пользоваться включенными в нее сервисами за счет предоставления бонусов

лояльности, таким образом снижая его потребительские затраты. Так, владелец банковской карты Сбербанка при покупках в рамках экосистемы данного банковского учреждения получает кэшбэк баллами «Спасибо», которые приобретают покупательскую способность только в случае дальнейших покупок в рамках экосистемы Сбера. Или, приобретая подписку «Сбер Прайм плюс», потребитель получает скидки и более выгодные для него условия по любым другим продуктам этой экосистемы (рис. 3).

Таким образом, благодаря интеллектуальным технологиям и смене организационных принципов функционирования бизнеса, произошло дальнейшее изменение форм банковской деятельности – от финансовых супермаркетов к банковским экосистемам.

Активное расширение сети Интернет предоставило возможность упростить и вывести на новый качественный уровень способы доставки до потребителя многих услуг, а также обеспечить рыночную согласованность между ними. Иными словами, банковское учреждение, получая клиента финансового сектора, вовлекает его, за счет использования многовекторной системы бонусов и скидок, действующих в отношении дружественных сервисов, в потребление услуг нефинансового характера, сконцентрированных в рамках банковской экосистемы. Благодаря системе реальных стимулов банк получает лояльность потребителя и одновременно минимизирует усилия и затраты



Источник: Стратегия группы «Сбер» на период до 2023 года. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (дата обращения: 18.11.2021).

Рис. 3. Объединение потребностей физических и юридических лиц на базе финансового бизнеса Сбербанка

Source: Strategy of the Sberbank group for the period up to 2023. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (date of access: 18.11.2021).

Fig. 3. Combining the needs of individuals and legal entities based on the financial business of Sberbank

дружественных сервисов на расширение клиентской базы. Одновременно это выгодно и пользователю, так как последний получает продукты экосистемы дешевле. Возможен также обратный порядок формирования лояльности клиента – от нефинансового сектора экосистемы в сторону потребления банковских услуг.

Источники столь высокого интереса банковских учреждений к развитию экосистем за счет небанковских сервисов достаточно очевидны.

1. **Конкуренция.** Банковский сектор развивается в условиях жесткой конкурентной среды, в которой резервы экстенсивного роста исчерпаны (рынок поделен, «популяционный дивиденд» больше не работает, клиентская база стабилизирована) [29, С. 52]. Экосистемы, предоставляющие банку лояльных клиентов, становятся в данных условиях конкурентным преимуществом.

2. **Диверсификация.** В условиях жесткой конкуренции банки ищут дополнительные источники доходов, в том числе происходящие из нефинансовой сферы. Приобретение подобных активов, при отсутствии регуляторных ограничений со стороны Центробанка России, становится средством диверсификации источников доходов для банковских структур. Вместе с тем, данные активы одновременно генерируют потенциальные риски для основной деятельности, так как управление непрофильными активами требует специфической квалификации, которой банковские служащие мо-

гут не обладать. Кроме того, на покупку направляются денежные средства, имеющиеся в качестве источников сбережения организаций и граждан, хранящиеся на банковских депозитах, или нераспределенную прибыль акционеров.

3. **Монетизация клиентских данных.** Цифровые экосистемы позволяют крупным банкам монетизировать накопленные данные о клиентах. Специфика банковской деятельности такова, что, аккумулируя данные о финансовых транзакциях, банк, на основании расходных проводок с клиентских счетов, имеет достоверную и практически полную информацию о жизни клиента: его потреблении, привычках, предпочтениях и проч. На основании соответствующего анализа можно составить модель потребительского поведения индивидуума, а добавив дополнительную информацию, например, из открытых источников, можно претендовать на создание психологического портрета потребителя. Если ранее сбор, анализ и хранение подобных данных сталкивались с отсутствием технологических возможностей, то в настоящее время передовые технологии, такие как искусственный интеллект, биг-дата, серверы и облачные хранилища, позволяют обрабатывать огромные массивы данных. Объем клиентской информации у банковской экосистемы существенно больше того, которым располагает непосредственно банковское учреждение, поэтому любой банк, создающий свою экосистему, должен быть готов к операциям с огромным количеством данных. Например, по

состоянию на март 2020 года экосистема Сбера располагала более 120 ПБ клиентских данных⁷. Средние или малые банки уже не могут себе позволить затрат на обслуживание подобных информационных массивов.

4. *Таргетирование услуг.* Сбор информации о клиентах банковских экосистем в совокупности с современными технологиями обработки данных позволяет банковской структуре разрабатывать пакеты персонализированных предложений, ориентированных на конкретного клиента. Персонализация представляет собой один из ключевых трендов текущего десятилетия⁸. И если ранее банковские продукты были ориентированы на широкий круг потребителей или отдельные их группы (например, пенсионеры, студенты, военнослужащие и др.), то наличие информации о клиенте и совершенствование систем изучения его потребительских предпочтений позволяют участникам банковской экосистемы осуществлять более тонкую настройку работы с потребителями.

5. *Защита рынка.* Уже созданные экосистемы представляют собой мощный барьер для выхода на рынок банковских услуг новых участников, которые должны обеспечить не только соответствующий уровень основного продукта, но и быть способными к конкуренции с комплексом независимых, взаимодополняющих услуг нефинансового характера, объединенных в экосистемы основных участников банковского рынка. Они, как указывалось выше, уже имеют устойчивую клиентскую базу, которая, в силу получаемых бонусов и преференций, достаточно инертна в отношении смены обслуживающего банка.

Нефинансовый сектор экосистемы Сбера

До настоящего времени «локомотивами» создания цифровых банковских экосистем в России выступают лишь самые крупные, системообразующие банки. Малые и средние банковские учреждения неспособны к большим вложениям в непрофильные активы, так как экосистемы – это весьма капиталоемкие проекты, окупаемые лишь при наличии обширной клиентской базы.

Основным банком, который наиболее последовательно расширяет свою цифровую экосистему, является Сбербанк. Данное учреждение занимает господствующее положение на российском

финансовом рынке, обслуживая более половины совокупного количества банковских клиентов в РФ. Его доля в общем числе счетов физических и юридических лиц насчитывает 56%. Контролируя примерно 65% платежных карт и более 70% торгового эквайринга и P2P-переводов, Сбербанк обладает не только мощнейшими финансовыми возможностями, но и огромным массивом данных о клиентах, об их деловых и потребительских предпочтениях, зафиксированных в проведенных транзакциях⁹.

В 2020 году Сбербанк объединил свои финансовые и нефинансовые активы под единым зонтичным брендом «Сбер».

Банк активно занимается приобретением непрофильных активов, относящихся к самым различным направлениям бизнес-деятельности, включая торговлю недвижимостью, телемедицину (Doc. Doc) или высокопроизводительную обработку данных (GridGain). Совокупная величина капиталовложений Сбера в активы нефинансовых направлений составила на конец 2020 года примерно 150 млрд руб.

Одновременно с покупкой действующих компаний Сбер приобретает стартапы, тестируя с их помощью новые перспективные сегменты рынка. В ядре экосистемы расположены подразделения SberX и несколько исследовательских центров, занимающихся координацией развития в рамках экосистемного подхода (Robotics, Artificial intelligence, Blockchain). Целью подобных действий является трансформация Сбера из традиционного банковского учреждения в высокотехнологичную экосистемную компанию уровня Amazon или Google.

Многие сервисы, входящие в экосистему Сбера, работают не только на свою группу, но и обслуживают его партнеров и внешних клиентов (например, рекламная платформа B2B Segmento, использующая информацию о покупках клиентуры Сбера, или платформа BiZONE по киберзащите и охране деловой репутации в сети Интернет).

В рамках развития своей экосистемы Сбер активно вступает в стратегические альянсы с другими компаниями, как, например, Союзмультфильм, Центр речевых технологий, Mail.ru Group. Учитывая рыночную востребованность тех или иных направлений бизнес-деятельности среди потре-

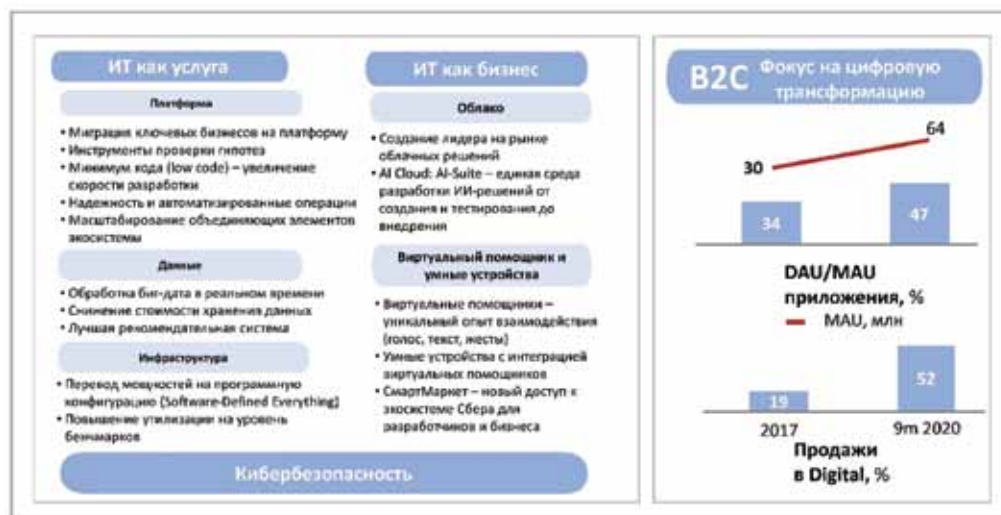
⁷ Пешнев-Подольский Д.И., Хайруллин С.А. Тренды развития банковских экосистем / vc.ru. 21.02.2020. URL: <https://vc.ru/bcs-bank/108343-trendy-razvitiya-bankovskih-ekosistem> (дата обращения: 11.11.2021).

⁸ Там же.

⁹ Экосистемы: подходы к регулированию. Доклад для общественных консультаций. М.: ЦБ РФ, 2021. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения: 11.12.2021).

бительского сообщества, Сбер в своих приобретениях большое внимание уделяет также технологическому потенциалу приобретаемых активов за счет будущих цифровых трансформаций¹⁰ (рис. 4).

На конец 2021 года в периметре экосистемы Сбера насчитывалось более 50-ти нефинансовых компаний, а ежемесячная аудитория таких сервисов группы составляла более 60 млн человек.



Источник: Стратегия группы «Сбер» на период до 2023 года. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (дата обращения: 18.11.2021).

Рис. 4. Цифровая трансформация группы Сбер

Source: Strategy of the Sberbank group for the period up to 2023. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (date of access: 18.11.2021).

Fig. 4. Digital transformation of the Sber group

Все непрофильные активы Сбера представляют быстро развивающиеся отрасли, сфокусированные на применении цифровых технологий. По этой причине их продукты оказались чрезвычайно востребованными в период расширения пандемии COVID-19, когда различные цифровые предложения (доставка продуктов, готовой еды, товаров потребительского назначения, а также развлечения и медиа-сервис) обрели огромный спрос.

В 2020 году доходы Сбербанка от нефинансовых активов (71,4 млрд руб.) в 2,7 раза превысили показатель 2019 года (26,4 млрд руб.). Наиболее весомый вклад непрофильного бизнеса внесли сервисы сегмента B2B (33,6 млрд руб.). Далее следует сегмент электронной торговли (E-commerce) с выручкой в 12,9 млрд руб., после – сегменты «Развлечения», FoodTech & Mobility, «Здоровье»

(Health) с 7,4, 4,8 и 2,1 млрд руб. соответственно. Остальные сервисы заработали для группы Сбер 10,6 млрд руб.¹¹ Доналоговая прибыль от нефинансовых активов составила по итогам 2020 года 8,6 млрд руб. Доходы всего Сбербанка в данный период составили 3,37 трлн рублей (+2,2% к 2019 году). Это означает, что вклад нефинансового бизнеса находится на уровне чуть больше 2%. Доля в операционном доходе составляет 1,1%¹². Несмотря на то что нефинансовый сектор демонстрирует рост, и по итогам 1-го квартала 2021 года его доля в выручке Сбера составила уже 3,8%, результаты указанной бизнес-деятельности пока меркнут на фоне достижений самого Сбербанка. Однако Сбер видит «уникальные возможности для развития нефинансовых сервисов на горизонте 2030 года» и планирует радикально увеличить

¹⁰ Экосистемы: подходы к регулированию. Доклад для общественных консультаций. М.: ЦБ РФ, 2021. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/119960/Consultation_Paper_02042021.pdf (дата обращения: 11.12.2021).

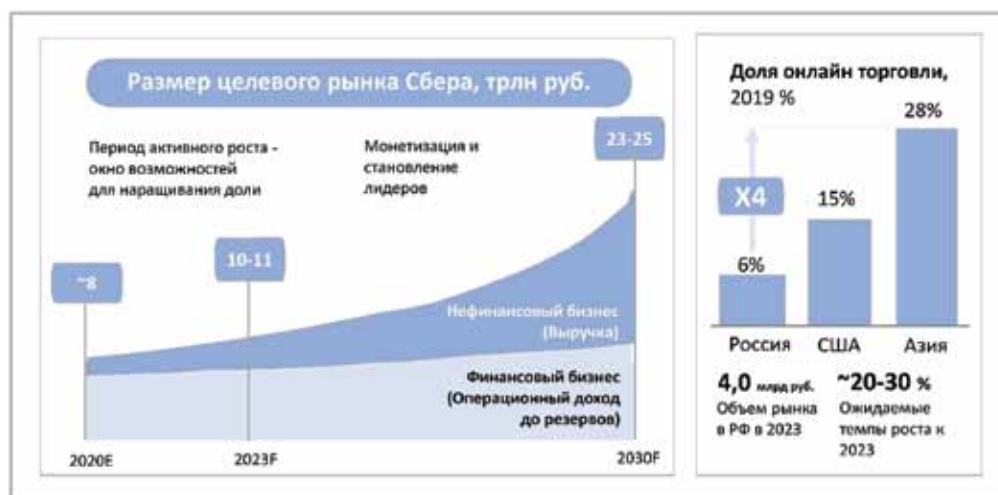
¹¹ Прим. Автора: Указанный показатель рассчитывается пропорционально доле компании, которой группа Сбер владела в течение отчетного периода.

¹² Сбербанк впервые раскрыл доходы от своего небанковского бизнеса / РБК. 04.03.2021. URL: <https://www.rbc.ru/finances/04/03/2021/603fa5459a7947ca835669a1?> (дата обращения: 11.05.2021).

эффективность непрофильных активов за текущее десятилетие¹³.

Согласно стратегии Сбера, до 2023 года будет продолжаться период активного роста нефинансовых сервисов – «окно возможностей для наращивания доли» рынка¹⁴. Далее, до 2030 года будет период монетизации и становления лидеров:

размер целевого рынка нефинансовых сервисов Сбера прогнозируется в районе 23–25 трлн руб. Запланирован рост эффективности выполнения рутинных процессов на основе искусственного интеллекта на 100%, а также финансовый результат вклада искусственного интеллекта в 360 млрд руб. При этом долю на рынке финансовых услуг планируется оставить неизменной (рис. 5).



Источник: Стратегия группы «Сбер» на период до 2023 года. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (дата обращения: 18.11.2021).

Рис. 5. Развитие нефинансовых сервисов экосистемы Сбер до 2030 года

Source: Strategy of the Sberbank group for the period up to 2023. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (date of access: 18.11.2021).

Fig. 5. Development of non-financial services of the Sber ecosystem until 2030

Основной вопрос к политике развития группы Сбер заключается в обоснованности имплементации в цифровую экосистему огромного количества совершенно разнопрофильных и несвязанных между собой в производственном отношении сервисов. Насколько положительно подобная диверсификация влияет на эффективность бизнеса, с учетом того, что более 50-ти компаний из самых различных направлений деятельности приносят группе Сбер всего лишь 2% дохода? Не выступит ли подобное «распыление» финансового потенциала, деловой активности менеджмента и персонала источником формирования будущей неустойчивости бизнес-группы? Косвенно на наличие проблемы указывает факт разбросанности предложений Сбера по разнообразным сайтам и при-

ложениям, а также то, что многие продукты даже не ассоциируются потребителями с именем банка (Ситимобил, Okko, Delivery, Doc.Doc и проч.). О какой лояльности клиента можно говорить, если он не осознает объект своей потенциальной лояльности?

На данный вопрос в интервью РБК ответил Г. Греф: «Все наши покупки за последние шесть лет – это 145 млрд руб. ... – полуторамесячный объем нашей прибыли, 3% нашего капитала ... У нас маржинальность всех основных [компаний] – 30–40% ... Сбер может в любой момент прекратить рост акционерной стоимости ... и все наши компании без исключения будут работать с хорошей рентабельностью»¹⁵.

¹³ Скромное обаяние экосистемы / РБК URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2021/03/05/603fa5459a7947ca835669a1> (дата обращения: 11.05.2021).

¹⁴ Презентация стратегии Сбера на период до 2023 года. URL: https://www.sberbank.com/common/img/uploaded/files/info/sber_investor_day-strategy_2023_ru.pdf. (дата обращения: 18.11.2021).

¹⁵ Греф ответил на «два мифа» об экосистеме «Сбера» / РБК. 22.04.2021. URL: <https://www.rbc.ru/finances/22/04/2021/6080a56f9a79475da3880f59> (дата обращения: 10.09.2021).

Другие российские банки, реализующие экосистемный подход в своей деятельности

Тинькофф, с самого начала организованный по модели дистанционной работы с клиентами, существенно отличается от Сбера. Банк, не имея ни одного филиала или представительства (кроме центрального офиса в столице), охватывает в своей деятельности практически всю территорию Российской Федерации. Бизнес-модель банка Тинькофф продемонстрировала, что в современных условиях ведущее значение в организации банковского бизнеса имеет не непосредственная, личная работа с клиентом, а виртуальные интернет-системы, на основе которых и развивается деятельность бизнес-группы.

Стратегия банка Тинькофф базируется на «нишевом» подходе, подразумевающим выстраивание осмысленной потребительской инфраструктуры вокруг текущих потребностей клиента с упором на розничный сегмент. Позиционируя себя в качестве финансовой онлайн-системы, ориентированной на потребности клиента и предоставляющей полный набор финансовых услуг для физических и юридических лиц, Тинькофф охватывает такие направления, как страхование, консультирование и управление инвестициями, сервисы для бизнеса и др. Серьезные перспективы компания связывает с развитием лайфстайл-банкинга, в рамках которого клиенты получают возможность анализировать и планировать персональные расходы, инвестировать свои сбережения, получать в рамках программ лояльности различные бонусы, бронировать поездки, заказывать места в ресторанах, покупать билеты в кинотеатрах и др. В периметре экосистемы сконцентрированы такие услуги, как электронная торговля, досуг, здоровье, доставка, каршеринг, автозаправка и др.

Единым каналом доступа к услугам онлайн-экосистемы Тинькофф выступает так называемое «суперприложение» (Super App), которое аккумулирует широкий спектр собственных продуктов группы Тинькофф (как финансовых, так и услуг системы «лайфстайл»), а также сервисы партнеров компании, которые по схеме «App-in-App» имплементируются в экосистему через интерфейс суперприложения посредством Open API. Таким образом, не будет преувеличением утверждать, что в сравнении со Сбером группа Тинькофф предлагает более практичные решения¹⁶.

С учетом новых тенденций на рынке финансовых услуг свои перспективы построения открытой экосистемы на основе цифровых технологий обозначил и банк ВТБ. В качестве основных нефинансовых направлений своей экосистемы банк выделил 6 направлений: электронная коммерция и ритейл, технологические компании, транспортные услуги, индустрия развлечений, сервисы объявлений, телекоммуникационная сфера.

Уже работает жилищная микросистема «Метр квадратный», оказывающая услуги в вопросах, связанных с приобретением недвижимости, а также с проведением планировки и ремонтных работ. В рамках жилищной программы клиентам предлагается доступ к огромной базе недвижимости в Москве и Санкт-Петербурге, а также ипотечное кредитование банка ВТБ и его партнеров. Запланирован запуск приложений по поиску жилья, по предоставлению услуг онлайн-бухгалтерии и так называемая «биржа баллов» в рамках программы лояльности. Доступ к цифровой экосистеме ВТБ производится посредством мобильных приложений и сайтов unicom24.ru и m2.ru, а также традиционных удаленных сервисов банка.

Со стороны Альфа-Банка каких-либо намерений по созданию цифровой экосистемы до настоящего времени не анонсировано. Банк проявляет осторожный подход к реализации новых направлений, опасаясь не справиться с возвратом дорогостоящих вложений. Пока за рамками исключительно «классических» финансовых услуг в банке можно обнаружить лишь сервис «Светофор», занимающийся аудитом юридических лиц с позиции проверяющих органов; систему оказания содействия в получении налогового вычета в дистанционном формате; платформу формирования инвестиционного портфеля в режиме «онлайн»; а также ряд других, более мелких услуг.

Другой лидер российского банковского сообщества, Газпромбанк, также заметно отстает в создании цифровой экосистемы, предлагая клиентам лишь приложение по управлению инвестициями, а также брокерские услуги через терминал ИТС GPB-i-Trade¹⁷.

Позиция регулятора к практике создания банками цифровых экосистем

За процессом активного развития банковских экосистем внимательно наблюдает Центробанк

¹⁶ Рейтинг экосистем российских банков. URL: https://finslugi.ru/navigator/stat_rejting_ekhosistem_rossijskih_bankov (дата обращения: 10.09.2021).

¹⁷ Рейтинг экосистем российских банков. URL: https://finslugi.ru/navigator/stat_rejting_ekhosistem_rossijskih_bankov (дата обращения: 10.09.2021).

России. В специальном докладе относительно конкуренции на финансовых рынках указывается, что:

- «крупные банки, продавая финансовые и нефинансовые продукты через экосистемы, ограничивают доступ других игроков к их каналам дистрибуции. Это создает нерыночные конкурентные преимущества для тех организаций, которые получили доступ к сети, укрепляет позиции крупных игроков-администраторов экосистемы и создает барьеры роста для поставщиков финансовых услуг, доступ которым к экосистеме был ограничен»¹⁸;
- «в некоторых случаях крупнейшие из таких игроков используют в качестве конкурентного преимущества такой фактор, как особые отношения с государством (например, первоочередное получение данных из государственных информационных систем)»¹⁹;
- в экосистемах крупных финансовых организаций «собираются большие массивы наиболее значимых данных о гражданах. Такие компании имеют достаточно свободных средств для стремительного расширения своей экспертизы и своего бизнеса за счет покупки технологических компаний и стартапов»²⁰;
- кроме того, крупные банки «в рамках своих экосистем задают собственные правила работы, замыкают граждан в периметре своих экосистем, тем самым заменяя собой государственные институты и оказывая существенное влияние на экономические показатели»²¹.

Таким образом, регулятор констатирует, как минимум, три крупных нарушения рыночного поведения со стороны его подопечных, осуществляемые за счет развития экосистемного подхода. Это – монополизация (олигополизация) рынка «крупными банками», в том числе использующими «особые отношения с государством»²², сбор личных данных клиентов для применения в своем бизнесе, а также покушение на исполнение функций «государственных институтов». Выводы, мягко говоря, выходят далеко за рамки экономических исследований.

Однако, как следует далее, сильнее регулятор обеспокоен «непродуктивными» и «заморажива-

ющими» капитал инвестициями в нефинансовые сервисы. По расчетам Центробанка, совокупные капиталовложения 30-ти крупнейших банковских организаций в нефинансовый сектор, непрофильную недвижимость и инвестиционные фонды составляют сумму в 2,4 трлн руб., или почти 20% совокупного капитала банков. При этом регулятивный капитал покрывает указанные инвестиции лишь на 0,4 трлн руб., или 15% балансовой стоимости.

С учетом указанного факта регулятор планирует, что в перспективе 3–5-ти лет к подобным участникам финансового рынка будут ужесточаться условия по величине необходимого капитала и требованиям по раскрытию отчетности.

ЦБ РФ намерен ввести риск-чувствительный лимит, то есть установить предельную долю объема инвестиций банков в активы подобного рода. Если банковские капиталовложения в непрофильные направления превысят предельный уровень лимита, то сумма превышения будет исключаться из регулятивного капитала, что, в свою очередь, будет напрямую влиять на ключевые показатели достаточности собственных средств банка. По убеждению регулятора, подобный подход не повлияет на деятельность банков с умеренными величинами непрофильных активов, находящихся на балансе. Но если банк обладает большими объемами непрофильных активов, или данные активы несут повышенные риски, превышение лимита должно покрываться капиталом²³.

Понятно, что регулятора, действующего в периметре прописанных ему институциональных границ, интересуют лишь узковедомственные вопросы, относящиеся к возможному возникновению рисков для устойчивости банковской системы. Вопросы развития экономики, предпринимательской среды в Российской Федерации не входят в функционал ЦБ РФ. Однако речь идет о системообразующих банках – о ядре экономической системы страны, и в этой связи вызывает недоумение робость нынешнего руководства Центробанка РФ в отношении конкуренции на финансовых рынках, о развитии которой очень любят рассуждать отечественные чиновники от экономики. В оценке текущих про-

¹⁸ Пешнев-Подольский Д.И., Хайруллин С.А. Тренды развития банковских экосистем / vc.ru. 21.02.2020. URL: <https://vc.ru/bcs-bank/108343-trendy-razvitiya-bankovskih-ekosistem> (дата обращения: 11.11.2021).

¹⁹ Подходы банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке. Доклад для общественных консультаций. М.: ЦБ РФ, 2019. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/90556/Consultation_Paper_191125.pdf (дата обращения: 10.12.2021).

²⁰ Там же.

²¹ Там же.

²² Там же.

²³ ЦБ ограничит для банков строительство экосистем / РБК. 23.06.2021. URL: <https://www.rbc.ru/finances/23/06/2021/60d2db9c9a79471e3d878324> (дата обращения: 11.11.2021).

цессов качественного перерождения системообразующих банков регулятор, который за предыдущие 7 лет решительно переформатировал всю банковскую систему Российской Федерации, занимает наблюдательную и выжидательную позицию. Или же опять действует пресловутый принцип «Quod licet Iovi (Jovi), non licet bovi»?²⁴

*Риски экосистемного подхода
в банковском секторе*

Несомненно, меры, направленные на расширение клиентской базы, являются необходимым условием развития банковского учреждения. С этой целью банк развивает различные сервисы и услуги, которые должны способствовать консолидации вокруг него существующих клиентов и привлечению новых. Развитие нефинансового сегмента банковских экосистем также, в первую очередь, нацелено на повышение рыночной доли материнского банка. Например, за счет своей экосистемы Сбербанк планирует к 2023 году дополнительно пополнить клиентскую базу 150 тыс. юридических лиц.

В то же время, экосистемный подход (в части использования непрофильных направлений) содержит ряд ощутимых негативных эффектов, которые осуществляют эрозию как непосредственно банковской деятельности, так и условий ведения бизнеса в Российской Федерации.

1. *Возникновение рисков потери устойчивости банков.* Банковское учреждение, балансируя между интересами двух целевых групп его деятельности – вкладчиками и заемщиками, постоянно находится в состоянии латентных рисков, а непрофильные вложения и осуществление банком несвойственной ему функции делают указанные риски вполне реальными. При этом, если риски, возникающие у малых или средних банков, ложатся «на плечи» его вкладчиков и зачастую купированы отзывом банковской лицензии, то риски, возникающие у системообразующего банка, становятся ответственностью всего общества по схеме «too big to fail»²⁵.

2. *Монополизация (олигополизация) финансового рынка.* Создание и развитие цифровой банковской экосистемы выступает в качестве конкурентного преимущества на межбанковском рынке. Одновременно обеспечение данного преимущества является весьма затратным проектом, который способны реализовать и довести до окупаемости только крупные банки. Указанное обстоятель-

ство ставит участников банковской системы в неравное положение, что усугубляет дальнейшее развитие процесса олигополизации банковской сферы. На фоне стремительного внедрения экосистемного подхода в экспертном сообществе возникают вполне закономерные вопросы. «Можно ли остаться успешным классическим банком за счет исключительно клиентского сервиса, и можно ли его обеспечить без экосистем?» [30, С. 194]. С учетом современных тенденций ответ будет, скорее, отрицательным. Малые и средние банки обладают ограниченными возможностями инвестирования в новейшие цифровые технологии и создание ИТ-инфраструктуры и, следовательно, не способны составить полноценную конкуренцию лидерам рынка. В подобных обстоятельствах они вынуждены либо покидать рынок, либо вступать в рискованные клиентские сегменты и направления банковского бизнеса.

3. *Ограничение доступа на рынок.* Работающие экосистемы являются мощным ограничительным фактором при выходе на рынок банковских услуг новых участников [31, С. 10]. Последние должны обеспечить не только соответствующий уровень финансовых предложений, но и быть способными к конкуренции с комплексом услуг нефинансового характера, объединенных в экосистеме действующих участников банковского рынка.

4. *Монополизация (олигополизация) нефинансовых рынков.* Включение в периметр интересов крупной банковской структуры нефинансовых направлений, относящихся, как правило, к высококонкурентной среде, формирует дисбаланс возможностей участников рынка. В результате происходит монополизация финансовыми организациями не только финансового рынка, но и других отраслей экономики.

5. *Сокращение сферы деятельности МСП.* Непрофильные направления банковской экосистемы традиционно относятся к сфере малого и среднего предпринимательства (МСП), а включение в орбиту интересов крупного банка «вырывает» данные виды предпринимательской деятельности из сферы МСП, о необходимости развития которого неустанно рассуждают экономические власти. Указанное обстоятельство, с учетом сужения возможности расширения деловой активности широкого круга членов общества, имеет к тому же негативный социальный эффект.

²⁴ Прим. Автора: С лат. – «Что дозволено Юпитеру, не дозволено быку».

²⁵ Прим. Автора: С англ. – «Слишком большой, чтобы потерпеть неудачу (обанкротиться)».

6. *Создание неравных рыночных условий для субъектов МСП.* Немаловажно обстоятельство, что предприятия, входящие в цифровые экосистемы банков, по характеристикам, применяемым для определения принадлежности к сфере МСП (численность персонала, оборот и проч.), причисляются к средним и малым предприятиям, и, соответственно, пользуются равными правами при истребовании преференций, предоставляемых государственными властями в рамках поддержки МСП (в частности, выделение обязательной доли при проведении закупок на товары и услуги, осуществляемые за счет бюджетных средств). В этой связи возникает риторический вопрос, кто обладает большими шансами победить в конкурсе на госзакупки: «экосистемная» компания, имеющая доступ к мощным организационным, финансовым и лоббистским ресурсам материнского банка, или компания, самостоятельно работающая на открытом рынке?

7. *Снижение уровня защищенности личных данных.* Как указано в цитируемом нами документе Центробанка, «создание больших экосистем увеличивает риски утечки и неправомерного использования информации о гражданах в коммерческих интересах, снижения контроля со стороны государства за безопасностью оборота информации о гражданах»²⁶.

Выводы

В апреле 2009 года, на волне мирового финансового кризиса 2008–2009 годов, спровоцированного последствиями азартного ажиотажа банковских спекулянтов вокруг производных финансовых инструментов (деривативов), в газете «New York Times» вышла статья П. Кругмана «Сделаем банковское дело скучным»²⁷. В ней лауреат Нобелевской премии по экономике 2008 года предлагает вернуться к жесткому регулированию банковской деятельности, указывая на то, что банк должен

быть своего рода агентом в распределении финансовых потоков, действовать в строго заданных рамках, а не пускаться в финансовые авантюры, за которые потом расплачивается общество. П. Кругман предупреждал: если не провести серьезную финансовую реформу, то кризис 2008–2009 годов станет лишь прелюдией к другим, возможно, еще более серьезным потрясениям»²⁸.

Современные тенденции развития банковской сферы внушают еще больше опасений относительно сохранения фундаментальных принципов функционирования этого важнейшего сектора экономики. Без сомнения, банки должны меняться в соответствии с объективными тенденциями изменения внешней среды, становиться технологичнее, предлагать больше продуктов, в том числе использующих цифровую инфраструктуру. Цифровизация экономических отношений расширяет возможности банка. В частности, таргетирование банковских предложений и концентрация финансовых услуг на потребностях конкретного клиента, ставшие возможными благодаря внедрению современных технологий больших данных и искусственного интеллекта, делают банковский сервис доступнее, комфортнее и быстрее²⁹.

Вместе с тем, представляется, что при вполне обоснованном стремлении банка повышать маржинальность бизнеса, он должен оставаться исключительно финансовым учреждением. Его базовой функцией должно выступать обеспечение процесса трансформации сбережений в инвестиции, при котором банковское учреждение выполняет функцию посредника между теми, кто сберегает деньги (вкладчиками), и теми, кто берет их на длительный период в кредит (заемщиками). Банки должны влиять на экономику исключительно выполнением этой классической функции, а не заниматься за счет средств вкладчиков и нераспределенной прибыли акционеров скупкой всего, что может обеспечить дополнительные доходы.

²⁶ Подходы банка России к развитию конкуренции на финансовом рынке. Доклад для общественных консультаций. М.: ЦБ РФ, 2019. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/90556/Consultation_Paper_191125.pdf (дата обращения: 10.12.2021).

²⁷ Krugman P. Making banking boring / New York Times. 2009. Apr. 11–12. P. 7.

²⁸ Щербаков Г.А. Реформирование финансовой сферы как инструмент обеспечения макроэкономической стабильности // Экономика и предпринимательство. 2012. № 5(28). С. 24–29.

²⁹ Поляков И.А. Банковская экосистема – модный тренд или стратегическая необходимость? / Ведомости. 27.06.2019. URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/blogs/2019/06/27/804788-bankovskaya-ekosistema> (дата обращения: 11.11.2021).

Список источников

1. Acs Z.J., Stam E., Audretsch D.B., O'Connor A. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach // *Small Business Economics*. 2017. Vol. 49. № 1. P. 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9864-8>
2. Sussan F., Acs Z.J. The digital entrepreneurial ecosystem // *Small Business Economics*. 2017. № 49(5). P. 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5>
3. Burda Ye.D., Volkova I.O., Gavrikova E.V. Meaningful analysis of innovation, business and entrepreneurial ecosystem concepts // *Russian Management Journal*. 2020. Vol. 18. № 1. P. 73–102. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2020.104>
4. Adner R. Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy // *Journal of Management*. 2017. № 43(1). P. 39–58. <https://doi.org/10.1177/0149206316678451>
5. Раменская Л.А. Применение концепции экосистем в экономико-управленческих исследованиях // *Управленец*. 2020. Т. 11. № 4. С. 16–28. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-4-2>
6. Фадейкина Н.В., Малина С.С. Развитие теоретических представлений на категории «экосистема» и «инновационная экосистема» // *Сибирская финансовая школа*. 2021. № 2(142). С. 103–111. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46366363>
7. Высоцкая Н.В. Экосистема науки о данных как фактор цифровизации транспортно-логистической экосистемы // *Экономика, бизнес и практика логистики: Сборник статей по материалам межвузовской научно-практической конференции*. М.: Российский университет транспорта, 2020. С. 19–24. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42892018>
8. Корчагина И.В., Корчагин Р.Л. Управление финансовыми рисками технологического предпринимательства в инновационной экосистеме региона. Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2019. 128 с. URL: <https://sibac.info/books/econom/151055>
9. Коротков А.В., Зобнина М.Р. Стандарты предпринимательской экосистемы университета: рекомендации по развитию предпринимательской экосистемы. М.: Нац. Иссл. ун-т «Высшая школа экономики», 2019. 96 с. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1926-4>
10. Гаврилов С.Н., Володина С.И. Информационная (цифровая) экосистема адвокатуры в контексте экосистемы цифровой экономики России // *Актуальные проблемы российского права*. 2019. № 6(103). С. 156–166. <https://doi.org/10.17803/1994-1471.2019.103.6.156-166>
11. Moore J.F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition // *Harvard Business Review*. 1999. № 71(3). P. 75–83. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=1846370>
12. Moore J.F. The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems. New York: HarperBusiness, 1996. 297 p.
13. Клейнер Г.Б., Рыбачук М.А., Карпинская В.А. Развитие экосистем в финансовом секторе России // *Управленец*. 2020. Т. 11. № 4. С. 2–15. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-4-1>
14. Holmes C. Seeking alpha or creating beta? Charting the rise of hedge fund-based financial ecosystems // *New Political Economy*. 2009. Vol. 14. № 4. P. 431–450. <https://doi.org/10.1080/13563460903287231>
15. Berman A., Cano-Kollmann M., Mudambi R. Innovation and entrepreneurial ecosystems: fintech in the financial services industry // *Review of Managerial Science*. 2022. № 16(4). P. 45–22. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00435-8>
16. Svensson C., Udesen J., Webb J. Alliances in financial ecosystems: A source of organizational legitimacy for fintech startups and incumbents // *Technology Innovation Management Review*. 2019. Vol. 9. № 1. P. 20–32. <https://doi.org/10.22215/timreview/1209>
17. Palmié M., Wincent J., Parida V., Caglar U. The evolution of the financial technology ecosystem: An introduction and agenda for future research on disruptive innovations in ecosystems // *Technological Forecasting and Social Change*. 2020. Vol. 151(4). P. 119779. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119779>

18. *Brusoni S., Prencipe A.* The Organization of Innovation in Ecosystems: Problem Framing, Problem Solving, and Patterns of Coupling // *Advances in Strategic Management*. 2013. Vol. 30. P. 167–194.
[https://doi.org/10.1108/S0742-3322\(2013\)0000030009](https://doi.org/10.1108/S0742-3322(2013)0000030009)
19. *Kraus S., Palmer C., Kailer N., Kallinger F.L., Spitzer J.* Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century // *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2019. Vol. 25. № 2. P. 353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425>
20. *Strumeyer G., Swamy S.* The capital markets: evolution of the financial ecosystem. New York: Wiley, 2017. 646 p. <https://doi.org/10.1002/9781119220589>
21. *Kalayda S.A.* Model of creating an economic ecosystem in the framework of economic convergence under the influence of digitalization // *Journal of Applied Informatics*. 2021. Vol. 16, № 6(96). P. 28–42.
<https://doi.org/10.37791/2687-0649-2021-16-6-28-42>
22. *Lansiti M., Levien R.* The keystone advantage: what the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Boston: Harvard Business School Press, 2004. 272 p.
23. *Pierce L.* Big Losses in Ecosystem Niches: How Core Firm Decisions Drive Complementary Product Shakeouts // *Strategic Management Journal*. 2008. Vol. 30. № 3. P. 323–347. <https://doi.org/10.1002/SMJ.736>
24. *Alvedalen J., Boschma R.* A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda // *European planning studies*. 2017. Vol. 25. № 6. P. 887–903.
<https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1299694>
25. *Brown R., Mason C.* Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems // *Small Business Economics*. 2017. Vol. 49. № 3. P. 11–30.
<https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7>
26. *Haldane A.G., May R.M.* Systemic risk in banking ecosystems // *Nature*. 2011. Vol. 469. № 7330. P. 351–355. <https://doi.org/10.1038/nature09659>
27. *Пилюгина А.В., Еркович Е.А.* О подходах к проектированию экосистемы цифровых финансовых услуг // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2018). Материалы одиннадцатой международной конференции. М.: Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН, 2018. С. 422–424. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36620400>
28. *Королева Е.В., Солган Л.А.* Экосистема в экосистеме: развитие финансовых технологий в России // *Финансы и кредит*. 2021. Т. 27. № 5(809). С. 1116–1131. <https://doi.org/10.24891/fin.27.5.1116>
29. *Мищенко О.А., Привалов В.И.* Банковская экосистема как механизм снижения кредитного риска при проектном финансировании // *Экономика устойчивого развития*. 2019. № 1(37). С. 52–56. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37274237>
30. *Зокиров М.А.* Банковская экосистема: необходимость построения в условиях усиления конкуренции в розничном бизнесе // *Инновации и инвестиции*. 2019. № 9. С. 194–197. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41347220>
31. *Трушина К.В., Смагин А.В.* Тренд на развитие крупнейших банков в парадигме экосистемы (к вопросу о понятии «экосистема») // *Банковские услуги*. 2019. № 12. С. 7–11.
https://doi.org/10.36992/2075-1915_2019_12_7

Статья поступила в редакцию 17.01.2022; одобрена после рецензирования 07.02.2022; принята к публикации 20.03.2022

Об авторе:

Щербаков Геннадий Анатольевич, профессор кафедры «Системный анализ в экономике», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, д. 49), доктор экономических наук, ORCID ID: 0000-0002-3298-1638, g.shcherbakov@mail.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

References

1. Acs Z.J., Stam E., Audretsch D.B., O'Connor et al. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*. 2017; 1:1–10. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9864-8> (In Eng.)
2. Sussan F., Acs Z.J. The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*. 2017; 49(5): 55–73. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5> (In Eng.)
3. Burda Ye.D., Volkova I.O., Gavrikova E.V. Meaningful analysis of innovation, business and entrepreneurial ecosystem concepts. *Rossiiskij zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*. 2020; 18(1):73–102. <https://doi.org/10.21638/spbu18.2020.104> (In Eng.)
4. Adner R. Ecosystem as structure: An actionable construct for strategy. *Journal of Management*. 2017; 43(1):39–58. <https://doi.org/10.1177/0149206316678451> (In Eng.)
5. Ramenskaya L.A. The concept of ecosystem in economic and management studies. *Upravlenec = Manager*. 2020; 11(4):16–28. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-4-2> (In Russ.)
6. Fadeikina N.V., Malina S.S. Development of theoretical views on the categories «ecosystem» and «innovative ecosystem». *Sibirskaya finansovaya shkola = Siberian financial school*. 2021; 2(142):103–111 (In Russ.)
7. Vysotskaya N.V. Ecosystem of data science as a factor in the digitalization of the transport and logistics ecosystem. In: *Economics, business and logistics practice*: Collection of articles based on the materials of the interuniversity scientific and practical conference. Moscow, Russian University of Transport, 2020. P. 19–24 (In Russ.)
8. Korchagina I.V., Korchagin R.L. Management of financial risks of technological entrepreneurship in the innovation ecosystem of the region. Novosibirsk, Ed. ANS «SibAK», 2019. 128 p. (In Russ.)
9. Korotkov A.V., Zobnina M.R. University Entrepreneurial Ecosystem Standards: Guidelines for Developing an Entrepreneurial Ecosystem. Moscow, National Research University Higher School of Economics, 2019. 96 p. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-1926-4> (In Russ.)
10. Gavrilov S.N., Volodina S.I. IT (digital) ecosystem of the advocacy in the context of Russian digital economy ecosystem. *Aktual'nye problemy rossijskogo prava = Actual problems of Russian law*. 2019; 6(103):156–166. <https://doi.org/10.17803/1994-1471.2019.103.6.156-166> (In Russ.)
11. Moore J.F. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*. 1993; 71(3):75–83 (In Eng.)
12. Moore J.F. The death of competition: leadership and strategy in the age of business ecosystems. New York, HarperBusiness, 1996. 297 p. (In Eng.)
13. Kleiner G.B., Rybachuk M.A., Karpinskaya V.A. Development of ecosystems in the financial sector of Russia. *Upravlenets = Manager*. 2020; 11(4):2–15. <https://doi.org/10.29141/2218-5003-2020-11-4-1> (In Russ.)
14. Holmes C. Seeking alpha or creating beta? Charting the rise of hedge fund-based financial ecosystems. *New Political Economy*. 2009; 14(4):431–450. <https://doi.org/10.1080/13563460903287231> (In Eng.)
15. Berman A., Cano-Kollmann M., Mudambi R. Innovation and entrepreneurial ecosystems: fintech in the financial services industry. *Review of Managerial Science*. 2022; 16(4):45–22. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00435-8> (In Eng.)
16. Svensson C., Udesen J., Webb J. Alliances in financial ecosystems: A source of organizational legitimacy for fintech startups and incumbents. *Technology Innovation Management Review*. 2019; 9(1):20–32. <https://doi.org/10.22215/timreview/1209> (In Eng.)
17. Palmié M., Wincent J., Parida V., Caglar U. The evolution of the financial technology ecosystem: An introduction and agenda for future research on disruptive innovations in ecosystems. *Technological Forecasting and Social Change*. 2020; 151(4):119779. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119779> (In Eng.)
18. Brusoni S., Prencipe A. The Organization of Innovation in Ecosystems: Problem Framing, Problem Solving, and Patterns of Coupling. *Advances in Strategic Management*. 2013; 30:167–194. [https://doi.org/10.1108/S0742-3322\(2013\)0000030009](https://doi.org/10.1108/S0742-3322(2013)0000030009) (In Eng.)

19. Kraus S., Palmer C., Kailer N., Kallinger F.L., Spitzer J. Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2019; 25(2):353–375. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2018-0425> (In Eng.)
20. Strumeyer G., Swammy S. The capital markets: evolution of the financial ecosystem. New York, Wiley, 2017. 646 p. <https://doi.org/10.1002/9781119220589> (In Eng.)
21. Kalayda S.A. Model of creating an economic ecosystem in the framework of economic convergence under the influence of digitalization. *Prikladnaya informatika = Journal of Applied Informatics*. 2021; 16(6(96)):28–42. <https://doi.org/10.37791/2687-0649-2021-16-6-28-42> (In Russ.)
22. Lansiti M., Levien R. The keystone advantage: what the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability. Boston, Harvard Business School Press, 2004. 272 p. (in Eng.)
23. Pierce L. Big Losses in Ecosystem Niches: How Core Firm Decisions Drive Complementary Product Shakeouts. *Strategic Management Journal*. 2008; 30(3):323–347. <https://doi.org/10.1002/SMJ.736> (In Eng.)
24. Alvedalen J., Boschma R. A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda. *European planning studies*. 2017; 25(6): 887–903. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1299694> (In Eng.)
25. Brown R., Mason C. Looking inside the spiky bits: a critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*. 2017; 49(3):11–30. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7> (In Eng.)
26. Haldane A.G., May R.M. Systemic risk in banking ecosystems. *Nature*. 2011; 469(7330):351–355. <https://doi.org/10.1038/nature09659> (In Eng.)
27. Pilyugina A.V., Yerkovich E.A. On approaches to ecosystem design digital financial services. *Managing the development of large-scale systems*. Materials of the 11th International Conference. Moscow, V.A. Trapeznikov Institute of management problems of the Russian Academy of Sciences, 2018. P. 422–424 (In Russ.)
28. Koroleva E.V., Solgan L.A. Ecosystem within an ecosystem: the development of financial technologies in Russia. *Finansy i kredit = Finance and credit*. 2021; 27(5(809)):1116–1131. <https://doi.org/10.24891/fc.27.5.1116> (In Russ.)
29. Mishchenko O.A., Privalov V.I. Bank ecosystem as a mechanism to reduce the credit risk for project financing. *Ekonomika ustoychivogo razvitiya = Economics of sustainable development*. 2019; 1(37):52–56 (In Russ.)
30. Zokirov M.A. Banking ecosystem: the need to build in conditions of increased competition in the retail business. *Innovatsii i investitsii = Innovations and investments*. 2019; (9):194–197 (In Russ.)
31. Trushina K.V., Smagin A.V. The Trend for the development of the largest banks in the paradigm of ecosystem (on the concept of «ecosystems»). *Bankovskie uslugi = Banking services*. 2019; (12):7–11. https://doi.org/10.36992/2075-1915_2019_12_7 (In Russ.)

The article was submitted 17.01.2022; approved after reviewing 07.02.2022; accepted for publication 20.03.2022

About the author:

Gennady A. Shcherbakov, Professor of the Department "System analysis in Economics", Financial University under the Government of the Russian Federation (49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia), Doctor of Economic Sciences, **ORCID ID: 0000-0002-3298-1638**, g.shcherbakov@mail.ru

The author read and approved the final version of the manuscript.

Original article

УДК 338.22, 336.142

JEL: H60, H61

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.4.60-72>

Economic Convergence in Sumatra Island: Stochastic Approach

Kurniati^{1*}, Azwardi², Sukanto³

¹⁻³ Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia

Corresponding author: Kurniati, kurniatinia200196@gmail.com

Abstract

Purpose: convergence occurs when regions with poor economies tend to grow faster than regions with rich economies, so poorer regions tend to catch up with rich regions in terms of GRDP or per capita products. The concept of convergence is divided into 3 (three) namely sigma convergence, absolute convergence, and conditional convergence. This study focuses on analyzing the trend of convergence based on the approach to the concept of convergence with a concern for analysis, namely stochastic convergence.

Methods: the analysis of convergence using a stochastic approach and a sigma and beta convergence approach for each province on the island of Sumatra during the 2011–2020 periods. This research data uses secondary data with a combination of time-series data and cross-sectional data obtained from the Central Statistics Agency, the Ministry of Finance, and the Investment Coordinating Board. Calculation of beta convergence is based on the equation model developed by Barro and Sala-i-Martin (1990) and stochastic convergence based on the measurement model by Ludlow and Enders (2000).

Results: the finding from this study shows that there is a stochastic convergence in all provinces on the island of Sumatra which is described based on the Sumatra. The economy has proven Beta convergence which explains the convergence with a relatively low rate of convergence, but the addition of determinant variables such as Domestic Investment and government spending has an impact on increasing the rate of convergence in the island of Sumatra.

Conclusions and Relevance: the recommendation for further research emphasizes the spatial interaction between regions because the stochastic stocked test has not been able to see the interdependence between regions that causes convergence.

Keywords: Sigma Convergence, Beta Convergence, Stochastic Convergence

Conflict of Interes. The Authors declare that there is no Conflict of Interest.

For citation: Kurniati, Azwardi, Sukanto. Economic Convergence in Sumatra Island: Stochastic Approach. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(4):60-72. (In Eng.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.4.60-72>

© Kurniati, Azwardi, Sukanto, 2022

Оригинальная статья

Экономическая конвергенция на острове Суматра: стохастический подход

Курниати^{1*}, Азварди², Суканто³

¹⁻³ Университет Шривиджая (UNSRI), Палембанг (Южная Суматра), Индонезия

Автор, ответственный за переписку: Курниати, kurniatinia200196@gmail.com



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Аннотация

Цель. Конвергенция, то есть экономическое сближение, проявляется, когда бедные регионы растут быстрее регионов с богатой экономикой. Менее развитые регионы, как правило, догоняют богатые регионы с точки зрения Валового регионального продукта (ВРП) или объема продукции на душу населения. Концепция конвергенции предполагает три направления, а именно, сигма-конвергенцию, абсолютную конвергенцию и условную конвергенцию. Целью представленного исследования является анализ тенденций экономического развития регионов Индонезии (острова Суматра), основанный на стохастическом подходе в рамках концепции конвергенции.

Методы или методология проведения работы. Анализ конвергенции выполнен с использованием стохастического подхода, а также подходов сигма- и бета-конвергенции для каждой провинции на острове Суматра в период 2011–2020 гг. Для исследования использованы вторичные данные в сочетании с данными временных рядов и перекрестных данных, полученных по информации Центрального статистического управления, Министерства финансов и Координационного совета по инвестициям. Расчет бета-конвергенции основан на модели уравнений, разработанной Барро и Сала-и-Мартином (1990 г.), и стохастической сходимости на базе модели измерения Ладлоу и Эндерса (2000 г.).

Результаты работы. Исследование показывает, что во всех провинциях острова Суматра наблюдается стохастическая конвергенция, которая описана на основе Суматры. Экономика доказала бета-конвергенцию, что объясняет конвергенцию с относительно низкой скоростью сближения. Однако добавление определяющих переменных, таких как внутренние инвестиции и государственные расходы, влияет на увеличение скорости экономической конвергенции на острове Суматра.

Выводы. В качестве рекомендаций для дальнейших исследований подчеркивается необходимость анализа пространственного взаимодействия между регионами, поскольку стохастический накопительный тест не смог выявить взаимозависимость между регионами, которая вызывает конвергенцию.

Ключевые слова: сигма-конвергенция, бета-конвергенция, стохастическая конвергенция

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Курниати, Азварди, Суканто. Экономическая конвергенция на острове Суматра: стохастический подход // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 4. С. 60-72

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.60-72>

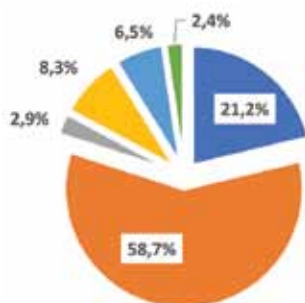
© Курниати, Азварди, Суканто, 2022

Introduction

The concept of convergence occurs when regions with poor economies tend to grow faster than regions with rich economies so that poorer regions tend to catch up with rich regions in terms of GRDP or per capita products. The concept of convergence is divided into 3 (three) namely sigma convergence, absolute convergence, and conditional convergence. Sigma convergence occurs when there is a decrease in the

dispersion of GDP per capita over time. Absolute convergence occurs without considering the growth factors while conditional convergence occurs with the consideration of growth factors (Herrendorf et al. [1]). The convergence indicator can be seen from the difference in the contribution of the Gross Regional Domestic Product (GRDP) by region in Indonesia in 2020, dominated by Sumatra and Java islands can be seen in Figure 1.

Based on Figure 1, shows that GDP in Indonesia as a whole is distributed the highest on Java Island at 58.7 percent and Sumatra Island. The structure of the Indonesian economy, which is located on the islands of Sumatra and Java, causes the portion of the distribution of GRDP outside the islands to be very low at only 20 percent of the total. This condition shows that there are disparities between regions in Indonesia. Considering that Sumatra Island has the second largest distribution in Indonesia. Measurement of convergence can be seen from the growth pattern of GRDP per capita in each region. During the 2011–2020 period, it showed that the growth rate on the island of Sumatra was still below the national growth rate, in general, the trend of the growth rate of GRDP per capita on the island of Sumatra and the National experienced fluctuating movements but in 2020 there was a significant decline of -2.7 percent for the island. Sumatra, while nationally it is -3.2 percent. Differences also occur in each province on the island of Sumatra.



Source: Indonesian Central Statistics Agency (2021)

Fig. 1. Contribution of GRDP to Constant Prices by Island in Indonesia

Источник: Центральное статистическое агентство Индонезии, 2021 г.

Рис. 1. Вклад ВРП в постоянные цены, в разбивке по островам Индонезии

tra, where the average growth rate is contributed by the provinces of South Sumatra and Lampung.

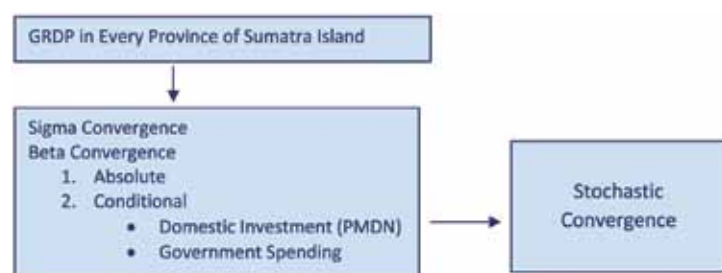
The difference in acceleration between regions on the island of Sumatra is in line with the measurement of scotistic convergence which emphasizes differences in GRDP growth per capita in each region where this analysis studies the long-term behavior of differences in output per capita between regions in time frames (Bernard, Durlauf [2]). In this approach, economic convergence implies that differences in GDP per capita between regions t may contain stochastic trends (called stochastic convergence) (Bernard [3]). The phenomenon of stochastic convergence is an issue in the discussion of differences in GRDP per capita between regions in two-time frames conducted in various literature including a study by Ram [4] exploring stochastic convergence through a stationarity test in the US Region which discusses the existence of stochastic convergence, the same study was conducted by Heckelman [5] conducted a thorough study of convergence which found that the overall sigma and beta convergence had occurred over the last three decades. In the time series test, he found stochastic convergence in about half of the states which also indicates a trend towards beta convergence. Ganong and Shoag [6] document a large decline in the convergence rate of GRDP across the US states over the last 30 years due to factors such as government spending and investment causing high-income regions to slow down the convergence of income. Contrasting with Gama [7] found that investment has a positive and significant relationship to economic convergence. Meanwhile, according to the study of Jawaid and Raza [8] investment has a negative and significant relationship to economic convergence. Investment is a driving factor in reducing inequality between regions so that disparities are created for each province to observe this phenomenon. Domestic Investment is needed to try to increase other trade sectors which are more to create jobs to reduce inequality in a region and increase investment in development in a region to accelerate the development of a region. Jayanthakumaran and Lee [9] conducted a scotistic convergence analysis which explains that a stable price of a region's output level can spur economic growth in a time frame dimension. This condition is expected to be a concern for the government to increase the allocation of government expenditures to be able to increase economic growth so that inequality is reduced, so if inequality is reduced the region can become a developed region. Achmad [10] show that life expectancy, the average length of the school, and the length of the road have a significant impact on the convergence of economic growth. Bernard and Durlauf [2] showed that in the long term stochastic convergence occurred in *OCD Countries*, while in the short term only a few countries experienced stochastic convergence.

Literature Review

Chatterji et al. [11] show that liberal regimes and Asian countries appear to have potentially high growth rates of real GDP per capita. Furthermore, Fukase and Martin [12] the result is that as convergence increases food supply growth less than demand, it appears to be driving upward pressure on world food prices. The existence of previous research prompted Gama [7] to research economic disparities and convergence. The findings show that domestic investment, working population, and level of education are determinants of economic convergence. Domestic Investment showed positive and significant results, while the number of working population and education level showed positive but not significant. Goel et al. [13] show that improving supply chain logistics performance results in growth dividends. Furthermore, the input and output dimensions of logistics performance have a growth effect, with some quantitative differences. Jawaid and Raza [8] found that investment has a positive and significant impact on economic convergence. Kutan and Yigit [14]. The results showed that there was stochastic convergence, both economic and monetary. Grandes [15] found are investment, trade, population growth and have a positive and significant effect on economic convergence. Nicolaou et al. [16] showed that there was stochastic convergence in all European Countries during the period 1950–2013. Nurhamidah and Suhartini [17] thus, human, and physical capital especially the length of the road needs to be optimized to hasten the convergence of income between districts/cities in the province of South Sumatra. Yulianita and Susetyo [18] examines conditional convergence with the results showing that all provinces in Indonesia are still experiencing divergence. Initial GDP per capita has a significant and positive effect on conditional convergence (β), an increase in government spending will increase conditional convergence (β). Domestic Investment is positive but not significant, inflation is significant and negative to conditional convergence (β), the number of high school graduates is negative and significant to conditional convergence (β). The decrease in the number of high school graduates increases the value of conditional convergence (β). Payne et al. [19] also tested the stochastic convergence of fossil fuel consumption per capita across US states (including the District of Columbia) using the LM and RALS-LM unit root tests with an allowance for endogenous structural damage. determined. The results show a stochastic convergence in the relative per capita consumption of fossil fuels in the US states. Quah [20] suggest the much-vaunted 2% convergence rate could arise for reasons unrelated to the dynamics of economic growth. The usual empirical analyzes – cross-sectional (conditional) convergence regression, time series modeling, panel

data analysis – can be misleading to understand convergence; polarization model in economic growth. Convergence, unambiguous to sampling error, was observed across US states. Wau [21] Founding the domestic investment has a significant impact on economic convergence and has a positive effect. In line with the Yilanci et al. [22] found that there is a stochastic convergence for Australia, Fiji, Korea, Nepal, Pakistan, the Philippines, and Thailand. The implication is income stocks, economic transition deviations, and income inequality. Kutan and Yigit [14] that there was stochastic convergence, both economic and monetary. Wahiba's [23] researched convergence and divergence in developing countries. The analytical tool used is the within & system generalized method of the moment. This study shows that economic openness has a positive and significant effect on economic convergence in several developing countries. Jawaid and Raza [8] it was found that investment has a positive and significant effect on economic convergence. Kumo [24] founding investment, trade, population growth and have a positive and significant effect on economic convergence. Tiwari and Mutascu [25] show that investment and human capital have a positive and significant effect on economic convergence. Jamal (2017) researched the convergence of economic growth between provinces on the island of Sumatra, showed a divergent process, meaning that the province expanded less capable of pursuing more advanced provinces.

Based on Figure 2, the difference in GRDP per capita between regions is a common phenomenon, especially in developing countries. The difference in GRDP per capita in an area will result in the level of economic growth of a region and cause income inequality between regions. Because in essence regional economic growth is a series of efforts made to improve the welfare of the people's lives, expand job opportunities and equalize income distribution. The unequal distribution of GRDP per capita between regions will lead to groups of rich regions and groups of poor regions.



Developed by the authors.

Fig. 2. Conceptual Framework

Разработано авторами.

Рис. 2. Концептуальная основа исследования

Where developed regions with high per capita GRDP have almost reached the full employment stage, while groups of poor and developing regions must make more efforts to reach the advanced regional economy stage. To analyze whether the groups of poor and developing regions can catch up with their economic backwardness from developed regions, a convergence analysis is carried out. Convergence is needed for groups of poor and developing regions to balance their economic growth with developed regions so that income inequality between regions can be reduced. Convergence can be achieved through increased per capita GRDP growth. To encourage the creation of such convergence, appropriate efforts are needed by using other factors that need to be identified to cause the convergence process. There are two convergence analyzes, the first is sigma convergence which is calculated using the logarithmic standard deviation of GRDP per capita and then looks at the dispersion (spread) of GRDP per capita whether it shows a declining result or vice versa.

If the dispersion of GRDP per capita decreases, it means that income inequality between regions also decreases, whereas if the dispersion of GRDP per capita increases, the income inequality between regions also increases. The second is beta convergence which is calculated by using panel data regression analysis and using the dependent variable of GRDP per capita. There are two beta convergence tests, namely absolute convergence, and conditional convergence. Absolute convergence is calculated by including the initial per capita GRDP as the only independent variable, while conditional convergence adds several independent variables that are thought to affect per capita GRDP growth. These independent variables include Domestic Investment and Government Expenditures.

Materials and Methods

This research focuses on the analysis of convergence with a stochastic approach and a sigma and beta convergence approach for each province on the island

of Sumatra during the period 2011–2020.

This research data uses secondary data with a combination of time-series data and cross-sectional data obtained from the Central Statistics Agency, the Ministry of Finance, and the Investment Coordinating Board. The beta convergence calculation is based on the equation model developed by Barro and Sala-i-Martin (1990). The equation model relates the per capita growth rate between two-time points with the initial per capita income. If we assume we have observations at two-time points 0, and T, then the Barro and Sala-i-Martin (1990) model can be written:

$$\log \left(\frac{y_{it}}{y_{io}} \right) = \alpha - \left[\frac{1 - e^{-\beta T}}{T} \right] \cdot \log(y_{io}) + U_{io}, T, \quad (1)$$

where i is the country or region, is the intercept, $\left(\frac{y_{it}}{y_{io}} \right)$ is GDP per capita, y_{it} and y_{io} is the GRDP per capita at the beginning and end of the period, $(1 - e^{-\beta T})$ is the coefficient of initial income which decreases with the length of the time interval. To obtain an absolute convergence model, the above equation can be rewritten as follows.

$$\log \left(\frac{y_{it}}{y_{io}} \right) = \alpha + b \log(y_{it-1}). \quad (2)$$

Equation number 2 of Barro and Sala-i-Martin can be modified to determine the absolute convergence model after the implementation of regional autonomy, namely:

$$\log y_{it} = \alpha + \beta_1 \log Y_{it-1} + e_{it}, \quad (3)$$

where Y_{it} is GRDP per capita of each province, y_{it} is GRDP per capita for each initial Regency/City, β_1 is a regression coefficient that can be used to calculate the speed of convergence, and e_{it} = error term.

The conditional convergence model uses equation (1) plus the independent variables in this study, namely, Domestic Investment (PMDN) and Net Exports (EN), and becomes equation (4) as follows:

$$\log y_{it} = \alpha + \beta_1 \log Y_{it-1} + \beta_2 \log PMDN_{it-1} + \beta_3 \log GE_{it-1} + e_{it} \quad (4)$$

Where Y_{it} is GRDP per capita of each province, Y_{it} is the GDP per capita in each province beginning, α is the intercept parameter, $\beta_1 - \beta_3$ is the regression coefficient of each independent variable, domestic investment is a domestic investment, GE is government spending, i is the area t is the year and, e_{it} = error term.

Stochastic convergence is measured based on the measurements of Christopoulos et al. [26] based on the Fourier unit root approach with the following equation (5):

$$y_{it} = \alpha_0 + \sum_{k=1}^G \alpha_1^k \sin \left(\frac{2\pi kt}{t} \right) + \sum_{k=1}^G \alpha_2^k \cos \left(\frac{2\pi kt}{t} \right) + e_{it}$$

Here k denotes the number of frequencies, t is the trend term, T is the size sample, $\pi = 3.1416$, and $v_t \sim N(0, \sigma)$ Ludlow and Enders [27] shows that a single frequency in Equation 1 is sufficient to estimate the Fourier expansion, so Equation 1 can be rewritten as follows (6):

$$y_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \sin \left(\frac{2\pi kt}{t} \right) + \alpha_2 \cos \left(\frac{2\pi kt}{t} \right) + e_{it} \quad (6)$$

Since the value of k , representing the corresponding frequency, is generally not recognized as a priority, Equation 2 must be estimated using all the frequencies in the interval $[0, 1, 0, 2, 0, 3, \dots, 4, 8, 4, 9, 5]$ and choose k which gives the minimum value = k of the Bayesian information criteria. Further testing is carried out. Tests are carried out by testing the unit root test with the hypothesis $H_0: \gamma = 0$ (there is a unit root).

In the regression equation to estimate the model Pesaran et al. [28]:

1. Model with intercept:

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \delta Y_{t-1} + a_i \sum_{i=1}^m \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (7)$$

2. Mode with intercept and time trend:

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \delta Y_{t-1} + a_i \sum_{i=1}^m \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

That is, Δ is the differentiating factor; β_1 is the intercept (constant); $\beta_2 t$ is the time trend; is the optimal lag period that creates residual white noises; ε_t is the residual white noise. Determining the period lag is also very important to create an accurate estimate and a residual white noise. There are 2 methods used in this study to determine the period lag optimal (Greene [29]).

1. SBC (Swartz Bayesian Criterion)

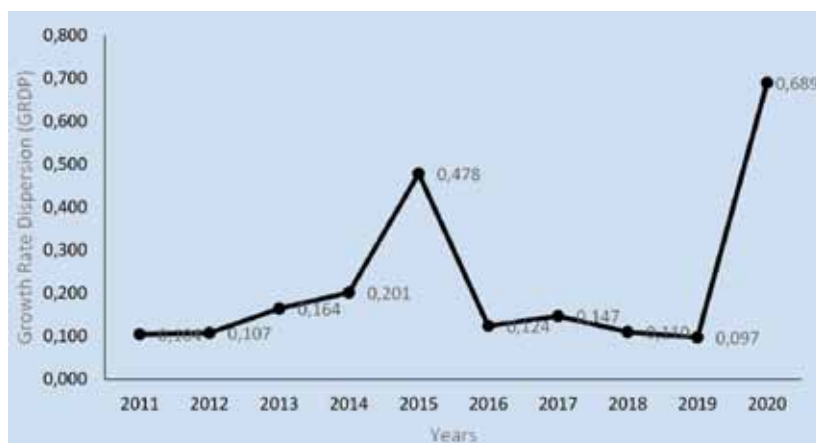
2. AIC (Akaike Information Criterion)

T is the total sample; C is an infinite number of parameters that must be estimated; k is the total of the estimated parameters, and SSE is the total square of the residuals. The next test determines the best model choosing three models, namely: *Common Effect model*, *Fixed Effect model*, and *Random Effect model*. In determining the model to be estimated, Breusch-Pagan Lagrange Multiply (LM) test is performed for *Random Effects*, the Hausman test is selected infused the *Fixed model is or Random Effect* (Greene [29]).

Results

The first discussion is related to the measurement of sigma convergence, namely calculating the value of the logarithmic standard deviation of GRDP growth for all provinces on Sumatra Island in 2010–2020. If the dispersion shows a decrease every year, it indicates a convergence.

Based on Figure 3 shows that there is a divergence based on an increase in the dispersion value in 2011–2015 while in 2016–2019 there is a decrease in the dispersion value which describes the state of convergence on the Island. Sumatra. The highest dispersion value occurred in 2020 which illustrates the state of significant economic divergence on the island of Sumatra in 2020, which is 0.689 which



Source: Processed Data, 2021

Fig. 3. Dispersion of GRDP Growth Rate on Sumatra Island in 2011–2020

Источник: обработанные данные, 2021 г.

Рис. 3. Дисперсия темпов роста ВВП на острове Суматра в 2011–2020 гг.

illustrates the impact of Covid 19 providing a very high gap between regions.

Sigma convergence calculations are calculated to explain that the resulting GRDP growth rate will be positively correlated with GRDP growth. The occurrence of sigma convergence is following previous studies that have calculated the level of sigma convergence, namely Kummo and Cieslik (2011), Jawaid et.al [8], and Wahiba [23] which state that there is economic convergence in developing countries. Sigma convergence also indicates that reducing the level of inequality cannot be done quickly. However, it requires a comprehensive development

process in each region to increase economic growth and reduce the level of inequality such as the development of transportation infrastructure, education, agriculture, and health (Tiwari et.al, [25]).

Beta convergence is calculated by two analyzes, namely Absolute convergence analysis and conditional convergence. Both are calculated based on econometric analysis based on panel data analysis. To calculate the convergence Absolute regression analysis of panel data-based approach *Fixed Effect* produced by the model selection is based on the calculation of the *F* test and test Hausman, and *Test Lagrange Multiplier*.

Model Test Results

Table 1

Результаты испытаний модели

Таблица 1

No	Test	Absolute Model		Conditional Model	
		Statistik	Probabilitas	Statistik	Probabilitas
1	Chow Test	5530.48	0,0000	1682.347	0.000
2	Hausman Test	0,0000	1,0000	20.009	0.002
3	LM Test	442.791	0,0000	427.8326	0.002

Source: Processed Data, 2021

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

Before estimating the necessary election regression method, the first to test the chow, which is comparing the Pooled Least Square (PLS) with *Fixed Effect Model* (FEM). Based on the results of the *chow test*, the absolute and conditional convergence models show the probability value is 0.000, meaning that the best model chosen is the Fixed Effect Model because the probability value of the chi-square is less than the 5% significance level. The next test is to choose the best

model between *Fixed Effect Model* and *Random Effect Model* by performing *Hausman Test*.

Based on the results of the *Hausman test*, the Chi-Square probability value in the absolute and conditional models is, meaning that the best model is *Random Effect*. The results of these tests there are differences in the results of the selection in each test so that the test is carried out *Langgrange Multiplier*

using the *Breusch-Pagan* test which shows that the probability value of "both" is smaller than the 5% significance level ($0.0001 < 0.05$) so that the model used selected is *Random Effect Model* (REM). However, the estimation output shows that it is not statistically in line with the theory, so the statistical choice is based on the first test, namely Fixed Effect Model for the two models. The calculation of Absolute convergence is based on the equation model developed by Barro and Sala-i-Martin (1990). The equation model connects the GRDP log between two-time points with the initial GRDP log.

$$\text{Log}(Y_{it}) = 1.613 + 0.556 \text{Log}(Y_{it-1}) \quad (9)$$

Based on Table 2 shows that the log GRDP coefficient for each province on Sumatra Island in the previous year was 1.61, which means that an increase/decrease

in the log GRDP for each province on Sumatra Island in the previous year by 1 percent, will have an impact on increasing/decreasing the GRDP for each province on Sumatra Island. by 0.566 percent. The effect of the GRDP Log on Sumatra Island the previous year was positive and (significantly significant) indicated by a significance level of $0.000 (< 0.05)$. The value of $R = 0.997$ means that the relationship between the GRDP per capita of each province on the island of Sumatra and the GRDP of each province on the island of Sumatra in the previous year is very strong (because it is almost close to number 1). The value of $R^2 = 0.995$ means that 99.5 percent of the variation in the ups and downs of the GRDP of each province on the island of Sumatra is influenced by the GRDP of each province on the island of Sumatra in the previous year, while the remaining 0.5 percent is influenced by other factors.

Table 2

Estimation Results of Absolute Convergence Regression on Sumatra Island with Fixed Effect Approach

Таблица 2

Результаты оценки регрессии абсолютной конвергенции на острове Суматра с использованием подхода с фиксированным эффектом

Dependent Variable: LOGYit				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.613721	0.114753	14.06251	0.0000
LOGYit-1	0.566073	0.022232	25.46164	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				
R-squared	0.995308	Mean dependent var		4.535327
Adjusted R-squared	0.994780	S.D. dependent var		0.187012
S.E. of regression	0.013511	Akaike info criterion		-5.667166
Sum squared resid	0.016247	Schwarz criterion		-5.380597
Log likelihood	294.3583	Hannan-Quinn criter.		-5.551186
F-statistic	1887.812	Durbin-Watson stat		0.526562
Prob(F-statistic)	0.000000			

Source: Processed Data, 2021

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

Table 3 shows that the absolute beta convergence value on Sumatra Island is 0.0556 which means that the economic convergence rate on Sumatra Island is 75.56 percent. These results indicate that the economic growth of the provinces in Sumatra Island with low GRDP experienced a growth of 5.56 percent.

Tabel 3

Nilai β Convergence Absolute on Sumatra Island

Таблица 3

Абсолютная конвергенция Nilai β на острове Суматра

No	Convergence	Rate of β Convergence
1	Absolute	0.0556

Source: Processed Data, 2021

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

To calculate conditional convergence, it is done using the econometric regression technique which consists of explanatory variables of the initial per capita GRDP log then added with variables as determinants of the GRDP growth rate consisting of Domestic Investment (PMDN) and government spending.

The estimation results of conditional convergence based on the Fixed Effect Model (FEM) approach were analyzed based on hypothesis testing including: *F-test*, *t-test*, and coefficient of determination. The results of the *F-statistic* test show that the *F-statistical* probability value is smaller than the 5% significance level ($0.0000 < 0.05$), so that simultaneously the variables $\text{Log } Y_{it-1}$, LNPMDN , and LNGE have a significant effect on $\text{Log } Y$. Meanwhile, to analyze the effect simultaneously Partial *t-test* was carried out using the *t-test* shown in Table 4.

Table 4

Results of Conditional Convergence Regression Estimation on Sumatra Island with Fixed Effect Approach

Таблица 4

Результаты оценки регрессии условной конвергенции на острове Суматра с использованием подхода с фиксированным эффектом

Dependent Variable: LOGYit				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.206549	0.183112	-6.589129	0.0000
LOGYit-1	1.391647	0.041531	33.50854	0.0000
LNPMDN	0.000774	0.000680	1.138972	0.2579
LNGE	0.004612	0.001534	3.007411	0.0035
	Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)				
Weighted Statistics				
R-squared	0.998791	Mean dependent var		7.773649
Adjusted R-squared	0.998623	S.D. dependent var		3.642684
S.E. of regression	0.021017	Akaike info criterion		-5.328766
Sum squared resid	0.037989	Schwarz criterion		-4.987992
Log likelihood	276.7739	Hannan-Quinn criter.		-5.190888
F-statistic	5921.457	Durbin-Watson stat		1.172778
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.996696	Mean dependent var		5.168341
Sum squared resid	0.037989	Durbin-Watson stat		0.549246

Source: Processed Data, 2021

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

The probability value of the Log Y_{it-1} is smaller than the 5% significance level ($0.0000 < 0.05$) so that partially Log Y_{it-1} has a significant effect on Log Y . The probability of the LNPMNDN variable is smaller than the 5% significance level ($0.2579 > 0.05$) so that partially LNPMNDN has no significant effect on Log Y . The LNGE variable has a probability value smaller than the 5% significance level ($0.000 < 0.05$) so partially the LNGE sector has a significant effect on equity. The next test is to test the coefficient of determination to determine how much variation

in the Log Y_{it-1} , LNPMNDN, and LNGE variables in determining the variation of the Log Y variable with the results of R^2 that is equal to 0.996 or 99.6% of the variation of these variables determines the variation of Log Y and 0.4 percent influenced by variables outside the research model.

Based on these results, further discussion in this study will analyze the effect of the relationship of each variable, namely. Interpretation of the coefficient results can be described as follows:

Log Y_{it-1} , LNPMNDN, and LNGE on Log Y with the following equation model:

$$\text{Log}(Y_{it}) = -1.206 + 0.556 \text{Log}(Y_{it-1}) + 0.0074 \text{LNPMNDN} + 0.00464 \text{LNGE} \quad (10)$$

The constant value (β_0) = 1.203 can be interpreted if the variables Log Y_{it-1} , LNPMNDN, and LNGE are considered constant or zero, then Log Y is 1.203 percent. That is, Log Y without the variables Log Y_{it-1} , LNPMNDN, and LNGE is 1.203 percent.

The value of the coefficient (β_1) = 1.394 can be interpreted if the variable Log Y_{it-1} has a negative effect on Log Y , if there is an increase in GRDP in the previous years by 1%, it will increase GRDP by 1.394 percent.

The coefficient value (β_2) = 0.00074 can be interpreted if the LNPMNDN variable is to Log Y , if there is an increase in PMDN by 1% it will increase GRDP by 0.00074 percent.

The value of the coefficient (β_3) = 0.00462 can be interpreted that the LNGE variable having a positive effect on Log Y , if there is a government expenditure of 1% it will increase GRDP by 0.032 percent. Based on the estimation results, the study will compare the absolute and conditional convergence.

Table 5 shows that the beta convergence value analyzed is based on a comparison of the absolute and conditional convergence rates. In general, after adding determinant variables such as PMDN and Government Expenditures, it significantly increases the rate of convergence as seen from the value of Convergence by 13.91 percent. These results indicate that with an increase in PMDN and government spending, the economic growth of provinces on the island of Sumatra with low GRDP will grow by 13.91 percent.

Table 5

Values of β Absolute and Conditional Convergence

Таблица 5

Значения абсолютной и условной конвергенции β

No	Convergence	Rate of β Convergence
1	Absolute	0.0556
2	Conditional	0.1391

Source: Processed Data, 2021

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

The statistical value shows that the Domestic Investment (PMDN) variable has at-statistical probability value (*P-value*) 0.2579, so PMDN is declared significant to Economic Convergence on the Island of Sumatra. Based on Table 7 the coefficient value of LNPMDN = 0.00074 means that every 1 percent increase in PMDN, will increase Economic Convergence by 0.0074 percent. The results of the study are in line with research conducted by Gama (2006) and Malik (2004) showing that Domestic Investment has a positive and significant effect on regional economic growth. This contrasts with the study of Kumo [24] and Tiwari et.al [25] who found that investment and convergence are positive and significant. this study is in line with the study of Jawaid et.al [8] who found that investment has a negative and significant relationship.

The positive relationship between PMDN and GRDP on Sumatra Island is caused by an increase in PMDN which indicates that every province in Sumatra is an attraction for domestic investors to invest their capital. In addition, several factors that led to the increase were infrastructures such as ports and transportation as well as primary sector conditions such as oil, coal, natural gas, and power generation.

Related arguments insignificant effect caused by increased investment is not a determinant of overall economic growth which may mean that the overall investment has not been a significant impact on the increase in the GDP in Sumatra Island.

Estimation results show that government expenditure variable has a value of *t-statistic* probability (*P-value*) 0.000, then government spending is declared

significant to Economic Convergence in Sumatra Island. Based on Table 7 coefficient value $LNGE = 0.00462$, meaning that for every 1 percent increase in government spending, it will increase Economic Convergence by 0.00462 percent. The results are consistent with research conducted Gama (2006) and Malik (2004) showed that government spending and significant positive effect on growth but an inconsistent economy. Kumo study [24] and Tiwari et.al [25] found that the effect of government spending is negative and significant.

This corresponds to. *Rostow theory* and *Musgrave's* relate the development of government spending to the stages of economic development, namely the early, intermediate, and advanced stages. In the early stages of economic development, the percentage of investment to total investment is large because at this stage the government must provide infrastructure such as education, health, transportation infrastructure. In the middle stage of economic development, government investment is still needed to increase economic growth to take off, but at this stage, the role of private investment is getting bigger.

The discussion that becomes a comprehensive analysis based on sigma and beta convergence analysis is the measurement of scotistic convergence which is the concern of this research. The stochastic convergence was calculated using the *Unit Root Test*. Tables 6 and 7 present the results of the most commonly used unit root tests in time series, the ADF and DF-GLS unit root tests for level series. In general, the results of the unit root test show that the entire area on the island of Sumatra is constantly not stationary at a significance level of 5% or 10%. The results of the unit root ADF test can be seen in Table 6.

Based on Table 6 shows the results of the linear Unit Root Test which shows that the GRDP log in each province of Sumatra Island is constantly not stationary at both the 5 percent and 10 percent significance levels. As for the GRDP log, the trend is for each province of the island of South Sumatra. It is concluded that there are no stationary provinces in the ADF Test, so the next test using the DF-GLS allows a more significant trend compared to the ADF.

Test. The results of the Linear unit root test (DF-GLS) can be seen in Table 6.

Test. The results of the Linear unit root test (DF-GLS) can be seen in Table 7:

Based on Table 7 shows the results of the *linear Unit Root Test* using the DF-GLS which shows that the GRDP of the Provinces on Sumatra Island is categorized as stationary, namely Aceh, West Sumatra, Lampung, Bangka Belitung Islands, and

Result Linear unit root test (ADF)

Table 6

Результат теста линейного единичного корня (ADF)

Таблица 6

Province	Unit Root Test (ADF)	
	ADFC	ADFi
Aceh	0.3809	0.2126
Sumatera Utara	0.2390	0.8560
Sumatera Barat	0.2121	0.9997
Riau	0.8713	0.9981
Jambi	0.0443	0.9238
Sumatera Selatan	0.4407	0.3156
Bengkulu	0.2126	0.3809
Lampung	0.6836	0.4608
Kepulauan Bangka Belitung	0.8713	0.9996
Kepulauan Riau	0.1153	0.9751

Source: Processed Data, 2021 (*Significant on 10%. **Significant on 5%)

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

Result Linear unit root test (DF-GLS)

Table 7

Результат теста линейного единичного корня (DF-GLS)

Таблица 7

Province	Unit Root Test (DF-GLS)	
	DF-GLSC	DF-GLSi
Aceh	-1.8474*	-3.12359*
Sumatera Utara	-1.4791	-2.03794
Sumatera Barat	-1.68039*	-1.42903
Riau	-0.7766	-3.29511*
Jambi	-1.48542	-1.28801
Sumatera Selatan	-1.1383	-3.5283**
Bengkulu	-1.37724	-1.590174
Lampung	-1.8474*	-3.12359*
Kepulauan Bangka Belitung	-1.79138*	-1.3638
Kepulauan Riau	-1.6088*	-1.303879

Source: Processed Data, 2021

(***Significant on 1%. **Significant on 5% and *Significant 10%)

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

Riau Islands. Meanwhile, the trend is Aceh, Riau, South Sumatra, and Lampung. It is concluded that it shows that of the 10 provinces on the island of Sumatra based on constant values, only half are categorized as stationary. Meanwhile, the trend shows that there are 4 provinces categorized as stationary. It can be concluded that for constants and trends, most of them are not stationary, so this study uses the *Non-Linearity Test* to see the *Stock Economy* between Provinces on the Island of Sumatra. The trend *stock economy* can be seen based on the *Non-Linearity Root Test (KSS)* which can be seen in Table 8:

Table 8 shows the results of the non-linear ADF test (KSS or NLADF). The results of the SSC test show that all provinces on the island of Sumatra are categorized as stationary. This shows that GRDP is stationary and shows an asymmetric or nonlinear stationary mean. In general, this condition explains that all provinces on the island of Sumatra based on the GRDP log show an increasing trend. This is relevant to *unit root tests* based on NLADFT. Empirically, the findings of the *unit root test* using the *de-trended series test* show that only all provinces indicate non-linear stationery and an asymmetric average. This means that it can be said that all provinces are stationary on both constant and trending data.

The results of the SSC test show that the overall GRDP on the island of Sumatra has a relationship with *asymmetric non-linear mean reversion* or stationary. This is in line with the model developed by Kapetanios et al. (2003) is a stationarity test for nonlinear models, and is considered to have better power than the test unit root ADF standard for nonlinear series.

These results also show that all provinces on the island of Sumatra in 2011–2020 experienced stochastic convergence. This condition causes *stock* a permanent economic to economic conditions in the Sumatran region. Based on the Linear Unit Root Test (DF-GLS) shows that there is a negative stock economy, after a *negative stock occurs*, the GRDP trend returns to normal and has an increasing trend seen from the root test coefficient in the SSC test.

The results of the study show that all provinces on the island of Sumatra have a GRDP log which on average has a stationary asymmetric or nonlinear relationship which explains the existence of stochastic convergence throughout the region. Thus, economic conditions tend towards regions to grow together. However, this does not necessarily mean that regional disparities will disappear, considering that the regions as a whole do not yet fully have spatial interactions in narrowing regional disparities.

This finding is following the research of Yilanci et.al [22] who found that most countries in East Asia and

Result Non-Linearity unit root test (KSS)

Table 8

Результаты теста нелинейного единичного корня (KSS)

Таблица 8

Province	Unit Root Test (KSS)	
	NLADFC	NLADFi
Aceh	0.40282*	0.16618*
Sumatera Utara	0.44684*	0.15817*
Sumatera Barat	0.44297*	0.4238*
Riau	0.4918*	0.5000***
Jambi	0.44295*	0.16082**
Sumatera Selatan	0.4504*	0.5000***
Bengkulu	0.4477*	0.166255*
Lampung	0.4028*	0.16618**
Kepulauan Bangka Belitung	0.4436*	0.14458*
Kepulauan Riau	0.3944*	0.16628*

Source: Processed Data, 2021

(***Significant on 1%, **Significant on 5% and *Significant 10%)

Источник: Обработанные данные, 2021 г.

the Pacific experienced Skotastic Convergence. This finding also explains that countries in East Asia and the Pacific follow *steady-state* their own and the difference in per capita income only causes a *stock economy* in most countries, because this income difference causes small regional disparities and is a process towards economic convergence.

test has not been able to see the interdependence between regions that causes convergence, besides that the policy implications are also related to strategic policies in managing Domestic Investment and government spending so that the rate of economic convergence can be even higher.

Conclusions and Relevance

The results of the discussion during 2010–2021 have occurred stochastic convergence in all provinces on the island of Sumatra. This convergence is caused by an increase in the GRDP log which economically shows a negative stock economy, after which the GRDP log trend returns to normal and has an increasing trend. The picture of economic convergence is proven based on Beta convergence analysis which explains the existence of convergence with a relatively low rate of convergence, but with the addition of determinant variables such as PMDN and Government Expenditures, the rate of convergence has increased. The recommendation for further research emphasizes the spatial interaction between regions because the stochastic stocked

References

- Herrendorf B., Rogerson R., Valentinyi A. Chapter 6 – Growth and Structural Transformation. *Handbook of Economic Growth*. 2014; 2:855–941. <https://doi.org/10.1016/B978-0-444-53540-5.00006-9> (In Eng.)
- Bernard A.B., Durlauf S.N. Convergence in international output. *Journal of Applied Econometrics*. 1995; 10(2):97–108. <https://doi.org/10.1002/jae.3950100202> (In Eng.)
- Bernard A.B., Durlauf S.N. Interpreting tests of the convergence hypothesis. *Journal of Econometrics*. 1996; 71(1-2):161–173. <https://doi.org/10.3386/t0159> (In Eng.)
- Ram R. Income convergence across the US states: further evidence from new recent data. *Journal of Economics and Finance*. 2021; 45(2):372–380. <https://doi.org/10.1007/s12197-020-09520-w> (In Eng.)
- Heckelman J.C. Income convergence among the US states: cross-sectional and time-series evidence. *The Canadian Journal of Economics / Revue Canadienne d'Economie*. 2013; 46(3):1085–1109. URL: <http://www.jstor.org/stable/42705913> (In Eng.)
- Ganong P., Shoag D. Why Has Regional Income Convergence in the US Declined? *Journal stocked of stock Urban Economics*. 2017; 102:76–90. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2017.07.002> (In Eng.)
- Gama, USA. Disparity and Convergence of Gross Regional Domestic Product (GRDP) Per Capita Between Regencies/Cities in Bali Province. INPUT. *Journal of Economics and Social Affairs*. 2009; 1(2).
- Jawaid T., Raza S.A. Foreign Direct Investment, Growth and Convergence Hypothesis: A Cross Country Analysis. 2012. URL: <https://mp.ra.ub.uni-muenchen.de/39000/> (In Eng.)
- Jayanthakumaran K., Lee S.-W. Evidence on the Convergence of Per Capita Income: A Comparison of Founder Members of the Association of South East Asian Nations and the South Asian Association of Regional Cooperation. *Pacific Economic Review*. 2013; 18(1):108–121. <https://doi.org/10.1111/1468-0106.12013> (In Eng.)

10. Achmad L. Convergence Analysis and Spatial Linkage of District/City Economic Growth in Central Sulawesi. *E-Journal of Catalogs*. 2017; 5(1):153–164 (In Eng.)
11. Chatterji M., Gilmore B., Strunk K., Vanasin J. Political economy, growth, and convergence in less-developed countries. *World Development*. 1993; 21(12):2029–2038. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(93\)90074-J](https://doi.org/10.1016/0305-750X(93)90074-J) (In Eng.)
12. Fukase E., Martin W. Economic growth, convergence, and world food demand and supply. *World Development*. 2020; 132:104954. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2020.104954> (In Eng.)
13. Goel R.K., Saunoris J.W., Goel S.S. Supply chain performance and economic growth: The impact of COVID-19 disruptions. *Journal of Policy Modeling*. 2021; 43(2):298–316. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2021.01.003> (In Eng.)
14. Kutun A.M., Yigit T.M. Nominal and real stochastic convergence of transition economies. *Journal of Comparative Economics*. 2004; 32(1):23–36. <https://doi.org/10.1016/j.jce.2003.09.008> (In Eng.)
15. Grandes M. Macroeconomic Convergence in Southern Africa: The Rand Zone Experience. OECD Development Centre Working Papers 231, OECD Publishing. 2003. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/731274772335> (In Eng.)
16. Nicolaou A., Mauro C., Urquhart P., Marelli-Berg F. Polyunsaturated fatty acid-derived lipid mediators and T cell function. *Frontiers in Immunology*. 2014; 5:75. <https://doi.org/10.3389/fimmu.2014.00075> (In Eng.)
17. Nurhamidah R., Suhartini A.M. Income Convergence in South Sumatra Province. *Indonesian Journal of Economics and Development*. 2014; 15(1):71–90.
18. Yulianita A., Susetyo D. Human Capital and Economic Convergence in Indonesia: An Empirical Analysis. *International Journal of Scientific and Research Publications*. 2017; 7(7):439–2250. URL: <http://ijsrp.org/research-paper-0717/ijsrp-p6752.pdf> (In Eng.)
19. Payne M., Croxson M.A., Lee T.D., Mayson B., Champagne S., Leung V., Bariso S., Hoang L., Lowe C. MCR-1–positive colistin-resistant *Escherichia coli* in a traveler returning to Canada from China. *Emerging Infectious Diseases*. 2016; 22(9):1673. <https://doi.org/10.3201/eid2209.160177> (In Eng.)
20. Quah D.T. Empirics for economic growth and convergence. *European Economic Review*. 1996; 40(6):1353–1375. [https://doi.org/10.1016/0014-2921\(95\)00051-8](https://doi.org/10.1016/0014-2921(95)00051-8) (In Eng.)
21. Wau T. Convergence of Economic Development Between Regencies and Cities in North Sumatra. *South Nias College of Economics*. SNEMA. field. 2015.
22. Yilanci V., Saridogan E., Artar O. A stochastic convergence analysis for selected East Asian and Pacific countries: A Fourier unit root test approach. *Theoretical and Applied Economics*. 2014; 18(598): 51–60. URL: <https://avesis.comu.edu.tr/yayin/dd12f8e0-bcd6-43a0-8cd4-48648cde17a4/a-stochastic-convergence-analysis-for-selected-east-asian-and-pacific-countries-a-fourier-unit-root-test-approach>
23. Wahiba N.F. Convergence and divergence among countries. *Asian Economic and Financial Review*. 2015; 5(3):510–520. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr/2015.5.3/102.3.510.520> (In Eng.)
24. Kumo W.L. Growth and macroeconomic convergence in Southern Africa. 2011. URL: https://www.afdb.org/sites/default/files/documents/publications/working_130_growth_and_maceroeconomic_convergence_.pdf (In Eng.)
25. Tiwari A.K., Mutascu M. Economic growth and FDI in Asia: A panel-data approach. *Economic Analysis and Policy*. 2011; 41(2):173–187. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/6494677.pdf> (In Eng.)
26. Christopoulos D., León-Ledesma M., Gente K., Gosling A., Krolzigstocked H.-M., Paterson B., Cetté G., Satchi M., Shibayama K. International Output Convergence, Breaks, and Asymmetric Adjustments. *Studies in Nonlinear Dynamics & Econometrics*. 2011; 15. <https://doi.org/10.2202/1558-3708.1823> (In Eng.)
27. Ludlow J., Enders W. Estimating non-linear ARMA models using Fourier coefficients. *International Journal of Forecasting*. 2000; 16(3):333–347. [https://doi.org/10.1016/S0169-2070\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/S0169-2070(00)00048-0) (In Eng.)
28. Pesaran M.H., Shin Y., Smith R.J. Structural analysis of vector error correction models with exogenous I(1) variables. *Journal of Econometrics*. 2000; 97(2):293–343. [https://doi.org/10.1016/S0304-4076\(99\)00073-1](https://doi.org/10.1016/S0304-4076(99)00073-1) (In Eng.)
29. Greene W.H. *Econometric Analysis* (7th ed.). Prentice-Hall. 2012 (In Eng.)

30. Anderson E., d'Orey M.A.J., Duvendack M., Esposito L. Does Government Spending Affect Income Poverty? A Meta-regression Analysis. *World Development*. 2018; 103:60–71.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.10.006> (In Eng.)
31. Arazmuradov A., Martini G., Scotti D. Determinants of total factor productivity in former Soviet Union economies: A stochastic frontier approach. *Economic Systems*. 2014; 38(1):115–135.
<https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2013.07.007> (In Eng.)
32. Marques A., Soukiazis E. Per capita income convergence across countries and across regions in the European Union: Some new evidence. *Journal of Economic Surveys*. 1998; 19(3):389–420. URL: http://www4.fe.uc.pt/ceue/working_papers/iconver.pdf (In Eng.)
33. Skidmore M., Deller S. Is local government spending converging? *Eastern Economic Journal*. 2008; 34(1):41–55. URL: <https://www.jstor.org/stable/20642392> (In Eng.)
34. Indonesian Central Bureau of Statistics. Indonesian statistics 2020.
35. Faqieh H.R.P. Analysis of Convergence of Economic Growth Between Districts on Madura Island. 2016.

The article was submitted 15.12.2021; approved after reviewing 11.02.2022; accepted for publication 12.03.2022

About the authors:

Kurniati, Faculty Economics, Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia (Ilir Barat 1, Palembang, South Sumatra, 30128), kurniatinia200196@gmail.com

Azwardi, Faculty Economics, Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia (Ilir Barat 1, Palembang, South Sumatra, 30128)

Sukanto, Faculty Economics, Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia (Ilir Barat 1, Palembang, South Sumatra, 30128)

All authors have read and approved the final manuscript.

Статья поступила в редакцию 15.12.2021; одобрена после рецензирования 11.02.2022; принята к публикации 20.12.2022

Об авторах:

Курниати, Экономический факультет, Университет Шривиджая (UNSRI) Палембанг (Южная Суматра), Индонезия (30128, Южная Суматра, Палембанг, Илир Барат 1), kurniatinia200196@gmail.com

Азварди, Экономический факультет, Университет Шривиджая (UNSRI) Палембанг (Южная Суматра), Индонезия (30128, Южная Суматра, Палембанг, Илир Барат 1)

Суканто, Экономический факультет, Университет Шривиджая (UNSRI) Палембанг (Южная Суматра), Индонезия (30128, Южная Суматра, Палембанг, Илир Барат 1)

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.



Научная статья

УДК 338.24, 338.1, 330.357

JEL: E6, G01, H12

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.73-93>

Антикризисная эффективность государственной поддержки бизнеса в условиях пандемии коронавируса: эмпирический анализ

Евгений Павлович Кочетков

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия,
kochetkove@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1136-6804>

Аннотация

Цель: анализ зарубежного опыта государственной антикризисной поддержки бизнеса в условиях пандемии коронавируса на основе усовершенствованной методологии оценки эффективности такой поддержки.

Метод или методология проведения работы. Исследование проведено на основе методов логического и сравнительного анализа (индукция, дедукция, компаративистика) с применением статистического инструментария обработки данных. Базис исследования – теория сохранения бизнеса компании от разрушения в рамках процедур банкротства научной школы Финансового университета «Антикризисное управление» во взаимосвязи с теорией макроэкономики. Информационная база – данные МВФ, Всемирного банка, ОЭСР.

Результаты работы. Исследованы подходы к оценке эффективности макроэкономической политики на основе теории и практики правительств развитых стран. Разработана методология анализа антикризисной составляющей такой политики, включая определение критериев эффективности. Сформулированы предложения по совершенствованию антикризисной политики в условиях пандемии коронавируса. Доказана эффективность применения реабилитационного потенциала процедур банкротства на примере некоторых стран для восстановления экономики в условиях кризиса. Полученные результаты исследования являются актуальными и для сегодняшнего кризиса в экономике, обусловленного геополитическими факторами.

Выводы. Кризис, обусловленный пандемией коронавируса, отличается от всех предшествующих экономических кризисов в том числе существенными объемами государственной поддержки бизнеса. При этом отсутствует строгая корреляция между объемами такой поддержки и потерями в экономике. Несмотря на прогнозируемый экономический рост в ближайшие годы, некоторые кризисные факторы (высокий уровень долговой нагрузки, существование зомби-компаний) государствами проигнорированы. Введенный мораторий на банкротство отсрочил проблему накопленных долгов, что впоследствии негативно скажется на темпах экономического роста в мире. Существующие исследования не подтвердили эффективности данной меры поддержки бизнеса.

Оценка эффективности государственной поддержки кризисного бизнеса наряду с макроэкономическими эффектами должна предусматривать антикризисные, обусловленные реабилитационным потенциалом института банкротства. Существующие научные исследования не анализируют вклад режима несостоятельности в экономический рост. По итогам исследования установлена неэффективность государственной поддержки кризисного бизнеса с точки зрения антикризисного управления.

Ключевые слова: кризис, пандемия, коронавирус, государственная поддержка, антикризисная эффективность, банкротство, реабилитационный потенциал банкротства

Благодарность. Автор выражает благодарность Остапчуку В. за участие в подготовке исследовательских материалов для написания статьи, а также рецензентам за ценные замечания при подготовке статьи к публикации.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Кочетков Е. П. Антикризисная эффективность государственной поддержки бизнеса в условиях пандемии коронавируса: эмпирический анализ // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 73–93

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.73-93>

© Кочетков Е. П., 2022



Original article

Crisis Effectiveness of Government Business Support in the Conditions of the Coronavirus Pandemic: an Empirical Analysis

Evgeniy P. Kochetkov

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia,
kochetkove@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1136-6804>

Abstract

Purpose: the main goal is to improve the methodology for assessing the effectiveness of state crisis business support based on the analysis of the experience of foreign countries.

Methods: the information base of the study is data from the IMF, the World Bank and the OECD. The study was conducted on the basis of methods of logical and comparative analysis (induction, deduction, comparative studies) using statistical data processing tools. The theoretical basis of the research is the theory of bankruptcy of companies of the scientific school of the Financial University «Crisis Management».

Results: the approaches to assessing the effectiveness of macroeconomic policy based on the theory and practice of governments of developed countries have been studied, a methodology for analyzing the crisis component of such a policy has been developed, including the definition of efficiency criteria, and proposals for improving crisis policy in the context of the coronavirus pandemic have been formulated. The effectiveness of using the rehabilitation potential of bankruptcy procedures on the example of some countries to restore the economy in a crisis is proved.

Conclusions and Relevance: the crisis caused by the coronavirus pandemic differs from all previous economic crises, including significant amounts of state support for business. At the same time there is no strict correlation between the volumes of such support and losses in the economy. Despite the projected rates of economic growth in the coming years, some crisis factors have been ignored by the states (the high level of debt burden, the existence of zombie companies). The imposed moratorium on bankruptcy has postponed the problem of accumulated debts, which will subsequently negatively affect the pace of economic growth in the world as a whole. Existing studies have not confirmed the effectiveness of this business support measure.

Assessment of the effectiveness of state support for crisis business, along with macroeconomic effects, should include crisis, due to the rehabilitation potential of the institution of bankruptcy. Existing scientific studies do not analyze the contribution of the insolvency regime to economic growth. According to the results of the study, the inefficiency of state support for crisis business from the point of view of crisis management has been established.

Keywords: crisis; pandemic; coronavirus; state support; crisis efficiency; bankruptcy; rehabilitation potential of bankruptcy

Acknowledgments. The author expresses gratitude for participation in the preparation of research materials for writing the article to V. Ostapchuk.

Conflict of interest. The Author declares that there is no Conflict of Interest.

For citation: Kochetkov E. P. Crisis Effectiveness of Government Business Support in the Conditions of the Coronavirus Pandemic: an Empirical Analysis. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):73–93. (In Russ.)
<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.73-93>

© Kochetkov E. P., 2022

Введение

Пандемия коронавируса стала причиной широкомасштабных негативных экономических последствий в мире и привела к возникновению рецессии в экономике. Данная рецессия является одной из крупнейших в мире после Великой депрессии 30-х годов XX века, когда впервые была осознана необходимость государственного вмешательства в экономику в целях преодоления кризисных явлений [1]. Распространение коронавируса и ввод ограничительных мер для бизнеса и населения оказали колоссальное влияние на национальные экономики и в целом на мировую экономику.

В истории развития экономической науки постоянно ведутся споры экономистов о необходимости государственной поддержки бизнеса во время кризисов [2], однако остаются нерешенными вопросы эффективности и целесообразности государственной помощи хозяйствующим субъектам. Актуальность этих вопросов сохраняется в период любого кризиса.

Экономический глобальный кризис, обусловленный пандемией коронавируса, имеет существенные отличия от всех предшествующих. Одна из ключевых его особенностей – масштабная государственная финансовая поддержка кризисного бизнеса в развитых странах. Такая поддержка тре-

бует оценки эффективности в целях обеспечения возможности тиражирования успешного опыта и повышения качества.

В то же время методология оценки эффективности государственной антикризисной поддержки бизнеса в соответствии с действующей парадигмой предусматривает анализ достижения макроэкономических эффектов. Данный подход совершенно игнорирует экономические эффекты от антикризисной составляющей государственной поддержки бизнеса, в первую очередь связанной с реабилитационным потенциалом института банкротства.

Цель исследования – провести анализ опыта государственной антикризисной поддержки бизнеса в условиях пандемии коронавируса на основе усовершенствованной методологии оценки эффективности такой поддержки с учетом определения особенностей кризиса в экономике, обусловленного пандемией, и положений теории антикризисного управления.

Для достижения поставленной цели исследованы теория эффективности макроэкономической политики, практика предоставления государственной поддержки кризисному бизнесу правительствами развитых стран и эффективные формы государственной поддержки для дальнейшей адаптации бизнеса к посткризисному развитию.

Обзор литературы и исследований

Исследования циклического и кризисного развития экономики имеют давнюю историю [3, 4, 5]. Данные исследования послужили основой для формирования и развития теории антикризисного управления социально-экономическими системами [6]¹, а также парадигмы необходимости государственного антикризисного регулирования экономики [1]. Споры о целесообразности участия государства в регулировании экономики всегда были спутниками развития экономической мысли [2]: одновременно существовали приверженцы как вмешательства (кейнсианство и неокейнсианство [1]), так и невмешательства (австрийская школа [7, 8, 9]) государства в функционирование экономики. В силу отсутствия единства мнений по этому вопросу невозможно представить однозначную правильную позицию. Ключевой вопрос в повестке развития макроэкономической науки

сегодня – определение критериев эффективности государственной поддержки.

Существующая парадигма оценки эффективности государственной поддержки кризисного бизнеса основана на устоявшихся подходах к анализу макроэкономической политики. Доминирующей научной теорией выработано несколько критериев эффективности макроэкономической политики – эффективность с точки зрения достижения целей (где признаки – устойчивость и полезность) такой политики и понесенных расходов на выполнение данных целей [10]. Таким образом, обобщающим универсальным критерием эффективности государственной макроэкономической эффективности можно считать достижение роста экономики при минимальных государственных расходах.

В начале 2020 года возросло внимание исследователей к проблемам экономики в условиях пандемии коронавируса, в том числе в направлениях оценки состояния секторов экономики [11, 12] и роли цифровых технологий в период пандемии [13, 14]. Многие исследования посвящены изучению изменений, произошедших как в экономике России [15, 16], так и в мировой экономике из-за пандемии коронавируса [17, 18].

Появились первые работы, связанные с оценкой эффективности государственной поддержки бизнеса в период коронакризиса, однако они в основном касаются макроэкономических эффектов и анализа последствий применения антициклических инструментов денежно-кредитной и бюджетно-фискальной политик [10, 19, 20]. Некоторые исследования такого содержания принадлежат международным организациям².

В настоящее время отсутствуют научные работы, посвященные вопросам оценки эффективности применяемых мер государственной поддержки бизнеса в условиях кризиса, связанного с пандемией, с точки зрения их влияния на антикризисный потенциал бизнеса (более широко – на стабильность деятельности компаний [21]). Наоборот, основные вопросы, которые волнуют ученых-исследователей в контексте антикризисного управления – как предотвращать экономические рецессии, чтобы избежать массовых банкротств компаний [22], а также каково влияние режима несостоятельности на экономический рост в некризисные периоды развития экономики [23].

¹ Алферов В.Н., Кован С.Е., Кочетков Е.П., Крюкова О.Г., Ряховская А.Н., Смирнова Д.Д. Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: монография / под ред. А.Н. Ряховской, С.Е. Кована. М.: ИНФРА-М, 2021. 169 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1146797> (дата обращения: 20.02.2022).

²The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government // OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19) – 2020. URL: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-across-levels-of-government-d3e314e1/> (дата обращения: 10.03.2021); IMF, World Economic Outlook // POLICY RESPONSES TO COVID-19 – 2020. URL: <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#K> (дата обращения: 10.03.2021).

Особая специфика оценки антикризисных мер государственной поддержки объясняется влиянием платежеспособности и финансовой устойчивости компаний на экономический рост³. Наличие платежеспособности позволяет компаниям сохранять производственные и хозяйственные взаимосвязи, в результате чего не нарушается производственный цикл и, как следствие, создаются предпосылки для роста ВВП. В рамках теории институциональной экономики институт банкротства рассматривается в качестве одного из ключевых факторов роста экономики [24].

Материалы и методы. Методологический комплекс исследования обусловлен поставленной в работе целью. Для определения подхода к оценке эффективности антикризисной составляющей государственной поддержки кризисного бизнеса проведен теоретический анализ существующих подходов в научной литературе. По итогам данного анализа, на основе логического синтеза полученных результатов и теории сохранения бизнеса от разрушения в рамках процедур банкротства научной школы Финансового университета при Правительстве Российской Федерации «Антикризисное управление» [6]⁴, сформирован теоретический базис исследования.

В целях апробации разработанного подхода к оценке эффективности государственной антикризисной поддержки бизнеса исследован опыт правительств развитых стран. Эмпирическая база исследования – данные Международного валютного фонда (МВФ), Всемирного банка, Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Отдельно проведен анализ эффективности государственной поддержки кризисного бизнеса с точки зрения антикризисного управления с применением статистического инструментария обработки данных о динамике банкротств компаний и ВВП соответствующих стран.

В то же время для практической оценки эффективности государственных антикризисных мер поддержки бизнеса в условиях кризиса, обусловленного пандемией коронавируса, требуется существенный объем статистических данных о финансовом состоянии компаний, который пока не сформирован по причине временного лага, характерного для государственных статистических

систем. В связи с этим указанная оценка в статье проведена на теоретическом уровне.

В качестве аналитических индикаторов, отражающих макроэкономическую эффективность государственных мер поддержки кризисного бизнеса, используются показатели, характеризующие масштаб банкротств в разных странах и в мире. В целом в работе применяются методы логического и сравнительного анализа (индукция, дедукции, компаративистика).

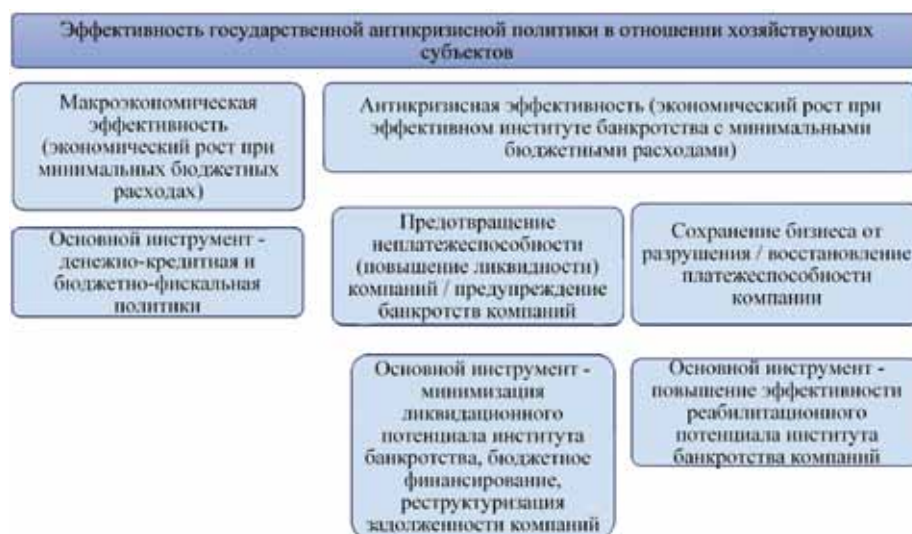
Результаты исследования. Для достижения поставленной цели исследования прежде всего сформулируем предложения по совершенствованию методологии оценки эффективности антикризисной государственной поддержки бизнеса, после чего рассмотрим особенности глобального экономического кризиса в условиях пандемии коронавируса, затем – состав применяемых правительствами развитых стран мер государственной поддержки кризисного бизнеса, и в итоге проведем оценку эффективности таких мер поддержки с точки зрения антикризисной составляющей.

С учетом проведенного анализа существующих подходов к оценке эффективности антициклических мер эффективность государственной антикризисной политики можно определить через составляющие элементы такой эффективности: макроэкономической и антикризисной эффективности, достижение каждой из которых обеспечивается конкретными инструментами данной политики (рис. 1). Именно наличием антикризисной эффективности государственная политика в отношении кризисного бизнеса отличается от просто антициклической макроэкономической политики.

Макроэкономическая эффективность достигается за счет применения инструментов денежно-кредитной и бюджетно-фискальной политики, обеспечивающих достижение экономического роста и стабилизацию основных макроэкономических параметров с учетом минимальных бюджетных расходов. Основным инструментом антикризисной эффективности – институт банкротства, который имеет обычно две составляющие: ликвидационную и реабилитационную. В зависимости от задач антикризисной политики (предотвратить бум банкротств или сохранить бизнес от разрушения) может минимизироваться ликвидационный потенциал банкротства или, на-

³ Кочетков Е.П. Разработка превентивного подхода к оценке финансовой устойчивости неплатежеспособных организаций с учетом требований законодательства о несостоятельности как необходимое условие экономического роста России и выхода из кризиса // Труды Вольного экономического общества России, работы победителей конкурса научных работ молодежи «Экономический рост России». Т. 133. 2010. С. 492–522.

⁴ Алферов В.Н., Кован С.Е., Кочетков Е.П., Крюкова О.Г., Ряховская А.Н., Смирнова Д.Д. Антикризисное управление как основа формирования механизма устойчивого развития бизнеса: монография / под ред. А.Н. Ряховской, С.Е. Кована. М.: ИНФРА-М, 2021. 169 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/1146797> (дата обращения: 20.02.2022).



Разработано автором.

Рис. 1. Основные элементы эффективности государственной антикризисной политики в отношении бизнеса

Developed by the author.

Fig. 1. The main elements of the effectiveness of the government crisis policy

оборот, повышаться реабилитационный потенциал. Методология дальнейшего исследования эффективности государственной антикризисной политики в условиях кризиса экономики из-за пандемии коронавируса будет основана на данном подходе.

Несмотря на современную тенденцию эволюции института банкротства в сторону повышения его реабилитационного потенциала⁵, основной конечный негативный результат любого банкротства – это не только ликвидация компании как юридического лица, но и разрушение бизнеса. Под разрушением бизнеса понимается разрыв системных связей между всеми подсистемами и элементами бизнеса в результате ликвидации компании, отрицательные последствия которого возникают для каждого стейкхолдера бизнеса⁶. В современной теории корпоративных финансов аналогом понятия «разрушение бизнеса» в результате банкротства являются издержки банкротства [25]. Опасность таких издержек заключается в негативных последствиях не только для собственника и кредиторов бизнеса, но и для всей внешней среды, в которой он функционировал: потеря налогоплательщика для государства, утрата важных и системных игроков рынка и т.д. Именно по этой причине важно анализировать эффективность мер государственной поддержки кризисного бизнеса с

точки зрения параметров возможных негативных последствий банкротства.

С позиции антикризисного управления банкротство как явление в экономике представляет собой инструмент, направленный в первую очередь на оздоровление «больного» бизнеса, имеющего потенциал развития и обладающего временной неплатежеспособностью (реабилитационный аспект банкротства), а во вторую очередь – на ликвидацию нежизнеспособных хозяйствующих субъектов. Однако большинство экономистов рассматривает банкротство как угрозу жизнедеятельности компании (по сути, ликвидация), поэтому в большинстве случаев они определяют банкротство как крайнюю степень неудовлетворительности финансово-экономического состояния бизнеса.

По этой причине практически во всех исследованиях экономического характера при употреблении термина «банкротство» всегда имеют в виду негативный его оттенок и ликвидацию компании. В то же время развитие реабилитационного потенциала института банкротства как характерная современная тенденция его эволюции позволяет использовать этот институт в целях оздоровления бизнеса в кризисных условиях без существенных государственных расходов.

⁵ Кочетков Е.П. Повышение эффективности функционирования института банкротства в Российской Федерации: стоимостной подход // Эффективное антикризисное управление. 2017. № 1(100). С. 54-63.

⁶ Кочетков Е.П. Трансформация антикризисного управления в условиях цифровой экономики: обеспечение финансово-экономической устойчивости высокотехнологичного бизнеса: монография. М.: Проспект, 2020.

Банкротство – это такой же инструмент государственной антикризисной политики, как и меры финансовой поддержки. Эффективный национальный режим банкротства, предусматривающий широкий набор реабилитационных мер для восстановления платежеспособности кризисных компаний, имеющих потенциал развития, является одним из ключевых факторов преодоления кризиса в экономике. Именно реабилитационные процедуры банкротства позволяют сохранить бизнес компании от разрушения при наступлении кризисной ситуации.

Проблема исследования этого аспекта заключается в том, что ни одно национальное статистическое ведомство не ведет учета сведений о сохранении бизнеса от разрушения в рамках процедур банкротства. Кроме того, в условиях кризиса в экономике государство также оказывает существенную поддержку бизнесу напрямую, что затрудняет исследование эффектов непосредственно от реабилитационных процедур банкротства. При этом данный институт позволяет оптимизировать государственные расходы на поддержку кризисного бизнеса. К сожалению, в настоящее время вклад института банкротства в достижение макроэкономической эффективности с точки зрения оздоровления неплатежеспособного бизнеса, включая эффективность соответствующих мер государственной поддержки, практически не исследуется.

В условиях экономического кризиса, вызванного пандемией коронавируса, правительства многих стран, наоборот, увидели в институте банкротства угрозу компаниям, в результате чего был объявлен мораторий на возбуждение дел о банкротстве как со стороны самого должника, так и кредиторов⁷. В настоящее время исследования научного характера о влиянии данного моратория на эффективность государственной антикризисной политики пока отсутствуют, но уже появились исследования международных организаций о воздействии кризиса, обусловленного пандемией коронавируса, и мер государственной поддержки на динамику и масштаб банкротств хозяйствующих субъектов⁸.

Существенной особенностью мер государственной поддержки кризисного бизнеса является взаимосвязь микро- и макроуровня. Так, каждая такая мера действует на конкретный хозяйству-

ющий субъект (микроуровень), но совокупность таких субъектов уже формирует целую отрасль или регион (макроуровень). При этом основное направление воздействия антикризисных мер государственной поддержки на бизнес – влияние на его финансово-экономическое состояние. С точки зрения антикризисного управления такое влияние проявляется в восстановлении платежеспособности и финансовой устойчивости компании (табл. 1). Наличие данных характеристик финансового состояния бизнеса позволяет обеспечить его сохранение от разрушения под воздействием негативных последствий факторов кризиса и, как результат, обеспечение экономического роста.

Кризис, обусловленный пандемией коронавируса, заставил правительства многих стран действовать в условиях неопределенности и постоянных компромиссов, учитывая возникшие проблемы в здравоохранении, экономике и социальной сфере. Более половины населения земли впервые в истории подверглись жестким мерам самоизоляции. Данный кризис во многом отличается от предыдущих⁹. Его уникальность заключается в том, что он возник как шок одновременно и со стороны предложения, и со стороны спроса, оказав влияние на все секторы экономики в мире. Все экономические сферы пострадали от нарушения глобальных цепочек поставок, слабого спроса на товары и услуги, снижения деловой активности.

По оценкам МВФ, объем мирового ВВП в реальном измерении сократился на 3,1% в 2020 году¹⁰. Кризис в условиях пандемии коронавируса за последние 40 лет оказался самым масштабным с точки зрения падения объемов мирового ВВП, «опередив» по данному показателю даже мировой финансовый кризис 2008-2009 годов (рис. 2).

Специфика произошедшего кризиса, вызванного пандемией коронавируса – его долгосрочные негативные последствия. Согласно оценкам МВФ, рост мировой экономики после кризиса, обусловленного коронавирусом, в 2020 году является незначительным (рис. 2). Тенденция прогноза составлена из расчета того, что локальные вспышки вируса будут продолжаться. Прогноз МВФ показывает, что только после 2021 года удастся вернуться к динамике роста мирового ВВП, ана-

⁷ Центр макроэкономических исследований НИФИ Минфина России. Мировые тренды законодательства о банкротстве и корпоративном управлении во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (дата обращения: 20.04.2021).

⁸ Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021).

⁹ Кочетков Е.П. Особенности экономического коронакризиса: меры государственной поддержки неплатежеспособного бизнеса в условиях цифровизации экономики // Журнал исследований по управлению. 2021. Т. 7. № 3. С. 22-37.

¹⁰ IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

Таблица 1

Влияние мер государственного антикризисного регулирования на финансово-экономическое состояние бизнеса

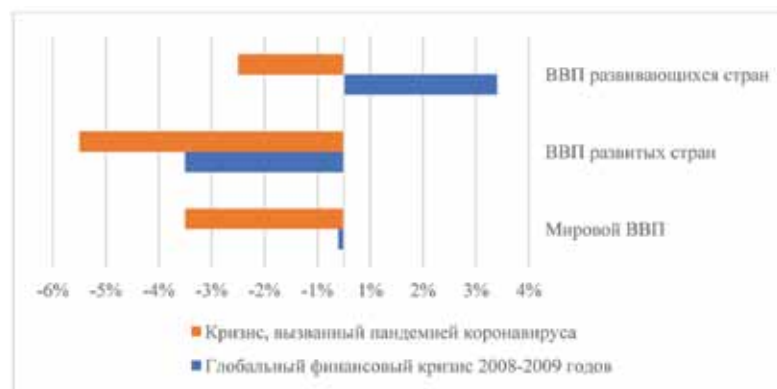
Table 1

The impact of government crisis regulation measures on the financial and economic stability of business

Мера государственной поддержки	Влияние на характеристики финансово-экономического состояния бизнеса	
	Платежеспособность	Финансовая устойчивость
Санация, предоставление субсидий, докапитализация	Приток денежных средств, рост собственных оборотных средств, возможность исполнения обязательств с целью предупреждения юридического банкротства	Увеличение собственного капитала и рост финансовой независимости
Субсидирование процентных ставок	Высвобождение дополнительных денежных средств за счет повышения рентабельности	Снижение долговой нагрузки
Государственные гарантии и поручительства	Приток денежных средств, повышение ликвидности	Увеличение долговой нагрузки снижает финансовую устойчивость; возможность направления денежных средств на развитие производства
Стимулирование спроса с помощью государственных закупок	Увеличение объема выручки бизнеса – рост ликвидности	Развитие основного бизнеса
Реструктуризация налоговой задолженности	Урегулирование задолженности перед бюджетом, рост ликвидности бизнеса	Снижение долговой нагрузки, развитие основной производственной деятельности за счет свободных источников финансирования

Составлено автором по материалам: Кочетков Е.П. Трансформация антикризисного управления в условиях цифровой экономики: обеспечение финансово-экономической устойчивости высокотехнологичного бизнеса: монография. М.: Проспект, 2020. С. 157-182.

Compiled by the author based on the materials: Kochetkov E.P. Transformation of crisis management in the digital economy: ensuring financial and economic stability of high-tech business: monograph. M.: Prospect, 2020. P. 157-182.



Источник: IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

Рис. 2. Сравнительная характеристика динамики ВВП во время кризиса 2008–2009 года и кризиса 2020 года, обусловленного пандемией коронавируса

Source: IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (accessed: 29.01.2022).

Fig. 2. Comparative characteristics of GDP dynamics during the crisis of 2008–2009 and the crisis of 2020 caused by the coronavirus pandemic

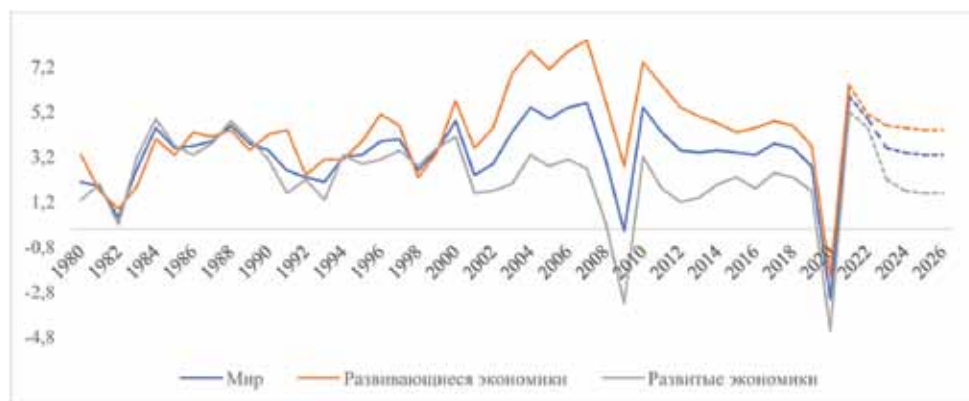
логичной докризисному периоду. Это свидетельствует о том, что влияние пандемии коронавируса на экономику сопряжено с высокой степенью неопределенности, последствия которой крайне трудно предсказать. Сравнение темпов изменения мирового ВВП также показывает, что больше всего от кризиса в условиях пандемии коронавируса

пострадали развитые страны (рис. 3). Главная особенность заключается в том, что развивающиеся страны смогут справиться с последствиями кризиса легче, поскольку у них прогнозируется более высокие темпы роста ВВП.

Ограничения, введенные правительствами многих стран мира, привели к тому, что стабильно работающие в обычных условиях компании были вынуждены оперативно закрыться на неопределенный срок. Как следствие, бизнес начал испытывать сложности с работой на полную мощность из-за внедрения нормативов социальной дистанции. Также наблюдался серьезный спад в объеме спроса из-за снижения деловой активности граждан, обусловленного накоплением сбе-

режений и ограничением социальных контактов.

Правительствами развитых стран применялся ряд традиционных инструментов поддержки бизнеса в рамках денежно-кредитной и бюджетно-фискальной политик. Меры были доступны для всех компаний, но вместе с тем была и целенаправлен-



Источник: IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

Рис. 3. Динамика темпов изменения объемов ВВП, годовое процентное изменение

Source: IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (accessed: 29.01.2022).

Fig. 3. Dynamics of the rate of change in GDP volumes, annual percentage change

ная секторальная поддержка отраслей экономики, которые пострадали больше всего в условиях пандемии коронавируса (туристическая отрасль, сфера гостиничного бизнеса; малые предприятия, включая стартапы [26]; экспортеры, стратегически важные предприятия). Ориентация на малый и средний бизнес была оправдана тем, что большая часть населения работает именно в этих секторах, и у такого бизнеса меньше ресурсов для преодоления негативных последствий кризиса. Для поддержки крупных организаций большинство государств участвовало в эмиссии акционерного капитала или предоставляло кредиты.

Анализ показывает, что основные цели применяемых мер государственной поддержки – повышение притока и снижение оттока денежных средств путем прямого и косвенного воздействия на ликвидность. Центральные банки развитых стран первоначально реагировали, предлагая краткосрочные меры по обеспечению ликвидности, но растущая продолжительность кризиса побудила их пересмотреть меры для предотвращения волны неплатежеспособности жизнеспособных компаний, преследуя цели сохранения бюджетных средств и делая акцент больше на косвенные меры поддержки.

Несмотря на кажущиеся, на первый взгляд, сходство и состав антикризисных мер, используемых правительствами развитых стран, основные меры имеют определенные отличия для каждой страны. Рассмотрим их более подробно¹¹.

Государственные субсидии. Основное экономическое содержание субсидий – снижение посто-

янных издержек бизнеса, связанных с негативными последствиями кризиса. В Германии, Японии, Швеции, Канаде и ряде других развитых стран государственные субсидии направлялись на компенсацию расходов на арендную плату во время пика пандемии коронавируса. Например, в Норвегии такие субсидии рассчитывались исходя из потерь оборотов компании за текущий период. В Канаде правительство возмещало до 50% расходов на арендную плату. В Швеции пошли по другому пути: там стимулировали самих арендодателей, компенсируя им уменьшение арендной платы.

Кроме того, субсидии иногда не имели целей компенсации определенных видов постоянных расходов. Такие меры поддержки в первую очередь предоставлялись субъектам малого и среднего предпринимательства (МСП). Например, во Франции небольшие организации, с оборотом менее 1 млн евро в год, и самозанятые люди имели право на получение субсидий правительства в размере до 1500 евро в месяц, если они доказали, что потеряли половину своего дохода или находятся под угрозой банкротства. В Ирландии организации с численностью сотрудников менее 250 человек могли получить субсидию в размере 25000 евро, если их доходы во время введенных ограничений упали более чем на 25%. Канадские власти выдавали беспроцентные займы в сумме до 25000 евро субъектам МСП, с возможностью не оплачивать 25% займа при условии погашения 75% до конца 2022 года.

Снижение налоговых ставок и отмена налогов. Правительства почти всех развитых стран отменили часть налоговых платежей, чтобы повысить

¹¹ Tetlow G., Dalton G. Support for business during the coronavirus crisis // Publications the Institute for Government – 2020. URL: <https://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/support-business-coronavirus> (дата обращения: 21.03.2021).

ликвидность компаний в условиях кризиса 2020 года. Большинство мер было направлено на стимулирование сохранения сотрудников в бизнесе с использованием механизма отмены части взносов на социальное обеспечение.

Компаниям в Германии, Франции и Сингапуре было разрешено отсрочить налоговые платежи на социальное обеспечение сроком до 4-х месяцев. В Японии и Швеции все налоги можно было отсрочить до одного года, включая налог на добавленную стоимость для организаций, которые входят в список наиболее пострадавших отраслей, а также для тех, кто успешно проводит цифровую трансформацию. Правительство Сингапура снизило налог на нежилую недвижимость на 30% в целом и на 100% для тех компаний, которые больше всего пострадали (гостиницы, отели, туристические объекты, магазины, рестораны). В Норвегии, Ирландии, Новой Зеландии и ряде других стран компаниям разрешили признать убытки, понесенные в 2020 году и в прошлых периодах, чтобы снизить объем уплачиваемых налогов.

Предоставление государственных кредитов. Практически все развитые страны реализовали комплекс мер по расширению доступа компаний различных секторов экономики к кредитным ресурсам. Главная особенность таких мер в условиях экономического коронакризиса – снижение процентных ставок по кредитам для субъектов МСП. Для крупных компаний кредиты предлагали с более высокими лимитами заимствований, но процентные ставки по кредитам были выше, чем для малого и среднего бизнеса.

В условия предоставления кредитов были включены государственные гарантии с покрытием от 70% до 100% суммы кредита. Такие кредиты выдавались как через правительственные учреждения и государственные банки, так и через систему частных банков. В Ирландии, Швеции и Новой Зеландии были созданы государственные фонды, цель которых – предоставление финансовой помощи стратегически важным организациям путем покупки облигаций и других финансовых инструментов.

Долевое участие. Правительства Ирландии, Канады и Германии принимали активное участие в капитале частных организаций. В основном данная мера помощи распространялась на два вида бизнеса: стартапы (которым трудно на начальных

этапах привлечь инвестиции) и стратегически важные компании (организации, которые находятся под угрозой банкротства, особенно это касалось авиакомпаний).

Оценим эффективность государственной антикризисной политики в соответствии с разработанным подходом. Сначала проведем оценку первой составляющей эффективности такой политики – макроэкономической эффективности (то есть достижения роста экономики при минимальных бюджетных расходах).

Особенность всех мер государственной поддержки состоит в их существенных бюджетных расходах на помощь пострадавшим отраслям в комбинации с инструментами денежно-кредитной и фискальной политик. Это говорит о масштабности проблем, связанных с влиянием нового кризиса¹².

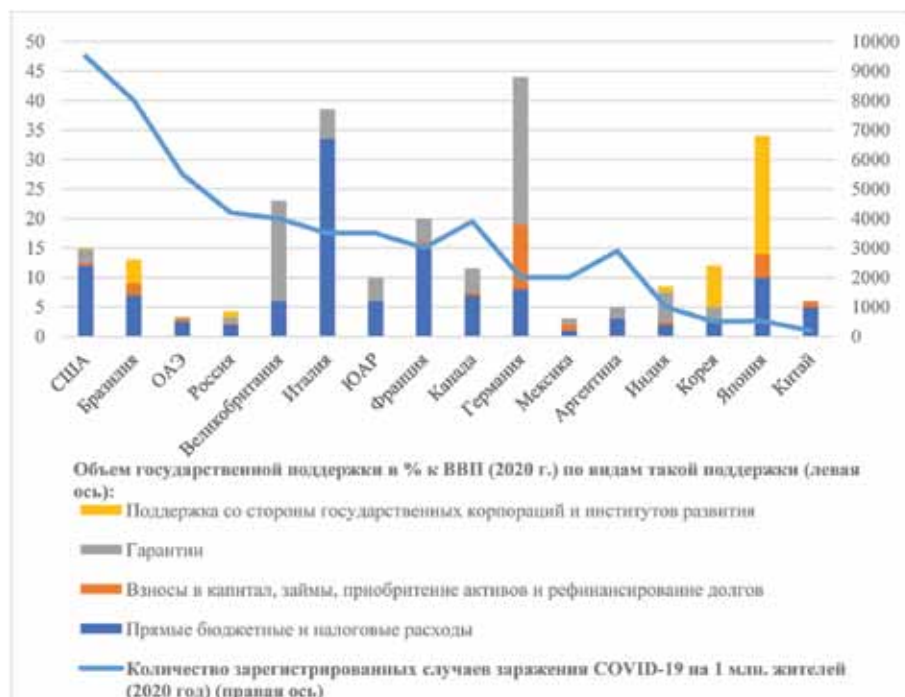
Объем государственной финансовой поддержки пострадавших отраслей экономики правительствами развитых стран в среднем варьируется от 5% до 45% странового ВВП (рис. 4). Масштабы государственной поддержки по доле в ВВП значительно отличаются. Например, Германия понесла государственных расходов на поддержку экономики в 10 раз больше, чем Россия, в 3 раза больше, чем Бразилия, и в 5 раз больше, чем Индия. С учетом таких объемов поддержки национальных экономик правительствами развитых стран можно предположить, что именно эти страны пострадали от кризиса больше всего (у них произошло наибольшее сокращение объемов ВВП), следовательно, и затраты на восстановление должны быть сопоставимы.

Однако те страны, которые понесли больше государственных расходов, не обязательно являются странами, наиболее пострадавшими в этот кризис (рис. 5). Так, бюджетные расходы Канады практически сопоставимы с потерями экономики в результате наступившего кризиса, а потери экономики Германии гораздо меньше понесенных расходов на государственную поддержку бизнеса.

В структуре применяемых мер государственной поддержки в основном преобладают прямое бюджетное финансирование и гарантии, не требующие существенного оттока бюджетных средств (рис. 4). Так, например, Великобритания, Япония и Канада отдают предпочтение субсидиям, дотациям и другим прямым финансовым мерам поддержки, а Франция и Швеция используют налоговые меры поддержки¹³.

¹² The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government // OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19) – 2020. URL: <http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/the-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-across-levels-of-government-d3e314e1/> (дата обращения: 10.03.2021).

¹³ Tetlow G., Dalton G. Support for business during the coronavirus crisis // Publications the Institute for Government – 2020. URL: <https://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/support-business-coronavirus> (дата обращения: 21.03.2021).

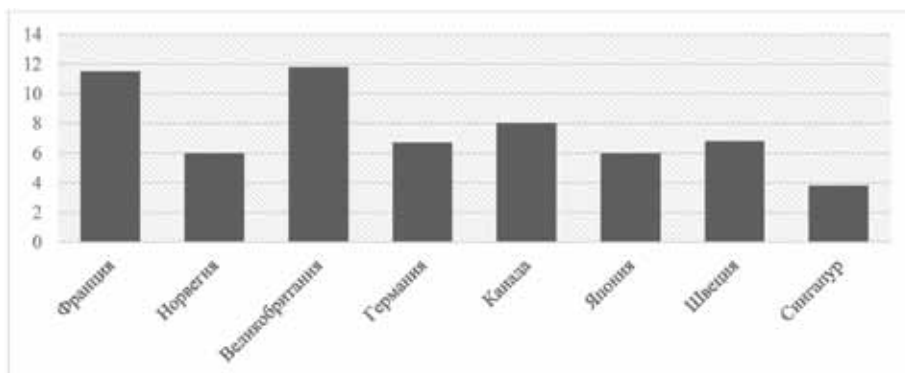


Источник: Bloomberg.com; OECD Economic Outlook, Interim Report March 2021. URL: <https://www.oecd.org/economic-outlook/> (дата обращения: 12.03.2021).

Рис. 4. Масштабы антикризисной государственной поддержки бизнеса

Source: Bloomberg.com; OECD Economic Outlook, Interim Report March 2021. URL: <https://www.oecd.org/economic-outlook/> (accessed 12.03.2021).

Fig. 4. The scale of crisis government support for business



Источник: Tetlow G., Dalton G. Support for business during the coronavirus crisis // Publications The Institute for Government – 2020. URL: <https://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/support-business-coronavirus> (дата обращения: 21.03.2021).

Рис. 5. Потенциальная оценка потерь экономик стран, в % ВВП

Source: Tetlow G., Dalton G. Support for business during the coronavirus crisis // Publications The Institute for Government – 2020. URL: <https://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/support-business-coronavirus> (дата обращения: 21.03.2021).

Fig. 5. Potential assessment of the losses of the economies of the countries in % of GDP

Сравнение объемов государственной поддержки кризисного бизнеса с масштабами заражения людей коронавирусом также не позволяет утверждать о наличии прямой зависимости между данными показателями: в некоторых странах объемы государственных расходов на поддержку бизнеса

были больше, чем в странах с максимальным количеством зараженных вирусной инфекцией.

В условиях пандемии коронавируса со стороны общества существенно возрос спрос на модель ответственного государства: произошло усиление вертикали экономики и огосударствление отдель-

ных секторов, поскольку основную роль в экономике стали играть бюджетные средства¹⁴. Однако это может привести к диспропорции в структуре реципиентов государственной поддержки: молодые частные компании не всегда желают пользоваться прямой финансово-бюджетной поддержкой, даже в период кризиса, ввиду возрастающих дополнительных издержек финансового и репутационного характера [27]. При этом данные компании в условиях кризиса в экономике обычно всегда выступают драйверами экономического роста.

Масштабная государственная финансовая поддержка бизнеса пострадавших секторов экономики привела к обострению проблемы «зомби-компаний» по причине отсутствия дифференцированного подхода при ее предоставлении. С этим столкнулись ведущие экономики мира – Германия, США, Великобритания¹⁵. Несмотря на то, что проблема «зомби-компаний» существует уже несколько десятилетий, в условиях пандемического кризиса она усугубилась благодаря бесплатным и безвозмездным финансовым вливаниям государством в экономику.

«Зомби-компании» пережили пандемию коронавируса и продолжали расти благодаря неизбирательной государственной поддержке и легкому доступу к государственным финансовым средствам. Опасность такого явления связана с падением производительности труда и неэффективным распределением капитала в экономике, что негативно сказывается на темпах экономического роста. Это истощает ресурсы экономики страны, поскольку государственная поддержка просто «консервирует» слабые и неэффективные компании. По некоторым оценкам, в 2020 году долг «зомби-компаний» в США составил 2,6 трлн долларов США¹⁶ (почти 15% корпоративного долга страны)¹⁷.

В целом можно утверждать, что правительствами зарубежных стран достигнута макроэкономическая эффективность государственной антикризисной политики, поскольку в 2021 году произошел

рост экономики¹⁸. Наиболее эффективными мерами поддержки кризисного бизнеса со стороны правительств, по оценкам ОЭСР, стали государственные инвестиции. Увеличение государственных инвестиций в странах с развитой экономикой и формирующимися рынками на 1% ВВП может привести к росту ВВП на 2,7%, а рост частных инвестиций на 10% прямо или косвенно создает от 20 до 33 млн рабочих мест¹⁹.

Оценим эффективность государственной макроэкономической политики в условиях коронакризиса с точки зрения второй ее составляющей – антикризисной. Ключевая особенность такой политики в данном случае заключается в ограничении ликвидационного потенциала института банкротства через поддержку ликвидности бизнеса и введение моратория на возбуждение дела о банкротстве кредиторами и должниками. Цель данной политики – сведение к минимуму риска неплатежеспособности компаний пострадавших отраслей экономики и предотвращение массовых банкротств. Однако действующая антикризисная государственная политика не учла имеющийся к моменту наступления глобального экономического кризиса высокий уровень долговой нагрузки корпоративного сектора экономики. В текущих условиях большинство государств впервые за всю историю экономических кризисов отказалось от поддержки бизнеса за счет реабилитационных инструментов процедур банкротств.

Одним из основных направлений поддержки кризисного бизнеса со стороны правительств стали программы повышения его ликвидности. Ключевая проблема пандемического кризиса – высокий уровень заемных средств у бизнеса (по итогам марта 2021 года мировой объем корпоративного долга составил 102% всемирного ВВП, см. рис. 6), в связи с чем высока вероятность столкнуться с дефицитом ликвидности и масштабным риском банкротства. Долговая зависимость бизнеса может негативно сказаться на темпах экономического роста. По оценкам Всемирного банка, после 2020

¹⁴ Liquidity shortfalls during the COVID-19 outbreak: Assessment and policy responses // OECD Economics Department Working Papers – 2020. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/liquidity-shortfalls-during-the-covid-19-outbreak-assessment-and-policy-responses_581dba7f-en (дата обращения: 12.12.2021).

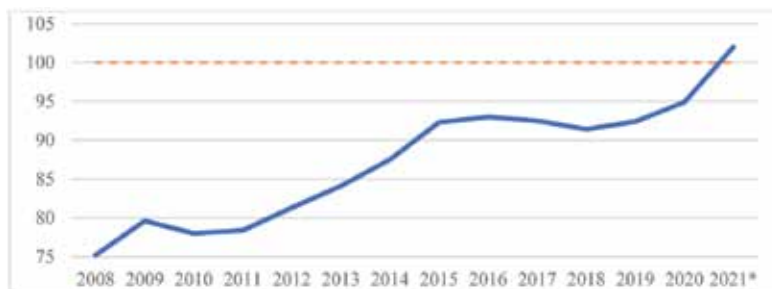
¹⁵ Кочетков Е.П. Особенности экономического коронакризиса: меры государственной поддержки неплатежеспособного бизнеса в условиях цифровизации экономики // Журнал исследований по управлению. 2021. Т. 7. № 3. С. 22-37.

¹⁶ America's zombie companies rack up \$2.6 trillion of debt // Straitstimes, 17.12.2020. URL: <https://www.straitstimes.com/business/economy/americas-zombie-companies-rack-up-26-trillion-of-debt> (дата обращения: 13.01.2022).

¹⁷ BIS. Total Debt of Nonfinancial Corporations in Major Developed and Emerging Economies from 2006 to 2020 (in Trillion U.S. Dollars). Statista, Statista Inc., 1 Dec 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1075320/total-nonfinancial-corporation-debt-major-economies/> (дата обращения: 12.02.2022).

¹⁸ IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

¹⁹ Liquidity shortfalls during the COVID-19 outbreak: Assessment and policy responses // OECD Economics Department Working Papers – 2020. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/liquidity-shortfalls-during-the-covid-19-outbreak-assessment-and-policy-responses_581dba7f-en (дата обращения: 12.12.2021).



* Данные 2021 года предварительные и представлены по состоянию на март этого года.

* The data for 2021 are preliminary and are presented as of march of this year.

Составлено автором по материалам: The Economist. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2021/09/23/how-threatening-are-the-high-levels-of-corporate-debt> (дата обращения: 20.12.2021); BIS. Total Debt of Nonfinancial Corporations Worldwide from 2008 to 2020, by Type of Economy (in Trillion U.S. Dollars). Statista, Statista Inc., 1 Dec 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1075376/total-nonfinancial-corporation-debt-worldwide-economy-type/> (информационно-аналитическая система Statista. <https://www.statista.com> (дата обращения: 20.12.2021).

Рис. 6. Динамика долговой нагрузки корпоративного сектора мировой экономики (отношение совокупного долга к активам, в %)

Compiled by the author based on the materials of: The Economist. URL: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2021/09/23/how-threatening-are-the-high-levels-of-corporate-debt> (accessed: 12/20/2021); BIS. Total Debt of Non-financial Corporations Worldwide from 2008 to 2020, by Type of Economy (in Trillion U.S. Dollars). Statistician, Statistician Inc., Dec 1, 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1075376/total-nonfinancial-corporation-debt-worldwide-economy-type/> (информационно-аналитическая система Statista. <https://www.statista.com> (accessed: 12.20.2021).

Fig. 6. Dynamics of the total debt of the corporate sector of the world economy (the ratio of total debt to assets in %)

года темпы роста экономики, предположительно, будут более медленными – в силу нерешенной структурной проблемы из-за роста объемов мирового корпоративного и публичного долга²⁰.

Проблема высокого риска банкротства усугубилась введенным мораторием на проведение процедур банкротства во многих странах мира, в результате чего, несмотря на благие намерения регуляторов избежать массовых банкротств под воздействием негативных факторов глобального экономического кризиса, проблема накопленных просроченных долгов оказалась нерешенной. Парадокс состоит в том, что действие института банкротства было приостановлено в странах с развитой реабилитационной составляющей такого института, поэтому оздо-

равливающая функция института банкротства не выполнила свою роль. Последствиями данного моратория является прогнозируемый темп роста банкротств в целом по миру более чем на 15% итогам 2022 года (рис. 7). В сочетании с высоким уровнем неопределенности относительно поступающих денежных потоков, в ближайшем будущем это может затруднить получение новых кредитов. В этой связи одна из главных задач правительств в настоящее время – совершенствовать реабилитационный механизм процедур банкротства, а также развивать инструменты превентивной реструктуризации.

Исследование динамики глобального индекса банкротства, рассчитываемого международной компанией Euler Hermes²² в течение 2007–2021 годов показывает, что мировой финансовый кризис 2008–2009 годов сопровождался ростом количества банкротств компаний, тогда как в условиях глобального экономического кризиса из-за пандемии

коронавируса происходит существенное сокращение количества банкротств (рис. 7). Эти данные подтверждают факт принудительной приостановки действия процедур банкротства большинством стран мира в настоящий экономический кризис.

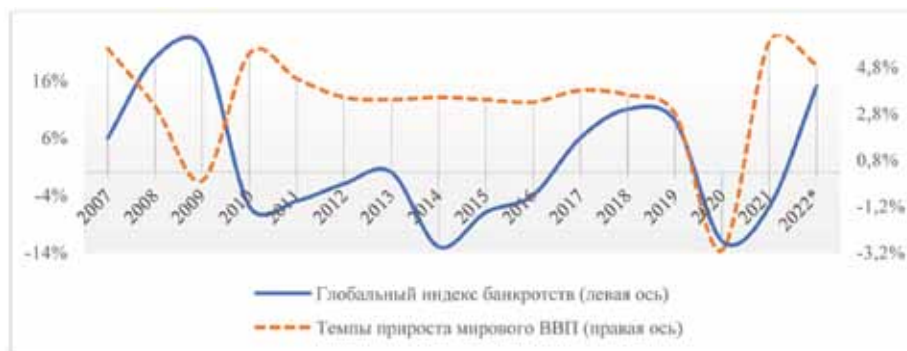
В условиях моратория на банкротство компаний недостаток ликвидности бизнеса был компенсирован масштабными объемами государственной финансовой поддержки. Быстрое реагирование правительств развитых экономик в ходе первой фазы пандемии коронавируса помогло предотвратить масштабный кризис ликвидности. В свою очередь, кризис ликвидности может перерасти в глобальный кризис платежеспособности организаций из-за уменьшения или отсутствия доходов в течение длительного времени²³.

²⁰ World Bank. 2021. Global Economic Prospects, January 2021. Washington, DC: World Bank. © World Bank. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/34710> License: CC BY 3.0 IGO (дата обращения: 21.01.2022).

²¹ Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021).

²² Прим. Автора: Глобальный индекс банкротства представляет собой взвешенную сумму национальных индексов, при этом учитывается вес каждой страны – долей ее ВВП в ВВП стран, использованных в выборке (44 страны, на долю которых приходится 86% мирового ВВП в 2020 году).

²³ Liquidity shortfalls during the COVID-19 outbreak: Assessment and policy responses // OECD Economics Department Working Papers – 2020. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/liquidity-shortfalls-during-the-covid-19-outbreak-assessment-and-policy-responses_581dba7f-en (дата обращения: 12.12.2021).



Составлено автором по материалам: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021); IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

Рис. 7. Динамика глобального индекса банкротств компаний и темпов прироста мирового ВВП

Compiled by the author based on materials from: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (date of application: 12.12.2021); IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (accessed: 29.01.2022).

Fig. 7. Dynamics of the global index of company bankruptcies and the growth rate of global GDP

О масштабах программ государственной поддержки ликвидности бизнеса свидетельствуют объемы бюджетных расходов на ликвидацию последствий пандемического кризиса (см. рис. 4).

Оценка антикризисной эффективности мер государственной поддержки кризисного бизнеса в данном случае осуществляется в рамках первой составляющей – предотвращения массовой неплатежеспособности или бума банкротств. Действительно, согласно исследованиям, существенная государственная финансовая поддержка кризисных компаний позволила предотвратить каждое второе банкротство в странах Европы и каждое третье банкротство в США²⁴ (рис. 8). Однако данный эффект очень сложно оценить, поскольку в большинстве стран Европы был введен мораторий на банкротство компаний. При этом практика показывает что, даже в отсутствии такого моратория можно достичь сокращения количества банкротств хозяйствующих субъектов (например, США, Бельгия, Нидерланды).

С другой стороны, представление распределения стран по показателям наличия моратория на банкротство компаний, темпов банкротства и доли предотвращенных банкротств в результате государственной поддержки в двухмерном пространстве также не позволяет утверждать, что страны, которые ввели указанный мораторий, лидируют по количеству предотвращенных банкротств и резкому сокращению темпов их роста (рис. 9). Данные

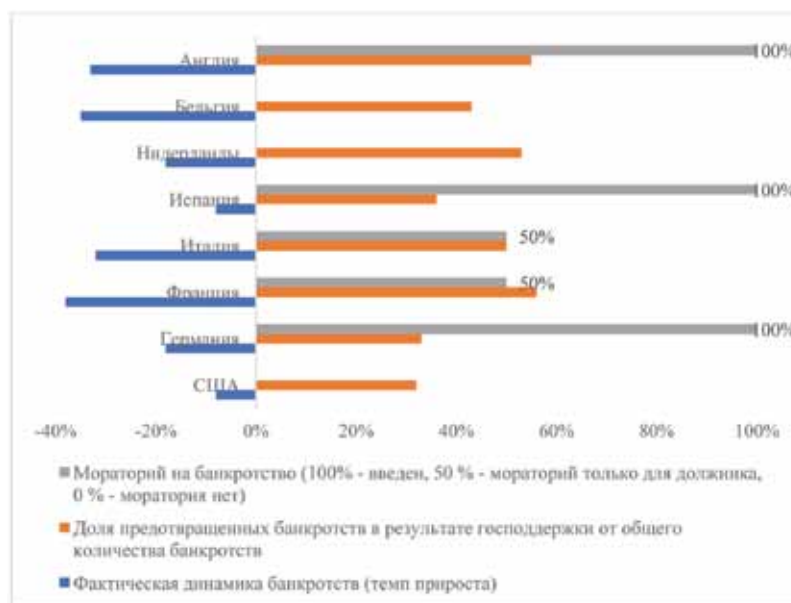
подтверждают тезис о неэффективности установленного моратория на банкротство компаний.

Существующие исследования международных организаций не оценивают эффективности политики в области банкротства компаний с точки зрения их оздоровления и соответствующего положительного вклада в экономический рост. Сложность такого анализа обусловлена невозможностью определения влияющего и зависимого факторов, поскольку между банкротством компаний и темпами роста ВВП есть взаимосвязь: с одной стороны, в условиях экономического кризиса (падения ВВП) возрастает динамика банкротств (с точки зрения ликвидационного потенциала института банкротств) при условии отсутствия принудительной остановки действия процедур банкротства, с другой стороны, высокая динамика банкротств компаний может влиять положительно на темпы экономического роста в случае эффективного реабилитационного режима института банкротства.

Условный анализ стран Европы за период 2019–2020 годов по показателям темпов роста экономики и банкротства компаний позволяет сделать несколько логических заключений (рис. 10):

- 1) чем меньше темпы банкротства (в данном случае речь идет о ликвидационном механизме института банкротства), тем меньше сокращение темпов экономического роста – возможно, фактором послужил эффективный режим банкротства этих стран;

²⁴ Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021).



Составлено автором по материалам: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. *Insolvency: We will be back*. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021); Центр макроэкономических исследований НИФИ Минфина России. *Мировые тренды законодательства о банкротстве и корпоративном управлении во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19*. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (дата обращения: 20.04.2021).

Рис. 8. Эффективность мер государственной антикризисной поддержки компаний с точки зрения предотвращения их банкротств

Compiled by the author based on the materials: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. *Insolvency: We will be back*. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (date of application: 12.12.2021); The Center for Macroeconomic Research of the NIFI of the Ministry of Finance of the Russian Federation. *Global trends in bankruptcy and corporate governance legislation during the COVID-19 coronavirus pandemic*. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (accessed: 20.04.2021).

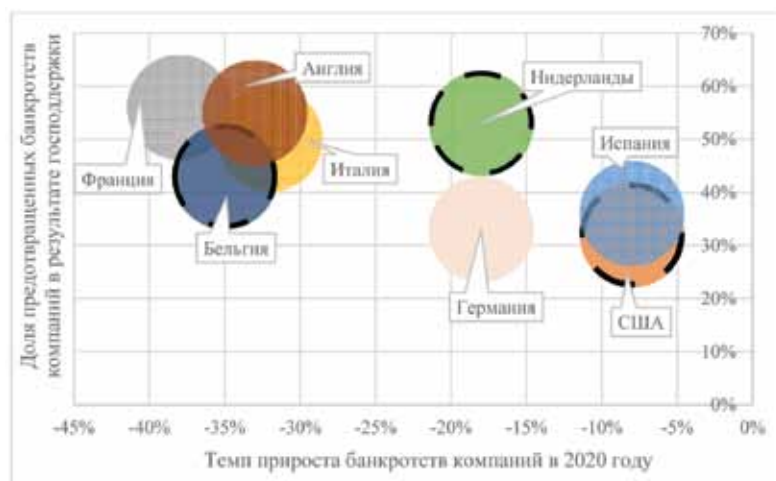
Fig. 8. Effectiveness of government crisis support measures for companies in terms of preventing their bankruptcy

- 2) введение моратория на банкротство компаний не позволило обеспечить темпы роста экономики (в странах, которые ввели такой мораторий, наблюдаются наибольшие темпы падения экономики);
- 3) высокий реабилитационный потенциал национального режима банкротства может оказывать положительное влияние на экономический рост (например, Ирландия).

В качестве подтверждения последнего заключения рассмотрим оценку эффективности режима несостоятельности Ирландии. Согласно рейтингу Всемирного банка «Doing business», можно утверждать, что режим несостоятельности Ирландии является эффективным с точки зрения его реабилитационного потенциала (большинство процедур банкротства заканчиваются сохранением функционирующего предприятия), скорости проведения процедур банкротства, низкого уровня издержек банкротства, высокого уровня удовлетворения требований кредиторов и нормативной правовой базы (табл. 2).

В то же время анализ корреляции динамики глобального индекса банкротств и темпов изменения мирового ВВП в течение 2007–2021 годов показывает отсутствие между ними прямой зависимости (рис. 11): коэффициент детерминации равен нулю, следовательно, в масштабах всего мира невозможно утверждать о четком влиянии процессов банкротства на экономический рост. Однако в нашем случае присутствуют искажающие факторы, оказывающие негативное влияние на точность результатов исследования: во-первых, рассматриваемый индекс банкротств не рассчитывается в отношении всех стран мира, тогда как данные по ВВП учитываются в отношении мирового объема; во-вторых, введенный во многих развитых странах мораторий на банкротство привел к искусственному изменению динамики банкротства компаний, не свойственному для экономических рецессий.

Таким образом, проведенный анализ антикризисной составляющей государственной поддержки бизнеса в текущих условиях не позволяет утверждать о достижении эффективности данной составляющей.



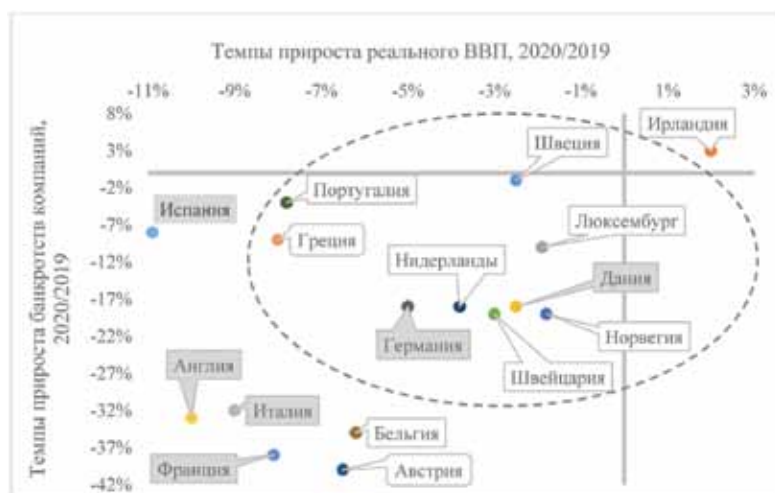
Пунктиром выделены страны, в которых не введен мораторий на банкротство компаний
Dotted lines indicate countries where a moratorium on bankruptcy of companies has not been introduced.

Составлено автором по материалам: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021); Центр макроэкономических исследований НИФИ Минфина России. Мировые тренды законодательства о банкротстве и корпоративном управлении во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (дата обращения: 20.04.2021).

Рис. 9. Эффективность мер государственной антикризисной поддержки компаний с точки зрения предотвращения их банкротств

Compiled by the author based on the materials: Euler Hermes, Allianz Research, 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (date of application: 12.12.2021); The Center for Macroeconomic Research of the NIFI of the Ministry of Finance of the Russian Federation. Global trends in bankruptcy and corporate governance legislation during the COVID-19 coronavirus pandemic. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (accessed: 20.04.2021).

Fig. 9. Effectiveness of government crisis support measures for companies in terms of preventing their bankruptcies



Серым цветом обозначены страны, в которых был введен мораторий на банкротство компаний.
Countries in which a moratorium on bankruptcy of companies was introduced are indicated in gray.

Составлено автором по материалам: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021); Центр макроэкономических исследований НИФИ Минфина России. Мировые тренды законодательства о банкротстве и корпоративном управлении во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (дата обращения: 20.04.2021); IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

Рис. 10. Зависимость темпов прироста экономики и банкротства компаний

Compiled by the author based on the materials: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (date of application: 12.12.2021); The Center for Macroeconomic Research of the NIFI of the Ministry of Finance of the Russian Federation. Global trends in bankruptcy and corporate governance legislation during the COVID-19 coronavirus pandemic. 2020. URL: <https://www.nifi.ru/ru/activity/research-projects> (accessed: 20.04.2021); IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (accessed: 29.01.2022).

Fig. 10. Dependence of the growth rate of the economy and the bankruptcy of companies

Показатели разрешения неплатежеспособности рейтинга Всемирного банка «Doing business» в 2019 году

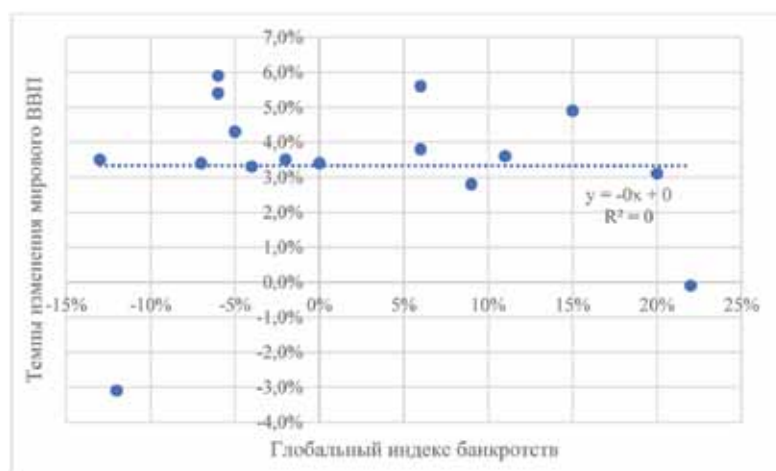
Table 2

Indicators of resolving insolvency of the World Bank's «Doing business» rating in 2019

Показатель	Ирландия	ОЭСР	Лучшая страна в мире
Коэффициент возврата средств кредиторам	86.1	70.2	92.9 (Норвегия)
Длительность процедур банкротства (в годах)	0.4	1.7	0.4 (Ирландия)
Стоимость процедур банкротства (% от активов должника)	9.0	9.3	1.0 (Норвегия)
Конечный результат процедур банкротства 0 – предприятие распродается по частям; 1 – сохранение бизнеса предприятия от разрушения)	1	-	-
Реабилитационный потенциал нормативно-правовой базы регулирования банкротства (чем ближе значение к 16, тем выше эффективность и реабилитационный потенциал процедур банкротства)	10.5	11.9	-

Составлено автором по материалам: рейтинг Всемирного банка «Doing business». URL: https://russian.doingbusiness.org/ru/data/exploreconomies/ireland#DB_ri (дата обращения: 25.01.2022).

Compiled by the author based on the materials: World Bank rating "Doing business". URL: https://russian.doingbusiness.org/ru/data/exploreconomies/ireland#DB_ri (accessed: 25.01.2022).



Составлено автором по материалам: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (дата обращения: 12.12.2021); IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (дата обращения: 29.01.2022).

Рис. 11. Исследование корреляции между темпами изменения глобального индекса банкротств и объемов мирового ВВП

Compiled by the author based on the materials: Euler Hermes, Allianz Research. 2021. Insolvency: We will be back. URL: https://www.eulerhermes.com/en_global/news-insights/economic-insights/insolvencies-well-be-back.html (date of application: 12.12.2021); IMF DataMapper Tool. URL: <https://www.imf.org/external/datamapper/datasets> (accessed: 29.01.2022).

Fig. 11. Research of the correlation between the rate of change of the global bankruptcy index and the volume of world GDP

Существующие исследования международных организаций эффективности мер государствен-

ликвидности исчерпало бы в течение месяца 18% организаций, через 2 месяца – 26%, а к

ной поддержки не рассматривают ее комплексно, с позиции антикризисного характера – эффективность оценивается с точки зрения предупреждения банкротства компаний, то есть снижения активности ликвидационного потенциала института банкротства.

Эффективность государственной антикризисной финансовой поддержки ликвидности бизнеса доказана ОЭСР²⁵. В целях прогнозирования риска неплатежеспособности исследованы финансовые показатели 859 299 компаний за 2018–2019 годы и изменение их операционного денежного потока из-за введения ограничительных мер в 2020 году. По итогам проведенного исследования сделан вывод о положительном влиянии мер государственной поддержки бизнеса на предупреждение его неплатежеспособности.

По оценкам ОЭСР, без поддержки государства буфер

²⁵ Liquidity shortfalls during the COVID-19 outbreak: Assessment and policy responses // OECD Economics Department Working Papers – 2020. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/liquidity-shortfalls-during-the-covid-19-outbreak-assessment-and-policy-responses_581dba7f-en (дата обращения: 12.12.2021).

концу 2020 года уже 38% организаций столкнулось бы с дефицитом ликвидности, тогда как при наличии государственной финансовой помощи доля таких организаций к концу года снижается до 15%. Для сравнения, в обычных условиях дефицит ликвидности испытывают от 1,5% до 7% организаций. Налоговые льготы и меры, связанные с мораторием на исполнение долговых обязательств, оказывают наименьшее влияние на ликвидность организаций. Наиболее эффективной мерой поддержки является предоставление субсидий на оплату труда, так как заработная плата является одной из самых значимых компонентов операционных расходов организаций. Существуют также другие исследования, подтверждающие эффективность компенсации расходов бизнеса на зарплату²⁶.

Выводы

Наступивший кризис, обусловленный пандемией коронавируса, существенно отличается от всех предшествующих кризисов циклического развития экономики. Это отличие заключается не только в ключевых параметрах любого макроэкономического кризиса, но и в применяемых мерах и объемах государственной поддержки кризисного бизнеса. Впервые кризис сопровождался масштабными вливаниями правительствами развитых стран бюджетных ресурсов в экономику, особенно в пострадавшие от пандемии отрасли.

Объемы государственной финансовой поддержки кризисного бизнеса в некоторых странах достигали существенной доли ВВП, не всегда сопоставимой с потерями в экономике. Это породило ряд проблем для государств: повышение уровня ответственности со стороны правительств, огосударствление экономики и отсутствие дифференцированного подхода к предоставлению государственной помощи. В результате последнего большую часть поддержки получали неэффективные компании, производительность которых не способствует экономическому росту («зомби-компании»). Колоссальные объемы государственного финансирования кризисной экономики требуют развития подходов к оценке его эффективности и изучения успешного опыта применения антикризисных мер поддержки в целях его тиражирования.

Доминирующий в настоящее время в научных кругах подход к оценке эффективности государственной антикризисной политики, суть которого заключается в достижениях стабильности макроэ-

кономических индикаторов, включая обеспечение экономического роста, не позволяет провести объективную оценку. Действительно, с точки зрения такого подхода антикризисная политика многих развитых стран оказалась эффективной.

Однако проблема заключается в том, что правительства большинства стран мира не учитывают антикризисную составляющую эффективности государственной поддержки кризисного бизнеса наряду с макроэкономической. Эта составляющая тесно связана с функционированием института банкротства, включая потенциал его ликвидационного и реабилитационного механизмов. К сожалению, сложившееся среди экономистов негативное восприятие банкротства как ключевой угрозы для компаний стало преобладающим и в умах чиновников, поэтому с точки зрения антикризисного управления политика большинства стран развитых экономик была направлена на предупреждение массовых банкротств компаний. В результате такой политики большая часть развитых стран ввела мораторий на банкротства в период пандемии. Неучет многих факторов кризисного развития компаний, включая огромный уровень долговой нагрузки корпоративного сектора экономики, и возможностей реабилитационного потенциала института банкротства усугубил проблему банкротств компаний, несмотря на введенный мораторий: в настоящее время прогнозируется существенный рост банкротств компаний в мире и требуется развитие инструментов превентивной реструктуризации задолженности.

Преобладающий среди экономистов негативный подход к восприятию банкротства сохраняется и в существующих исследованиях эффективности государственной антикризисной политики ведущих международных организаций. Так, ОЭСР в основном оценивает эффективность данной политики с точки зрения поддержки ликвидности бизнеса и, соответственно, предупреждения массовых банкротств. Этот подход правильный, но в то же время однобокий, поскольку не учитывает возможности повышения экономического роста за счет реабилитационного потенциала процедур банкротства, позволяющего обеспечить сохранение кризисного бизнеса от разрушения без масштабных государственных расходов. Проведенное исследование позволяет сделать предположение о положительном влиянии эффективного национального режима банкротства на темпы экономического роста. Грамотное применение процедур банкротства позволяет оздоровить

²⁶ Tetlow G., Dalton G. Support for business during the coronavirus crisis // Publications the Institute for Government – 2020. URL: <https://www.instituteforgovernment.org.uk/publications/support-business-coronavirus> (дата обращения: 21.03.2021).

экономику без существенных государственных финансовых расходов.

Представляется, что исследованные вопросы макроэкономической и антикризисной эффективно-

сти применяемых правительствами развитых стран в период пандемии коронавируса становятся особо актуальными в современных условиях, связанными с развитием нового кризиса из-за геополитических факторов.

Список источников

1. *Keynes J.M.* The General Theory of Employment, Interest and Money // The Collected Writings of John Maynard Keynes. Cambridge University Press, 2012. Vol. VII. 428 p. <https://doi.org/10.1017/UPO9781139524278>
2. *White L.* The Clash of Economic Ideas: The Great Policy Debates and Experiments of the Last Hundred Years. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511998218>
3. *De Vroey M.* A History of Macroeconomics from Keynes to Lucas and Beyond. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511843617>
4. *Бергман Е.Э.* Исторический очерк теорий экономических кризисов. Москва: Ленанд, 2015. 430 с.
5. *Букстейр Р.* Радикальная неопределенность: манифест о природе экономических кризисов, их прогнозировании и преодолении: пер. с англ. *Д. Шалаевой*. Москва: Эксмо, 2021. 304 с.
6. *Кован С.Е.* Теория антикризисного управления социально-экономическими системами (ресурсный подход): монография. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 160 с. URL: <https://znanium.com/catalog/product/557012> (дата обращения: 20.02.2022)
7. *Hayek F.A.* The Pure Theory of Capital. Auburn, Alabama: The Ludwig von Mises Institute, 2009. URL: <https://mises.org/library/pure-theory-capital-0> (дата обращения: 20.02.2022)
8. *Von Mises L.* Human Action: A Treatise on Economics. Auburn, Alabama: The Ludwig von Mises Institute, 1998. URL: <https://mises.org/library/human-action-0> (дата обращения: 20.02.2022)
9. *Rothbard M.N.* Power & Market: Government and the Economy. Fourth edition. Auburn, Alabama: The Ludwig von Mises Institute. 2006. URL: <https://mises.org/library/power-and-market-government-and-economy> (дата обращения: 20.02.2022)
10. *Łopatka A., Fedorowicz K.* Evaluation of the effectiveness of state aid offered to enterprises during the COVID-19 pandemic // Procedia Computer Science. 2021. Vol. 192. P. 4828–4836. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.261>.
11. *Клепач А.Н.* Российская экономика: шок от коронавируса и перспективы восстановления // Научные труды Вольного экономического общества России. 2020. № 2. С. 72–87. <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2020-222-2-72-87>
12. *Mofijur M., Rizwanul Fattah I.M., Md Asrafur Alam, Saiful Islam A.B.M., Hwai Chyuan Ong, Ash-rafur Rahman S.M., Najafi G., Ahmed S.F., Md. Alhaz Uddin, Mahlia T.M.I.* Impact of COVID-19 on the social, economic, environmental and energy domains: Lessons learnt from a global pandemic // Sustainable Production and Consumption. 2021. Vol. 26 P. 343–359. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.016>
13. *Gkeredakis M., Lifshitz-Assaf H., Barrett M.* Crisis as opportunity, disruption and exposure: Exploring emergent responses to crisis through digital technology // Information and Organization. 2021. Vol. 31. Issue 1. 100344. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2021.100344>
14. *Zemtsov S.* New technologies, potential unemployment and 'nescience economy' during and after the 2020 economic crisis // Regional Science Policy & Practice. 2020. Vol. 12. Issue 4. P. 723–743. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12286>
15. *Singh V., Roca E., Li B.* Effectiveness of policy interventions during financial crises in China and Russia: Lessons for the COVID-19 pandemic // Journal of Policy Modeling 2021. Vol. 43. Issue 2. P. 253–277. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2021.01.004>

16. Ответ российского бизнеса на пандемию COVID-19 (на примере шести отраслевых кейсов) / под науч. ред. Т.Г. Долгопятовой, Н.В. Акиндиновой, Ю.В. Симачева, А.А. Яковлева; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 446 с.
<https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2568-5>
17. Анпилов С.М., Сорочайкин А.Н. Россия в постпандемийном мире // Основы ЭУП. 2020. № 2(21). С. 24–30. https://doi.org/10.51608/23058641_2020_2_24
18. Louhichi W., Fiti Z., Ameer H. Measuring the global economic impact of the coronavirus outbreak: Evidence from the main cluster countries // Technological Forecasting and Social Change. 2021. Vol. 167. 120732. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120732>
19. Ouliaris S., Rochon C. Pre- and Post-Global Financial Crisis Policy Multipliers // Journal of Macroeconomics. 2021. Vol. 70. 103370. <https://doi.org/10.1016/j.jmacro.2021.103370>
20. Chudik A., Mohaddes K., Raissi M. Covid-19 fiscal support and its effectiveness // Economics Letters. 2021. Vol. 205. 109939. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109939>
21. Dobliger C., Wales W., Zimmermann A. Stemming the downturn: How ambidexterity and public policy influence firm performance stability during economic crises // European Management Journal. 2022. Vol. 40. Issue 2. P. 163–174. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.06.002>
22. Pearce J.A., Michael S.C. Strategies to prevent economic recessions from causing business failure // Business Horizons. 2006. Vol. 49. Issue 3. P. 201–209. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2005.08.008>
23. McGowan M.A., Andrews D., Millot V. Insolvency regimes, zombie firms and capital reallocation. OECD Economics Department Working Papers, No. 1399. OECD Publishing, Paris. 2017.
<https://doi.org/10.1787/5a16beda-en>
24. Радыгин А., Энгов Р. Институциональные компоненты экономического роста // Вопросы экономики 2005. № 11. С. 14–38. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2005-11-14-38>
25. Фомин М.В. Издержки несостоятельности компаний: виды и способы оценки // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2017. Т. 16. № 2. С. 215–241. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2017.202>
26. Kuckertz A., Brändle L., Gaudig A., Hinderer S., Reyes C.A.M., Prochotta A., Steinbrink K.M., Berger E.S.C. Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic // Journal of Business Venturing Insights. 2020. Vol. 13. e00169. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
27. Bello A.A. Impact of COVID-19 Pandemic on Global Economy // MPRA Paper. 2020. No. 103753. URL: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/103753> (дата обращения: 10.02.2022)

Статья поступила в редакцию 13.01.2022; одобрена после рецензирования 27.02.2022; принята к публикации 12.03.2022

Об авторе:

Кочетков Евгений Павлович, доцент Департамента менеджмента и инноваций, факультет «Высшая школа управления», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, д. 49), кандидат экономических наук, ORCID ID: 0000-0002-1136-6804, kochetkove@mail.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

References

1. Keynes J.M. The General Theory of Employment, Interest and Money. In: The Collected Writings of John Maynard Keynes. Cambridge University Press, 2012. Vol. VII. 428 p. <https://doi.org/10.1017/UPO9781139524278> (In Eng.)
2. White L. The Clash of Economic Ideas: The Great Policy Debates and Experiments of the Last Hundred Years. Cambridge: Cambridge University Press, 2012. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511998218> (In Eng.)
3. De Vroey M. A History of Macroeconomics from Keynes to Lucas and Beyond. Cambridge: Cambridge University Press, 2006. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511843617> (In Eng.)
4. Bergman E.E. Historical outline of theories of economic crises. Moscow, Lenand, 2015. 430 p. (In Russ.)
5. Bookstaber R. The End of Theory: Financial Crises, the Failure of Economics, and the Sweep of Human Interaction / translated from English by D. Shalaeva. Moscow, Eksmo, 2021. 304 p. (In Russ.)
6. Kovan S.E. Theory of crisis management of socio-economic systems (resource approach): Monograph. Moscow, INFRA-M, 2016. 160 p. (In Russ.)
7. Hayek F.A. The Pure Theory of Capital. Auburn, Alabama: The Ludwig von Mises Institute, 2009. URL: <https://mises.org/library/pure-theory-capital-0> (accessed: 20.02.2022) (In Eng.)
8. Von Mises L. Human Action: A Treatise on Economics. Auburn, Alabama, The Ludwig von Mises Institute, 1998. URL: <https://mises.org/library/human-action-0> (accessed: 20.02.2022) (In Eng.)
9. Rothbard M.N. Power & Market: Government and the Economy. Fourth edition. Auburn, Alabama, The Ludwig von Mises Institute. 2006. URL: <https://mises.org/library/power-and-market-government-and-economy> (accessed: 20.02.2022) (In Eng.)
10. Łopatka A., Fedorowicz K. Evaluation of the effectiveness of state aid offered to enterprises during the COVID-19 pandemic. *Procedia Computer Science*. 2021; 192:4828–4836. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.09.261> (In Eng.)
11. Klepach A.N. Russian economy: coronavirus' shock and recovery prospects. *Scientific works of the Free Economic Society of Russia*. 2020; (2):72–87. <https://doi.org/10.38197/2072-2060-2020-222-2-72-87> (In Russ.)
12. Mofijur M., Rizwanul Fattah I.M., Md Asraful Alam, Saiful Islam A.B.M., Hwai Chyuan Ong, Ash-rafur Rahman S.M., Najafi G., Ahmed S.F., Md. Alhaz Uddin, Mahlia T.M.I. Impact of COVID-19 on the social, economic, environmental and energy domains: Lessons learnt from a global pandemic. *Sustainable Production and Consumption*. 2021; 26:343–359. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.016> (In Eng.)
13. Gkeredakis M., Lifshitz-Assaf H., Barrett M. Crisis as opportunity, disruption and exposure: Exploring emergent responses to crisis through digital technology. *Information and Organization*. 2021; 31(1):100344. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2021.100344> (In Eng.)
14. Zemtsov S. New technologies, potential unemployment and 'nescience economy' during and after the 2020 economic crisis. *Regional Science Policy & Practice*. 2020; 12(4):723–743. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12286> (In Eng.)
15. Singh V., Roca E., Li B. Effectiveness of policy interventions during financial crises in China and Russia: Lessons for the COVID-19 pandemic. *Journal of Policy Modeling*. 2021; 43(2):253–277. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2021.01.004> (In Eng.)
16. The response of Russian business to the COVID-19 pandemic (using the example of six industry cases) / under the scientific editorship of T.G. Dolgopyatova, N.V. Akindinova, Yu.V. Simacheva, A.A. Yakovleva; Higher School of Economics. Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics, 2021. 446 p. <https://doi.org/10.17323/978-5-7598-2568-5> (In Russ.)
17. Anpilov S.M., Sorochoykin A.N. Russia in the post-pandemic world. *Osnovy UEP = Fundamentals of EUP*. 2020; 2(21):24–30. https://doi.org/10.51608/23058641_2020_2_24 (In Russ.)

18. Louhichi W., Fiti Z., Ameer H. Measuring the global economic impact of the coronavirus outbreak: Evidence from the main cluster countries. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021; 167:120732. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120732> (In Eng.)
19. Ouliaris S., Rochon C. Pre- and Post-Global Financial Crisis Policy Multipliers. *Journal of Macroeconomics*. 2021; 70:103370. <https://doi.org/10.1016/j.jmacro.2021.103370> (In Eng.)
20. Chudik A., Mohaddes K., Raissi M. Covid-19 fiscal support and its effectiveness. *Economics Letters*. 2021; 205:109939. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.109939> (In Eng.)
21. Doblinger C., Wales W., Zimmermann A. Stemming the downturn: How ambidexterity and public policy influence firm performance stability during economic crises. *European Management Journal*. 2022; 40(2):163–174. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2021.06.002>. (In Eng.)
22. Pearce J.A., Michael S.C. Strategies to prevent economic recessions from causing business failure. *Business Horizons*. 2006; 49(3):201–209. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2005.08.008> (In Eng.)
23. McGowan M.A., Andrews D., Millot V. Insolvency regimes, zombie firms and capital reallocation. OECD Economics Department Working Papers, No. 1399. OECD Publishing, Paris. 2017. <https://doi.org/10.1787/5a16beda-en> (In Eng.)
24. Radygin A., Entov R. Institutional Components of Economic Growth. *Voprosy Ekonomiki*. 2005; (11):14–38. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2005-11-14-38> (In Russ.)
25. Fomin M.V. Costs of insolvency: Types and estimation approaches. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management*. 2017; 16(2):215–241. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2017.202> (In Russ.)
26. Kuckertz A., Brändle L., Gaudig A., Hinderer S., Reyes C.A.M., Prochotta A., Steinbrink K.M., Berger E.S.C. Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*. 2020; 13:e00169. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169> (In Eng.)
27. Bello A.A. Impact of COVID-19 Pandemic on Global Economy. MPRA Paper. 2020; 103753. URL: <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/103753> (accessed: 10.02.2022) (In Eng.)

The article was submitted 13.01.2022; approved after reviewing 27.02.2022; accepted for publication 12.03.2022

About the author:

Evgeniy P. Kochetkov, Associate Professor of the Department of Management and Innovation, Faculty of Higher School of Management, Financial University under the Government of the Russian Federation (49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia), Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, **ORCID ID: 0000-0002-1136-6804**, kochetkove@mail.ru

The author read and approved the final version of the manuscript.



Научная статья

УДК 338.28

JEL: R22, P48, O34

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.94-110>

Систематизация методов противодействия контрафакции товаров премиальных брендов

Ирина Петровна Широценская¹, Галина Сергеевна Тимохина²,
Анатолий Викторович Шишкин³, Инга Анатольевна Корягина⁴,
Антон Николаевич Бекетов⁵

¹⁻⁵ Российский Экономический Университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия

¹Shirotschenskaya.IP@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5919-2313>

²Timohina.GS@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7322-8063>

³Shishkin.AV@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6503-3810>

⁴Koryagina.IA@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7895-2210>

⁵Beketov.AN@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1629-1186>

Аннотация

Цель статьи – систематизировать методы противодействия контрафакции товаров премиальных брендов для обоснования необходимости смещения фокуса с использования методов исключительно государственного регулирования, преимущественно правового и технологического характера, на маркетинговые методы по сдерживанию роста контрафакта на продукцию премиальных брендов.

Методы или методология проведения работы. Исследование основано на применении кабинетных методов сбора и обработки данных, использовании методов системной и структурно-функциональной оценки фактических данных, методов многомерной классификации при сегментировании потребителей контрафактной продукции, методов индексирования и структурирования маркетинговых методов борьбы с контрафактной продукцией.

Результаты работы. На основании анализа состояния рынка контрафактной продукции премиальных брендов и применяемых методов противодействия производству и распространению контрафакта авторы систематизировали маркетинговые методы по сдерживанию роста спроса потребителей на контрафактную продукцию премиальных брендов, что позволило выявить новые методы борьбы с контрафактом. В рамках проведенной авторами систематизации классифицированы типы потребителей контрафактной продукции премиальных брендов на основе психографической и поведенческой сегментации, а также выделены группы офлайн, онлайн и совмещенных маркетинговых методов по противодействию распространению контрафактной продукции премиальных брендов.

Выводы. Авторами представлена классификация типов потребителей контрафактной продукции премиальных брендов на основе психографической и поведенческой сегментации, а также систематизация маркетинговых методов противодействия распространению контрафактной продукции премиальных брендов, которая представлена тремя методами: офлайн, онлайн и совмещенными методами. Результаты проведенного исследования позволяют сформировать более широкий взгляд стейкхолдеров премиальных брендов на совокупность применяемых методов по борьбе с контрафактной продукцией и повысить эффективность используемых методов.

Ключевые слова: премиальные бренды, методы противодействия контрафакту, маркетинговое управление спросом, сегментация потребителей, онлайн, офлайн и совмещенные методы

Благодарность. Статья выполнена в рамках Государственного задания на тему «Разработка методологии управления конкурентоспособностью в сфере товарооборота в цифровой экономике». Проект № FSSW-2020-0009.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Широценская И. П., Тимохина Г. С., Шишкин А. В., Корягина И. А., Бекетов А. Н. Систематизация методов противодействия контрафакции товаров премиальных брендов // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 94–110

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.94-110>

© Широценская И. П., Тимохина Г. С., Шишкин А. В., Корягина И. А., Бекетов А. Н., 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Systematization of methods to counteract counterfeiting of premium brands

Irina P. Shirochenskaya¹, Galina S. Timokhina², Anatoly V. Shishkin³,
Inga A. Koryagina⁴, Anton N. Beketov⁵

¹⁻⁵ Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

¹ Shirochenskaya.IP@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5919-2313>

² Timokhina.GS@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7322-8063>

³ Shishkin.AV@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0002-6503-3810>

⁴ Koryagina.IA@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7895-2210>

⁵ Beketov.AN@rea.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1629-1186>

Abstract

Purpose: the purpose of the article is to systematize the methods of combating counterfeiting of premium brands in order to justify the need to shift the focus from the use of methods of exclusively state regulation, mainly of a legal and technological nature, to marketing methods to curb the growth of counterfeit products for premium brands.

Methods: the study is based on the use of desk methods for collecting and processing data, using methods of systemic and structural-functional assessment of actual data, methods of multidimensional classification in segmenting consumers of counterfeit products, methods of indexing and structuring marketing methods to combat counterfeit products.

Results: based on the analysis of the state of the market for counterfeit premium brands and the methods used to counteract the production and distribution of counterfeit products, the authors systematized marketing methods to curb the growth of consumer demand for counterfeit products of premium brands, which made it possible to identify new methods to combat counterfeiting. As part of the systematization carried out by the authors, the types of consumers of counterfeit products of premium brands are classified based on psychographic and behavioral segmentation, as well as groups of offline, online and combined marketing methods to counter the spread of counterfeit of premium brands.

Conclusions and Relevance: the results of the study will allow premium brand stakeholders to form a broader view of the set of methods used to combat counterfeit products and improve the effectiveness of the methods used.

Keywords: premium brands, anti-counterfeiting methods, marketing demand management, consumer segmentation, online, offline and combined methods

Acknowledgments. This article was prepared as part of a scientific research on the state task on "Development of methodology for managing competitiveness in the field of commodity circulation in the digital economy". Project no. FSSW-2020-0009.

Conflict of Interest. The Authors declares no Conflict of Interest.

For citation: Shirochenskaya I. P., Timokhina G. S., Shishkin A. V., Koryagina I. A., Beketov A. N. Systematization of Methods to Counteract Counterfeiting of Premium Brands. *MIR (Modernizatsiya. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):94–110. (In Russ.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.94-110>

© Shirochenskaya I. P., Timokhina G. S., Shishkin A. V., Koryagina I. A., Beketov A. N., 2021

Введение

В настоящее время проблема производства и сбыта контрафактной продукции представляет реальную угрозу мировой, региональной и отраслевой экономике. Подделки товаров премиальных брендов¹ в процессе их потребления и утилизации могут представлять опасность для здоровья, жизни, имущества населения/потребителей и окружающей среды. Производство и сбыт контрафакта наносит

огромный ущерб законным владельцам торговых марок. Так, например, только в онлайн среде бренды теряют доходы в размере 350 млрд долл. в год из-за онлайн-подделок и пиратского контента².

Пандемия COVID-19 привела к существенному увеличению оборота контрафактной и нелегальной продукции, вследствие чего потери мировой экономики в 2021 году составили 3% мирового ВВП, или 2,2 трлн долл.³

¹ Прим. Авторы: В данном исследовании авторы используют термин товары премиальных брендов, подразумевая товары премиум класса и класса люкс.

² https://www.markmonitor.com/download/wp/MarkMonitor-WP-Brand_Protection_in_the_Digital_World.pdf (дата обращения 05.02.2022).

³ <https://www.euromonitor.com/consumers-in-2020/report> (дата обращения 05.02.2022).

Основными методами противодействия контрафакции товаров премиальных брендов являются методы государственного регулирования, преимущественно правового и технологического характера. Несмотря на государственные меры противодействию контрафактной продукции премиальных брендов, объем рынка контрафактных и нелегальных товаров продолжает расти, что, в частности, подтверждается статистикой⁴.

Данные факты позволяют сделать вывод о том, что инструменты государственного регулирования противостояния производству и распространению контрафактной продукции премиальных брендов не являются достаточными и не обладают необходимой эффективностью. С точки зрения авторов, смещение фокуса в борьбе с контрафактом от правовых и технологических методов к применению методов маркетингового управления спросом на рынке контрафактных товаров премиальных брендов способно снизить остроту проблемы. Маркетинг работает с потребителем, а ведь именно потребитель, как главный субъект рынка, принимает решение о покупке контрафактных либо не контрафактных товаров. Маркетинговые методы противодействия контрафакту в настоящее время применяются компаниями-производителями товаров премиальных брендов, однако носят разрозненный и несистемный характер.

Предмет исследования – совокупность методов противодействия контрафакции товаров премиальных брендов.

Цель исследования: систематизировать методы противодействия контрафакции товаров премиальных брендов для обоснования необходимости смещения фокуса с использования методов исключительно государственного регулирования, преимущественно правового и технологического характера, на маркетинговые методы по сдерживанию роста контрафакта на продукцию премиальных брендов.

Для достижения поставленной цели в рамках данного научного исследования были выполнены следующие задачи и подзадачи:

1. Проанализировано состояние рынка контрафактной продукции премиальных брендов.
2. Систематизированы существующие методы противодействия производству и распространению контрафактной продукции, относящиеся к методам государственного регулирования, преимущественно правового и технологического направления.
3. Систематизированы данные о методах маркетингового управления спросом для сдержи-

вания роста контрафакта на рынках товаров премиальных брендов, о потребителях контрафактной продукции:

- 3.1. Проведена классификация типов потребителей контрафактной продукции премиальных брендов, описан их портрет.
- 3.2. Классифицированы маркетинговые методы противодействия распространению контрафактной продукции премиальных брендов.

Обзор литературы и исследований

Проблема производства и распространения контрафактной продукции премиальных брендов вызывает неподдельный исследовательский интерес в научном сообществе. Контрафактные товары определяются как идентичные или похожие копии товаров с товарными знаками, которые предлагаются на рынке для того, чтобы воспользоваться преимуществами, создаваемыми конкретными товарными знаками [1]. Более подробное определение, предложенное авторами Lai и Zaichowsky [2], определяет контрафактный продукт как 100% прямую копию продукта с высоко оцененным брендом, хотя, в основном, с более низким качеством.

В многочисленных исследованиях проблема распространения контрафактной продукции, в том числе продукции премиальных брендов, рассматривается с различных точек зрения: относительно правового (таможенного права, защиты интеллектуальной собственности) [3–5], экономического [6], в частности, внешнеэкономического [7], рыночного и маркетингового [8] регулирования.

Если в конце 20-го века большинство работ по рассматриваемой тематике было сосредоточено на вопросах спроса [9], то в 21-м веке стал замечен интерес исследователей к проблемам влияния контрафактной продукции на имидж подлинной торговой марки [10; 11] и поведения потребителей [12; 13]. Соответственно, как зарубежные, так и отечественные исследователи начинают изучать возможности маркетинговых методов противодействия контрафакту [14]. Прежде всего, это исследования, в которых поднимаются вопросы морали и этического поведения потребителей контрафактной продукции премиальных брендов [15; 16], изучаются мотивы поведения потребителей контрафактной продукции [17; 18; 19; 20].

Наряду с этим, анализируются психологические особенности личности покупателя и привязанность личности к премиальным брендам в рамках широкомасштабного международного исследования [21], а также изучаются различные виды привязанности и любви, которые потребитель де-

⁴ https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (дата обращения 05.02.2022).

монстрирует к аутентичному премиальному и поддельному брендам [22].

В силу развития глобального рынка активизируются исследования кросс-культурных особенностей поведения потребителей при покупке контрафактной продукции премиальных брендов [23; 24; 25]. Авторы стремятся выявить особенности поведения, мотивы совершения покупок контрафакта, а также уровень финансового благосостояния у потребителей из разных культур, провести сравнения и выявить закономерности в мотивах таких потребителей, предопределяющих модели поведения. К этому типу исследований относятся работы по анализу особенностей потребления контрафактной роскоши потребителями, которые относятся к разным поколениям [26; 27], а также потребителями из стран с развивающейся и развитой экономикой [28; 29].

Заслуживают внимания научные обзоры исследователей Khan, Fazili и Bashir, которые провели ретроспективный анализ исследований в области контрафакции, обобщили существующие теоретические, методологические и практические аспекты рассматриваемой темы, проанализировали проблему разработки стратегических подходов к борьбе с контрафактом премиальных брендов и представили предложения для будущих исследований [30].

В исследованиях по данной теме нашли отражение и вопросы текущего состояния проблемы противостояния контрафакту с использованием современных методов [31; 32; 33], а также вопросы негативного воздействия пандемии COVID-19 на состояние рынка контрафактной продукции премиальных брендов и определения возможностей для трансформации стратегий противодействия контрафакту [34].

Краткий обзор исследований по рассматриваемой тематике показал, что в большинстве научных работ авторы видят снижение остроты проблемы производства и распространения контрафактной продукции в применении методов государственного регулирования. При этом несколько недооценивается роль методов маркетингового управления спросом на рынках контрафактных товаров премиальных брендов, что актуализирует проведение настоящего исследования.

Материалы и методы

Для решения исследовательских задач были применены кабинетные методы сбора и обработки данных, а также методы системной и структурно-

функциональной оценки фактических данных, которые были дополнены многомерным анализом вторичной информации с использованием контент-анализа.

На этапе поиска вторичных данных в информационных поисковых базах и системах Emerald, SpringerLink, ScienceDirect, Wiley, Taylor&Francis, De Gruyter, Google Scholar и Яндекс был установлен ряд ограничений для сужения пула научных исследований по раскрываемой авторами тематики:

- публикации в научных периодических изданиях и информационно-статистические материалы по теме за период 2011–2021 г.;
- исследования отражают аспекты государственного и рыночного регулирования проблемы противодействия распространению контрафакта;
- определение актуальных для анализа источников по ключевым словосочетаниям: «контрафактная продукция», «контрафакт товаров премиум-класса», «контрафакт товаров класса люкс», «методы противодействия контрафакту», «потребитель контрафактной продукции», «премиальные бренды», «маркетинговые методы».

На этапе систематизации маркетинговых методов противодействия производству и распространению контрафакта были применены методы многомерной классификации для сегментирования потребителей контрафактной продукции, индексирования и структурирования методов маркетингового управления спросом на рынке контрафактной продукции премиальных брендов.

Результаты исследования

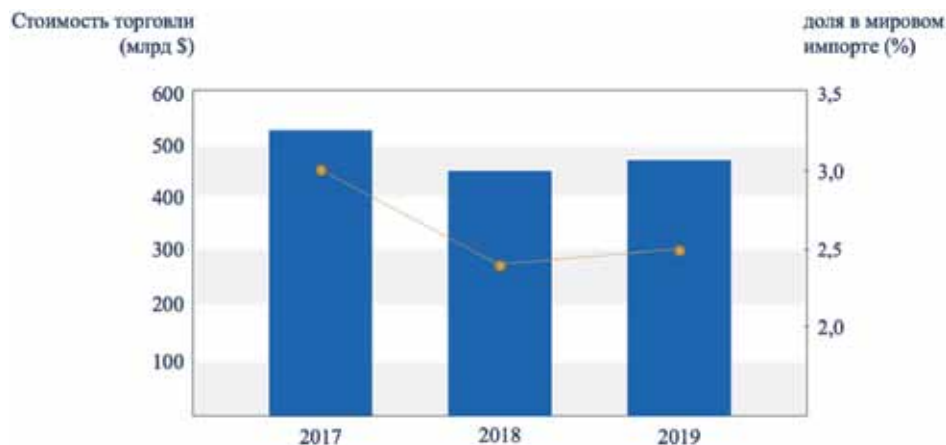
Анализ состояния рынка контрафактной продукции премиальных брендов

Согласно статистическим данным, приведенным в совместном отчете Организации экономического сотрудничества и развития и Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза, за 2019 год объем международной торговли контрафактной и пиратской продукцией составил 464 млрд долл. США, или 2,5% мировой торговли⁵. В номинальном и абсолютном выражении, с точки зрения доли в общем объеме торговли, объем торговли контрафактными товарами демонстрирует значительный рост, показывая значения, близкие к ВВП стран с развитой экономикой⁶ (см. рис. 1).

С 2017 по 2019 годы пятеркой основных отраслей, на которых нацелены производители контрафак-

⁵ https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (дата обращения 04.02.2022).

⁶ Там же.



Источник: OECD/EUIPO (2020), GLOBAL TRADE IN FAKES, OECD/EUIPO 2021, OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (дата обращения 05.02.2022)

Рис. 1. Оценка мировой торговли контрафактными и пиратскими товарами, 2017–2019

Source: OECD/EUIPO (2020), GLOBAL TRADE IN FAKES, OECD/EUIPO 2021, OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (Accessed 02.05.2022)

Fig. 1. Estimated global trade in counterfeit and pirated goods, 2017–2019

та, являлись следующие: обувь, предметы одежды, изделия из кожи, электрические машины, часы. Следует отметить, что в периоде 2017–2020 годов

список товаров, которые подверглись подделкам, расширился на 10% по сравнению с прошлыми периодами (см. рис. 2).



Источник: OECD/EUIPO (2020), GLOBAL TRADE IN FAKES, OECD/EUIPO 2021, OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (дата обращения 05.02.2022)

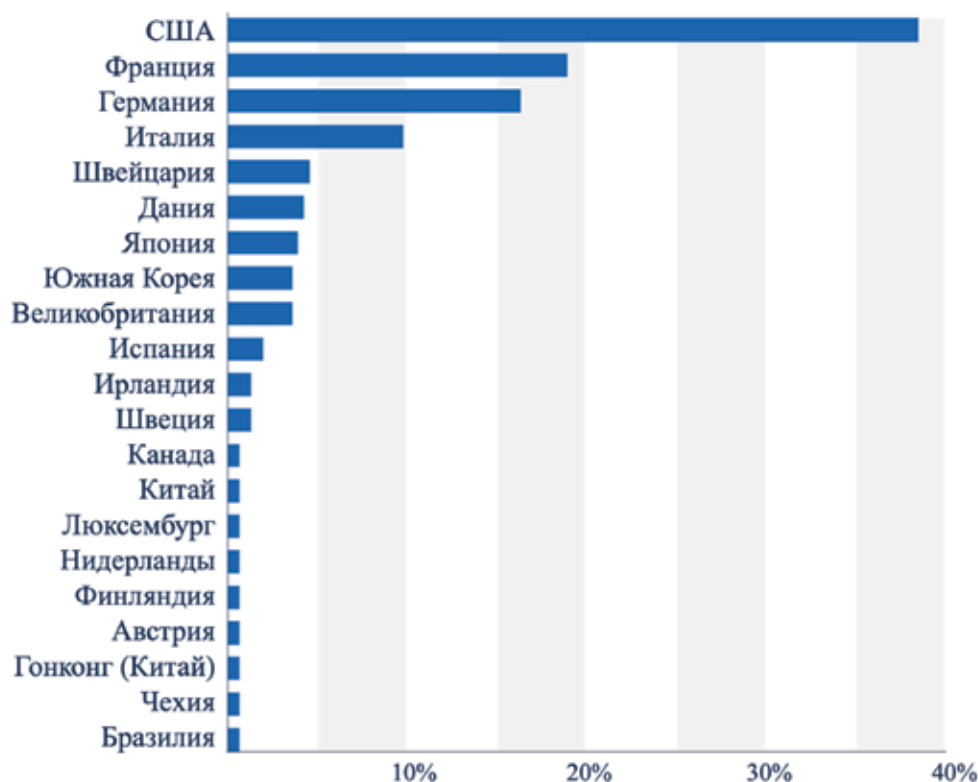
Рис. 2. Категории товаров, наиболее подверженных подделке и пиратству, 2017–2020

Source: OECD/EUIPO (2020), GLOBAL TRADE IN FAKES, OECD/EUIPO 2021, OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (Accessed 02.05.2022)

Fig. 2. Categories of counterfeit and pirated products, 2017–2020

Производство и сбыт контрафакта наносит громадный ущерб законным владельцам торговых марок, в большинстве своем имеющих происхождение из стран с развитой экономикой (см. рис. 3).

Экономический кризис, вызванный пандемией COVID-19, усугубил такие существующие тенденции, как, например, интенсивное неправомерное использование онлайн-среды. Подделки в онлайн-среде составляют почти треть всех подделок, про-



Источник: OECD/EUIPO (2020), GLOBAL TRADE IN FAKES, OECD/EUIPO 2021, OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (дата обращения 05.02.2022)

Рис. 3. Основные страны происхождения правообладателей, чьи права интеллектуальной собственности (ИС) были нарушены, по количеству таможенных изъятий, 2017–2019

Source: OECD/EUIPO (2020), GLOBAL TRADE IN FAKES, OECD/EUIPO 2021, OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/global-trade-in-fakes_74c81154-en (Accessed 02.05.2022)

Fig. 3. Top countries of origin of rightholders whose intellectual property (IP) rights have been infringed, by the number of customs seizures, 2017–2019

изводимых в мире, и, по прогнозам американской компании-разработчика программного обеспечения⁷, подделки в цифровом мире скоро превысят объем продаж контрафактной продукции, продающейся офлайн⁸. В условиях самоизоляции и ограничения передвижения потребители обращаются к покупкам онлайн, чтобы удовлетворить свои потребности, что приводит к значительному увеличению онлайн-предложений широкого спектра подделок.

В России, согласно исследованию ТИАР-Центра, объем оборота контрафактной непищевой продукции составлял в 2020 году 5,2 трлн руб. Прежде всего, это товары легкой промышленности, детские игрушки, бытовая электроника и комплекту-

ющие, парфюмерия⁹. Согласно отчету компании BrandMonitor, общий оборот контрафактной продукции за 2020-2021 годы составил 6,5 трлн руб. (в денежном выражении – это плюс 10% к показателю 2020 года), что свидетельствует о достаточно сильном увеличении объемов.

На непродовольственные товары приходится 60% от оборота контрафактной продукции. Согласно оценкам экспертов BrandMonitor, максимальный объем рынка контрафактной продукции в год в категории одежды и обуви премиальных брендов составляет 273 млрд руб., в категории брендовых кроссовок – 72 млрд руб., в категории детских игрушек и детских товаров – 30 млрд руб. Представленность контрафакта в категории одежда и

⁷ Clarivate – независимая американская компания, управляющая базами данных, информационными системами и коллекциями по интеллектуальной собственности

⁸ https://www.markmonitor.com/download/wp/MarkMonitor-WP-Brand_Protection_in_the_Digital_World.pdf (дата обращения 05.02.2022).

⁹ <https://tiarcenter.com/counterfeit/> (дата обращения 05.02.2022).

обувь люксовых брендов в процентном соотношении от общего числа составляет 70% офлайн и 30% онлайн соответственно. При этом более 80% продаж контрафакта в онлайн приходится на объявления в соцсетях¹⁰.

В борьбе с контрафактной и нелегальной продукцией правительства стран и компании-производители товаров премиальных брендов в основном применяют методы правового и технологического характера.

Систематизация существующих методов противодействия производству и распространению контрафактной продукции, относящихся к методам государственного регулирования преимущественно правового и технологического направления

В структуре совокупности методов правового характера, направленных на защиту интеллектуальной собственности, можно выделить следующие:

1. Таможенное регулирование контрафактной продукции – как один из барьеров на пути перемещения контрафактной продукции. Меры таможенного регулирования отражены в Таможенном кодексе ЕАЭС, РФ и предполагают обеспечение эффективной таможенной защиты прав на объекты интеллектуальной собственности, включая ведение единого таможенного реестра объектов интеллектуальной собственности государств-членов¹¹. Согласно отчетам международных организаций, общее ежегодное количество таможенных изъятий контрафактных и пиратских товаров с 2017 по 2020 годы во всем мире стабильно превышает 130 тыс. товарных единиц. В целом, единая база данных о таможенных изъятиях товаров, нарушающих права интеллектуальной собственности, за указанный период включает почти 465 тыс. наблюдений.

2. Возбуждение административного либо уголовного дела по инициативе правообладателя товарного знака/бренда в тесном взаимодействии с Федеральной таможенной службой, Роспотребнадзором и полицией. В кодексе Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ) установлена административная, гражданско-правовая и уголовная ответственность. Так, за распространение контрафактной продук-

ции более чем на 1 млн руб. нарушитель лишается свободы на срок до 6-ти лет¹².

3. Гражданский иск в суд – согласно гражданскому кодексу РФ. При этом правообладатель может выдвигать требования не только по запрету использования своего товарного знака/бренда, но и по возмещению убытков, и удовлетворения других требований.

4. Антимонопольное регулирование контрафактной продукции – осуществляется Федеральной антимонопольной службой на основе закона РФ «О рекламе»¹³. При выявлении владельцем товарного знака случаев нарушения его прав конкурентом (например, копирование сайтов, использование товарного знака в социальных сетях или интернет-рекламе), правообладатель вправе доказать факт недобросовестной конкуренции.

В связи с цифровизацией большинства процедур по пресечению контрафактной продукции, в том числе, премиальных брендов, большое распространение получают технологические методы борьбы с контрафактом. Особенностью применения этих методов является их тесная взаимосвязь с правовыми методами противодействия контрафакту.

Авторы отмечают следующие технологические методы для пресечения контрафактной продукции:

1. Технологии и методы для формирования единого цифрового рынка интеллектуальных прав, которые применяются в системе правовой политики Европейского союза для противодействия контрафакту¹⁴. Цифровые технологии позволяют размещать на онлайн-платформах инструменты, которые быстро и эффективно отправляют электронные уведомления правообладателю для удаления предложений недобросовестных конкурентов, нарушающих авторские права.

2. Цифровая маркировка товаров средствами идентификации – так называемая система маркировки и прослеживаемости товаров, крупнейшей из которых является система «Честный Знак». Такая система представляет собой особый вид информационных систем для контроля движения товаров от производителей до конечных потребителей. К 2024 году планируется сделать обязательную мар-

¹⁰ <https://media.brandmonitor.ru/godovoy-obem-torgovli-kontrafaktom-v-rf-2021> (дата обращения 04.02.2022).

¹¹ Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29 мая 2014 г.) (ред. от 1 октября 2019 г.). <https://docs.cntd.ru/document/420205962> (дата обращения 10.03.2022).

¹² Жилина И.Ю. Контрафакт на российском рынке и методы защиты от его распространения // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 2: Экономика. 2020. № 1. С. 176-186.

¹³ <https://fas.gov.ru/spheres/1> (дата обращения 10.02.2022).

¹⁴ Шугурова И.В. Направления совершенствования таможенной защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в рамках ЕАЭС // Журнал Суда по интеллектуальным правам 2021. № 3(33). С. 21-32. URL: <https://ipc.arbitr.ru>

кировку сплошной, для всех без исключения товаров на российском рынке, что существенно снизит оборот контрафактной продукции.

3. Цифровые технологии пресечения контрафакта, позволяющие отслеживать незаконные упоминания бренда, логотипа и названия товаров с помощью поисковых роботов и программ-анализаторов текстов и изображений. В качестве примера можно привести технологии Brand Monitor, которые, кроме перечисленного выше, позволяют выполнить анализ цен по предложениям товаров в Интернете и вычислить разницу в цене между предложениями и среднерыночной ценой¹⁵.

Несмотря на применение перечисленных выше методов, объем рынка контрафактных и нелегальных товаров продолжает расти. В частности по итогам 2021 года прирост рынка оценивается в 10%, увеличение объема рынка до 6,5 трлн руб.¹⁶ При этом большая часть продаж приходится на офлайн-торговлю, а основными объектами для подделки выступают одежда и обувь премиальных брендов, детские товары и кроссовки.

Таким образом, проанализированные выше государственные методы регулирования и противостояния производству и распространению контрафактной продукции не являются достаточными, требуют некоторой модернизации и нового взгляда на решение проблемы. Авторам представляется, что смещение акцента от методов государственного регулирования на маркетинговые и рыночные методы позволит более эффективно противодействовать распространению контрафактной продукции в целом, и премиальных брендов, в частности.

Систематизация данных о методах маркетингового управления спросом для сдерживания роста контрафакта на рынках товаров премиальных брендов, а также о потребителях контрафактной продукции

Поскольку главным действующим лицом в экономике, на рынке и в маркетинге является потребитель, представляется целесообразным начать систематизацию с классификации сегментов потребителей контрафактной продукции премиальных брендов и описания портрета таких потребителей.

Для понимания портрета потребителей контрафактных товаров определим некоторые характе-

ристики предмета купли-продажи на рынке контрафакта. Основным объектом подделок являются товары премиум-класса и класса люкс.

К товарам премиум-класса относятся продукты известных брендов. Они характеризуются как товары, адресованные группе потребителей, демонстрирующей слабую чувствительность к цене при принятии решения о покупке. Товары премиум-класса ассоциируются с определенным стилем жизни, событиями или людьми, имеющими высокий социальный статус.

В структуре продукта класса премиум присутствует 2 компоненты: функциональная, включающая физические характеристики продукта, и социально-эмоциональная составляющая, или имидж. Важным отличием премиального продукта от обычного является более высокая стоимость товара. Гарантией качества торговой марки класса премиум сегодня может служить высокая репутация производителя, а также такие характеристики товара, как:

- безопасность использования;
- защита от подделок (голограммы, специальная упаковка и т.п.);
- высококачественные ингредиенты;
- страна происхождения.

Товары класса люкс имеют отличие от товаров премиум-класса. Согласно теории Веблена и Зомбарта, люксовые бренды служат повышению статуса и престижа человека в обществе, возвышают его над другими и предполагают расходы, превышающие необходимые пределы¹⁷.

Товары класса люкс – это предметы роскоши, они не являются массовыми и по своей цене недоступны большинству потребителей. Кроме того, они характеризуются крайней степенью эксклюзивности. Основными характеристиками товаров класса люкс являются:

- уникальность бренда или характера продукта;
- превосходный уровень качества;
- имидж и престиж бренда;
- эксклюзивность;
- высокая цена, соответствующая качеству;
- высочайшие стандарты обслуживания;

¹⁵ https://www.rbc.ru/own_business/19/07/2017/5968d0a39a794749295908ab (дата обращения 01.02.2022).

¹⁶ <https://www.forbes.ru/biznes/448813-analitiki-ocenili-v-10-rost-prodaz-poddel-nyh-tovarov-v-rossii-v-2021-godu> (дата обращения 03.02.2022).

¹⁷ Зомбарт В. Роскошь и капитализм. Война и капитализм. Полное собрание сочинений (Том 3). 2008; Skorobogatikh I., Tarasenko E., Shirochenskaya I. Possible Scenarios of Russian Luxury Market Development under Economic Uncertainty and Turbulence // Review of European Studies. 2015. Т. 7. № 9. С. 131-139; Веблен Т. Теория праздного класса: экономическое исследование институтов. Москва: Progress Publishing. 1984.

- элитарность и ориентация на узкий круг потребителей¹⁸.

Эти незначительные отличия были нивелированы в работе Сильверстайна и Фиске, которые ввели термин «доступная роскошь». По мнению этих авторов, товары премиум-класса высокого уровня можно включить в категорию «доступная роскошь». Сильверстайн и Фиске назвали эту товарную категорию «массовыми престижными товарами», или «masstige»¹⁹.

В настоящем исследовании термин «товары премиальных брендов» используется, подразумевая товары премиум-класса и класса люкс.

Для описания портрета потребителей контрафактной продукции премиальных брендов были проанализированы их потребности и мотивы, причем исходя из предпосылок, что эти потребители не являются однородной группой, и потребление контрафактной продукции обусловлено различными мотивами. В рамках исследования было определено 4 типа потребительского поведения (см. табл. 1).

В рамках систематизации маркетинговых методов противостояния производству и распространению контрафактной и нелегальной продукции премиальных брендов авторы выделили 3 группы методов: методы борьбы с контрафактной продукцией онлайн (в Интернете) и офлайн, а также совмещенные методы (рис. 4).



Разработано авторами.

Developed by the authors.

Рис. 4. Методы борьбы с контрафактом

Fig. 4. Anti-counterfeiting methods

Авторами предложена следующая классификация методов маркетингового управления спросом потребителей контрафактной продукции премиальных брендов в целях противодействия распространению контрафакта.

1. Офлайн маркетинговые методы/инструменты противодействия распространению контрафактных товаров премиальных брендов.

В силу того, что более 70% покупок контрафактной продукции премиальных брендов производится офлайн, и данный рынок показывает прирост от

года к году²⁰, компаниям-производителям необходимо акцентировать внимание на офлайн методах борьбы с контрафактом.

Маркетинговые офлайн методы можно условно разделить на несколько групп: бренд-менеджмент и методы аутентификация товара и его упаковки (см. табл. 2).

2. Онлайн маркетинговые методы (инструменты) противодействия распространению контрафактных товаров премиальных брендов. Актуальность применения онлайн маркетинговых

¹⁸ Skorobogatikh I., Tarasenko E., Shirochenskaya I. Possible Scenarios of Russian Luxury Market Development under Economic Uncertainty and Turbulence // Review of European Studies. 2015. Т. 7. № 9. С. 131-139; Сагинова О.В., Skorobogatikh И.И., Бондарчук Е.В. Этимология понятия «товар класса люкс» и основы классификации товаров данной категории // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2010. № 1 (85). С. 62-69.

¹⁹ Silverstein M., Fiske N. Trading Up: The New American Luxury. In Portfolio Trade. 2008. p. 320.

²⁰ <https://media.brandmonitor.ru/godovoy-obem-torgovli-kontrafaktom-v-rf-2021> (дата обращения 07.02.2022).

Таблица 1

Портрет потребителей контрафактных товаров премиальных брендов и маркетинг взаимодействия с такими потребителями

Table 1

Portrait of consumers of counterfeit goods of premium brands and marketing interactions with such consumers

Тип/сегмент	Описание портрета потребителей	Возможные маркетинговые приемы по работе с потребителями
Мечтатели-имитаторы (от англ. "Dreamitators")	Стереотипный покупатель контрафакта. Молодые люди 15–25 лет, которым не хватает финансовых ресурсов для покупки бросающихся в глаза товаров с логотипами известных брендов. Хотят подражать стилю богатых, мечтают о владении люксовым брендом, чтобы повысить социальный статус среди сверстников. Подделки низкого качества часто обеспечивают кратчайший путь к роскошному образу жизни	Предоставить возможность покупки оригинальных премиальных товаров по более низким ценам или продвигать в данном сегменте диффузные бренды ²¹ , что даст этим потребителям реальную и легальную альтернативу поддельным брендам. Задача маркетинга – найти и обеспечить баланс между доступностью и эксклюзивностью
Спасающие лицо	Молодые профессионалы, которые покупают подделки, чтобы быть принятыми своей социальной группой. Давление сверстников, или концепция «сохранения лица», вынуждает эту группу искать доступную альтернативу подлинному товару. Многие из них ценят общественную ценность люксовых /премиальных брендов, но считают, что подделки обеспечивают достаточное качество жизни	Задача маркетинга – противодействовать заблуждениям. Бренды премиум-класса должны в коммуникациях с потребителями подчеркивать свои сильные стороны и убеждать их, что «второе лучшее» никогда не будет первым. Они должны доказать реальную разницу в качестве между подлинными и поддельными товарами, и объяснить, что эта разница не является незначительной
Умные обманщики	Чувствительны к цене и стилю; подделки предоставляют им возможность увеличить свой гардероб, включающий подлинные премиальные бренды. Воспринимают шопинг как развлечение, им необходимо быть в курсе последних тенденций, выражая себя в различных социальных контекстах. Тщательно подходят к выбору контрафактного товара. Товар не должен быть явно поддельным, так как это может отрицательно сказаться на их репутации	Социальная стигма (клеймо), связанная с владением контрафактной продукцией, может эффективно убедить умных обманщиков и обманщиков в том, что они «потеряют лицо»
Обманщики	Потребители с более высоким доходом, которые могут позволить себе покупать премиальные бренды, но готовы заплатить больше за высококачественные поддельные товары. Считают, что дизайн и качество материалов, используемые в подделках, должны быть сопоставимы с настоящими, и рассматривают их как покупку с низким уровнем риска. Наслаждаются острыми ощущениями от поиска выгодной сделки, которая является связующим звеном с их более скромным прошлым	Задача маркетинга в коммуникации с данными сегментами – подчеркивать важность сохранения этими потребителями своей репутации и понимания необходимости отказываться от поддельных покупок

Составлено авторами по материалам: Glyn Atwal. Why Chinese Consumers Buy Fake Luxury / Jing Daily. 8.04.2021. URL: <https://jingdaily.com/chinese-consumers-buy-counterfeit-luxury/?module=inline&pgtype=article> (дата обращения 05.02.2022).

Compiled by the authors based: Glyn Atwal. Why Chinese Consumers Buy Fake Luxury / Jing Daily. 8/04/2021. URL: <https://jingdaily.com/chinese-consumers-buy-counterfeit-luxury/?module=inline&pgtype=article> (Accessed 02/05/2022).

- методов обусловлена высокими темпами роста распространения контрафактной продукции в Интернете за счет:
- влияния факторов макросреды: развитие технологий, пандемии COVID-19;
 - создания продавцами контрафакта цепочек онлайн-поставок, параллельных законным каналам распространения;
 - использования продавцами контрафакта онлайн-бирж B2B, в дополнение к сайтам электронной коммерции;
 - продвижения контрафактных товаров через социальные сети и поисковые системы;
 - продажи поддельных и контрафактных товаров, приобретенных на оптовых площадках, на аукционных онлайн- и офлайн площадках, блошиных рынках, в магазинах;
 - незаконного использования таких маркетинговых методов, как платная поисковая реклама, SEO оптимизация, использование фирменных терминов в доменных именах и т.д.

²¹ Прим. Авторы: Диффузные бренды (англ. Diffusion lines) – переходные товарные линии между премиум-классом и менее престижными сегментами; чаще всего это вторые и третьи линии дизайнерских брендов.

Маркетинговые офлайн методы борьбы с контрафактными товарами премиальных брендов

Таблица 2

Table 2

Offline marketing methods to combat counterfeit goods of premium brands

Метод	Концептуальная основа метода	Маркетинговое применение метода
1. Бренд-менеджмент	1. Сила и ценности бренда выражаются через географическую принадлежность региону, сохранение идентичности бренда – через сохранение исторического наследия. Создание и продвижение брендов с географическим указанием (Products with Geographical Indications)	1. Мероприятия событийного и социально-ответственного маркетинга 2. Разработка программ интегрированных маркетинговых коммуникаций; транслирующих ценности бренда с географическим указанием (Brands with Geographical Indications)
	2. Сила и ценности бренда выражаются через уникальное качество товара, уникальность процесса производства и техники исполнения	1. Отказ от логотипов или сокращение их применения в силу их высокой возможности копирования 2. Поддержание качества на высочайшем уровне за счет уникальности процесса производства и подчеркивание этих преимуществ в коммуникациях 3. Предложение кастомизированных продуктов и услуг
	3. Сила и ценности бренда выражаются через эксклюзивный уровень сервисных услуг	1. Повышение конкурентоспособности и дифференциации бренда за счет расширения ассортимента предоставляемых услуг 2. Кастомизация предложения за счет предложения эксклюзивных услуг 3. Кастомизация предложения за счет повышения качества и добавленной ценности услуг как дополнение к товару
2. Аутентификация товара и его упаковки	Разработка трудновоспроизводимой упаковки и маркировки товара	1. В рамках сбытовой политики – внедрение системы маркировки товаров (явная и скрытая аутентификация) 2. Внедрение системы прослеживаемости товаров (система, подобная системе прослеживаемости товаров «Чистый знак», но для товаров премиальных брендов)

Составлено авторами по материалам: Ramirez S. Luxury needs authentication and authenticity to fight counterfeit goods / *Luxury Daily*. 5.04.2021/ URL: <https://www.luxurydaily.com/luxury-needs-authentication-and-authenticity-to-fight-counterfeit-goods/> (дата обращения 02.02.2022); Fontana R., Girod S.J.G., Králik M. How Luxury Brands Can Beat Counterfeiters / *Harvard Business Publishing*. 24.05.2019. URL: <https://hbr.org/2019/05/how-luxury-brands-can-beat-counterfeiters> (дата обращения 02.02.2022).

Compiled by the authors based: Ramirez S. Luxury needs authentication and authenticity to fight counterfeit goods / *Luxury Daily*. 04/05/2021. URL: <https://www.luxurydaily.com/luxury-needs-authentication-and-authenticity-to-fight-counterfeit-goods/> (Accessed 02.02.2022); Fontana R., Girod S.J.G., Králik M. How Luxury Brands Can Beat Counterfeiters / *Harvard Business Publishing*. 05/24/2019. URL: <https://hbr.org/2019/05/how-luxury-brands-can-beat-counterfeiters> (Accessed 02.02.2022).

Маркетинговые онлайн методы авторы разделили на несколько групп: мониторинг и онлайн аналитика, обучение потребителей с использованием баз данных изображений, блокчейна и веб-инструментов для проверки подлинности и неаутентичности товаров, коммуникация с потребителями и информирование о незаконных сайтах в социальных сетях и/или на сайте компании (см. табл. 3).

3. Совмещенные маркетинговые методы/инструменты противодействия распространению контрафактных товаров премиум класса.

К совмещенным методам можно отнести коммуникации с потребителями относительно неприемлемости использования контрафакта, социальной ответственности компаний при создании продук-

тов. В последнее время прослеживается тенденция формирования отношения к контрафакту как социально неприемлемому явлению посредством применения брендами интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Выводы

В настоящей статье проведен анализ рынка контрафактной продукции премиальных брендов и применяемых методов противодействия ее производству и распространению.

Краткий анализ рынка продемонстрировал неуклонный рост показателей производства и распространения контрафакта, увеличение видов контрафактной продукции премиальных брендов.

Таблица 3

Маркетинговые онлайн методы борьбы с контрафактом товаров премиальных брендов

Table 3

Online marketing methods for combating counterfeit products of premium brands

Метод	Концептуальная основа метода	Маркетинговое применение метода
1. Мониторинг и онлайн-аналитика	1. Мониторинг точек сбыта и продвижения, отслеживание рекламной деятельности торговцев контрафактом в Интернете	Контроль сбытовой и коммуникационной политики продавцов контрафакта в Интернете: блокировка предложений контрафактной продукции, предотвращение их распространения
	2. Мониторинг киберсквоттинга: регистрация доменных имен, содержащих торговую марку, принадлежащую другому лицу, с целью их дальнейшей перепродажи или недобросовестного использования	Защита прав на интеллектуальную собственность и информирование потребителей об этом
2. Методы обучения потребителей	Обучение потребителей распознаванию контрафактной продукции на основе цифровых и IT-технологий	1. Обучение потребителей использованию системы блокчейн, веб-инструментов, мобильных приложений для проверки подлинности и не аутентичности товаров 2. Обучение потребителей использованию QR-кодов, которые можно отсканировать для загрузки цифрового удостоверения изделия, подробной информации о серийном номере и дате активации гарантии приобретения
3. Коммуникация с потребителями и информирование о незаконных сайтах в соц. сетях и/или на сайте компании	1. Коммуникация на сайте и через приложение компании 2. Личная коммуникация с клиентом через приложение в смартфоне, в социальной сети, рассылка в мессенджерах информации о поддельных сайтах, приложениях Информирование об ассортименте и ценах	Разработка программы интегрированных маркетинговых коммуникаций, ставящей целью: - донести ценности бренда, - проинформировать целевой сегмент о возможностях его копирования, - проинформировать целевой сегмент о нелегальных и криминальных способах продвижения и распределения, - проинформировать целевой сегмент о технологических нововведениях компании (система блокчейн)

Составлено авторами по материалам: Ramirez S. *Luxury needs authentication and authenticity to fight counterfeit goods* / *Luxury Daily*. 04.02.2021 URL: <https://www.luxurydaily.com/luxury-needs-authentication-and-authenticity-to-fight-counterfeit-goods/> (дата обращения 02.02.2022); URL: https://www.markmonitor.com/download/wp/MarkMonitor-WP-Brand_Protection_in_the_Digital_World.pdf (дата обращения 05.02.2022); URL: https://www.markmonitor.com/download/wp/wp-Fighting_Counterfeit_Sales.pdf (дата обращения 05.02.2022).

Compiled by the authors based: Ramirez S. *Luxury needs authentication and authenticity to fight counterfeit goods* / *Luxury Daily*. 04/05/2021. URL: <https://www.luxurydaily.com/luxury-needs-authentication-and-authenticity-to-fight-counterfeit-goods/> (Accessed 02.02.2022); URL: https://www.markmonitor.com/download/wp/MarkMonitor-WP-Brand_Protection_in_the_Digital_World.pdf (Accessed 02/05/2022); URL: https://www.markmonitor.com/download/wp/wp-Fighting_Counterfeit_Sales.pdf (Accessed 02/05/2022).

Описание методов противодействия контрафакту товаров премиальных брендов в мировой и российской практике показало наличие хорошо выстроенной государственной системы по применению в большей степени правовых и технологических методов, но недостаточное применение маркетинговых и рыночных методов.

Посредством систематизации методов маркетингового управления спросом на рынке контрафактной продукции премиальных брендов авторами показаны возможности данных методов в сдерживании потребительского спроса.

Научной новизной исследования является систематизация маркетинговых методов по управлению спросом потребителей на контрафактную продукцию премиальных брендов посредством при-

ведения существующих маркетинговых методов к «общему знаменателю», что позволило выявить новые, цифровые методы борьбы с контрафактом.

Систематизация данных о методах маркетингового управления спросом на рынках контрафактной продукции премиальных брендов выразилась:

- во-первых, в классификации типов потребителей контрафактной продукции премиальных брендов на основе психографической и поведенческой сегментации, анализа и описания мотивов совершения контрафактных покупок в описании портрета потребителей;
- во-вторых, в классификации маркетинговых методов противодействия распространению контрафактной продукции премиальных брендов, которая представлена тремя методами: офлайн, онлайн и совмещенными методами.

Авторы описали концептуальную основу маркетинговых методов противодействия контрафакту, предложили способы/инструменты маркетингового применения этих методов.

Результаты проведенного исследования позволят хозяйствующим субъектам рынка товаров премиальных брендов осознать актуальность и необходимость применения онлайн, офлайн и совмещенных методов маркетингового управления потребительским спросом. Наряду с этим, систематизация маркетинговых методов по сдерживанию роста спроса потребителей на контрафактную продукцию премиальных брендов будет способствовать более широкому взгляду стейкхолдеров брендов на совокупность применяемых

методов по борьбе с контрафактной продукцией и, возможно, повысит эффективность этих методов.

На основании полученных результатов авторы формулируют следующие направления будущих исследований:

- совершенствование маркетинговых методов по сдерживанию роста спроса потребителей на контрафактную продукцию премиальных брендов на основании изучения изменения поведенческих паттернов потребителей;
- методологическое обеспечение оценки эффективности каждого из применяемых методов противодействия производству и распространению продукции премиальных брендов и проведение эмпирических исследований на этой основе.

Список источников

1. Grossman G., Shapiro C. Foreign Counterfeiting of Status Goods // The Quarterly Journal of Economics. 1988. Vol. 103. Issue 1. P. 79–100. <https://doi.org/10.2307/1882643>
2. Lai K., Zaichkowsky J.L. Brand Imitation: Do the Chinese Have Different Views? // Asia Pacific Journal of Management. 1999. Vol. 16. Issue 2. P. 179–192. <https://doi.org/10.1023/A:1015482707900>
3. Fyl R., Luk'yanova G. Economic and legal aspects against controlling goods turnover // Baltic Journal of Economic Studies. 2019. Vol. 5. Issue 5. P. 165–169. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-5-165-169>
4. Уханов А.И., Ушакова А.В. Совершенствование мер по предотвращению ввоза контрафактной продукции, применяемых таможенными органами ЕАЭС // Таможенное регулирование и таможенной контроль. 2020. № 9. С. 31–38. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44502898> (дата обращения 07.02.2022)
5. Klein M.A. Complementarity in public and private intellectual property enforcement; implications for international standards // Oxford Economic Papers-New Series. 2020. Volume 72. Issue 3. P. 748–771. <https://doi.org/10.1093/oep/gpaa001>
6. Appel G., Libai B., Muller E. On the monetary impact of fashion design piracy // International Journal of Research in Marketing. 2018. Vol. 35. Issue 4. P. 591–610. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2018.08.003>
7. Шугурова И.В. Направления совершенствования таможенной защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в рамках ЕАЭС // Журнал Суда по интеллектуальным правам. 2021. № 3(33). С. 21–32. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47140122> (дата обращения: 04.02.2022)
8. Tom G., Garibaldi B., Zeng Y., Pilcher J. Consumer demand for counterfeit goods // Psychology & Marketing. 1998. Vol. 15. Issue 5. P. 405–421. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199808\)15:5<405::AID-PSYCH100206793\(199808\)15:5>3.0.CO;2-1](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199808)15:5<405::AID-PSYCH100206793(199808)15:5<405::AID-PSYCH100206793(199808)15:5>3.0.CO;2-1)
9. Gistri G., Romani S., Pace S., Gabrielli V., Grappi S. Consumption practice of counterfeit luxury goods in the Italian context // Journal of Brand Management. 2009. Vol. 16. Issue 5. P. 364–374. <https://doi.org/10.1057/bm.2008.44>
10. Nia A., Zaichowsky J. Do counterfeits devalue the ownership of luxury brands? // Journal of Product & Brand Management. 2000. Vol. 9. Issue 7. P. 485–497. <https://doi.org/10.1108/10610420010351402>
11. Hieke S. Effects of Counterfeits on the Image of Luxury Brands: An Empirical Study from the Customer Perspective // Journal of Brand Management. 2010. Vol. 18. Issue 2. P. 159–173. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.28>
12. Hamelin N., Sonny N., Rachad E.H. "Faking brands": Consumer responses to counterfeiting // Journal of Consumer Behaviour. 2012. Vol. 12. Issue 3. P. 159–170. <https://doi.org/10.1002/cb.1406>
13. Park-Poaps H., Kang J. An experiment on non-luxury fashion counterfeit purchase: the effects of brand reputation, fashion attributes, and attitudes toward counterfeiting // Journal of Brand Management. 2018. Vol. 25. Issue 3. P. 185–196. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0077-x>

14. *Chen J., Teng L., Liao Y.* Counterfeit Luxuries: Does Moral Reasoning Strategy Influence Consumers' Pursuit of Counterfeits? // *Journal of Business Ethics*. 2018. Vol. 151. Issue 3. P. 249–264.
<https://doi.org/10.1007/s10551-016-3255-y>
15. *Amar M., Ariely D., Carmon Z., Yang H.* How Counterfeits Infect Genuine Products: The Role of Moral Disgust // *Journal of Consumer Psychology*. 2018. Vol. 28. Issue 2. P. 329–343. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1036>
16. *Singh D.P., Kastanakis M.N., Paul J., Reto F.* Non-deceptive counterfeit purchase behavior of luxury fashion products // *Journal of Consumer Behaviour*. 2021. Vol. 20. Issue 5. P. 1078–1091. <https://doi.org/10.1002/cb.1917>
17. *Карапетян Т.А., Очковская М.С.* Мотивы и риски потребления поддельных товаров люксовых брендов // *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2020. № 1(139). С. 14–20. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42678262> (дата обращения: 06.02.2022)
18. *Ngo L., Northey G., Tran Q., Septianto F.* The Devil might wear Prada, but Narcissus wears counterfeit Gucci! How social adjustive functions influence counterfeit luxury purchases // *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2020. Vol. 52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.09.003>
19. *Shan J., Jiang L., Cui Peng A.* A double-edged sword: How the dual characteristics of face motivate and prevent counterfeit luxury consumption // *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 134. P. 59–69.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.032>
20. *Shan J., Jiang L., Cui A.P., Wang Y., Ivzhenko Y.* How and when actual-ideal self-discrepancy leads to counterfeit luxury purchase intention: a moderated mediation model // *International Journal of Consumer Studies*. 2021. <http://dx.doi.org/10.1111/ijcs.12730>
21. *Donvito R., Aiello G., Grazzini L., Godey B., Pederzoli D., Wiedmann K-P., Halliburton C., Chan P., Tsuchiya J., Skorobogatikh I., Oh H., Singh R., Ewing M., Lee Y., Fei L., Chen C., Siu N.* Does personality congruence explain luxury brand attachment? The results of an international research study // *Journal of Business Research*. 2020. Vol. 120. P. 462–472. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.047>
22. *Khandeparkar R., Motiani M.* Fake-love: brand love for counterfeits // *Marketing Intelligence & Planning*. 2018 Vol. 36. Issue 6. P. 661–677. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2017-0278>
23. *Sharma P., Chan R., Nebojsa D., Ueno A.* Cultural differences in deliberate counterfeit purchase behavior // *Marketing Intelligence & Planning*. 2021. Vol. 40. Issue 1. P. 121–137.
<https://doi.org/10.1108/MIP-10-2020-0460>
24. *Xiao J., Li C., Peng L.* Cross-cultural effects of self-discrepancy on the consumption of counterfeit branded luxuries // *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 2018. Vol. 30, Issue 4. P. 972–987.
<https://doi.org/10.1108/APJML-12-2017-0341>
25. *Tunçel N.* Willingness to purchase counterfeit luxury brands: A cross-cultural comparison // *International Journal of Consumer studies*. 2021. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12696>
26. *Jiang L., Shan J.* Heterogeneity of luxury value perception: a generational comparison in China // *International Marketing Review*. 2018. Vol. 35. Issue 3. P. 458–474. <http://dx.doi.org/10.1108/IMR-12-2015-0271>
27. *Khan S., Fazili A.I., Bashir I.* Constructing generational identity through counterfeit luxury consumption // *Journal of Product & Brand Management*. 2021. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2020-3071>
28. *Chand V.Sh., Fei C.* Self-brand connection and intention to purchase a counterfeit luxury brand in emerging economies // *Journal of Consumer Behaviour*. 2020. Vol. 20. Issue 4. P. 399–411.
<https://doi.org/doi.org/10.1002/cb>
29. *Rahimnia F., Arian N.H.* Arian Luxury consumption and the moderating role of attitude toward counterfeits: The case of an emerging market // *Journal of General Management*. 2021. Vol. 47. Issue 1. P. 41–55.
<https://doi.org/10.1177/03063070211013335>
30. *Khan S., Fazili A.I., Bashir I.* Counterfeit luxury consumption: A review and research agenda // *Journal of Consumer Behaviour*. 2020. Vol. 20. Issue 2. P. 337–367. <https://doi.org/10.1002/cb.1868>
31. *Kasztalska A.M.* Brand Image and the Fight Against Counterfeiting By The Gucci Company // *CBU International Conference Proceedings*. 2018. Vol. 6. P. 221–225. <https://doi.org/10.12955/cbup.v6.1160>

32. Amaral N.B. What can be done to address luxury counterfeiting? An integrative review of tactics and strategies // *Journal of Brand Management*. 2020. Vol. 27. Issue 6. P. 691–709. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00206-6>
33. Molina-Castillo F.-J., Penz E., Stöttinger B. Towards a general model explaining physical and digital counterfeits // *Marketing Intelligence & Planning*. 2021. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2020-0529>
34. Шоломова А.В., Скоробогатых И.И., Перепелкин Н.А., Коромыслов М. Влияние пандемии COVID-2019 на мировой рынок товаров и услуг класса люкс: новые вызовы для цифровизации, социальных и культурных аспектов // *Маркетинг и маркетинговые исследования*. 2021. № 3(145). С. 162–176. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46538631> (дата обращения 06.02.2022)

Статья поступила в редакцию 13.02.2022; одобрена после рецензирования 27.02.2022; принята к публикации 15.03.2022

Об авторах:

Широченская Ирина Петровна, доцент кафедры маркетинга, Российский Экономический Университет им. Г. В. Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36), кандидат экономических наук, доцент, ORCID ID: 0000-0002-5919-2313, Shirotschenskaya.IP@rea.ru

Тимохина Галина Сергеевна, доцент кафедры маркетинга, Российский Экономический Университет им. Г. В. Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36), кандидат экономических наук, доцент, ORCID ID: 0000-0001-7322-8063, Timohina.GS@rea.ru

Шишкин Анатолий Викторович, профессор кафедры маркетинга, Российский Экономический Университет им. Г. В. Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36), доктор экономических наук, профессор, ORCID: 0000-0002-6503-3810, Shishkin.AV@rea.ru

Корягина Инга Анатольевна, доцент кафедры маркетинга, Российский Экономический Университет им. Г. В. Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36), кандидат экономических наук, доцент, ORCID ID: 0000-0001-7895-2210, Koryagina.IA@rea.ru

Бекетов Антон Николаевич, старший преподаватель кафедры маркетинга, Российский Экономический Университет им. Г. В. Плеханова (117997, Россия, Москва, Стремянный пер., д. 36), ORCID ID: 0000-0002-1629-1186, Beketov.AN@rea.ru

Вклад соавторов:

Широченская И. П. – сбор данных и доказательств, анализ данных, подготовка начального и окончательного варианта статьи, редактирование статьи, включая перевод элементов статьи на английский язык;

Тимохина Г. С. – развитие методологии исследования и концептуальных подходов к исследованию, редактирование статьи и оформление;

Корягина И. А. – оформление иллюстративных материалов статьи;

Шишкин А. В. – обеспечение ресурсами;

Бекетов А. Н. – формирование выводов.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

References

1. Grossman G., Shapiro C. Foreign Counterfeiting of Status Goods. *The Quarterly Journal of Economics*. 1988; 103(1):79–100. <https://doi.org/10.2307/1882643> (In Eng.)
2. Lai K., Zaichkowsky J.L. Brand Imitation: Do the Chinese Have Different Views? *Asia Pacific Journal of Management*. 1999; 16(2):179–192. <https://doi.org/10.1023/A:1015482707900> (In Eng.)
3. Fyl R., Luk'yanova G. Economic and legal aspects against controlling goods turnover. *Baltic Journal of Economic Studies*. 2019; 5(5):165–169. <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-5-165-169> (In Eng.)
4. Ukhonov A.I., Ushakova A.V. Improving measures to prevent the import of counterfeit products used by the customs authorities of the EAEU. *Tamozhennoe regulirovanie i tamozhennoj kontrol' = Customs regulation and customs control*. 2020; 9:31–38 (In Russ.)
5. Klein M.A. Complementarity in public and private intellectual property enforcement; implications for international standards. *Oxford Economic Papers-New Series*. 2020; 72(3):748–771. <https://doi.org/10.1093/oep/gpaa001> (In Eng.)
6. Appel G., Libai B., Muller E. On the monetary impact of fashion design piracy. *International Journal of Research in Marketing*. 2018; 35(4):591–610. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2018.08.003> (In Eng.)

7. Shugurova I.V. Directions for improving the customs protection of rights to objects of intellectual property within the framework of the EAEU. *Zhurnal Suda po intellektual'ny'm pravam = Journal of the Court for Intellectual Rights*. 2021; 3(33):21–32 (In Russ.)
8. Tom G., Garibaldi B., Zeng Y., Pilcher J. Consumer demand for counterfeit goods. *Psychology & Marketing*. 1998; 15(5):405–421. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199808\)](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199808)15(5):405-421) (In Eng.)
9. Gistri G., Romani S., Pace S., Gabrielli V., Grappi S. Consumption practice of counterfeit luxury goods in the Italian context. *Journal of Brand Management*. 2009; 16(5):364–374. <https://doi.org/10.1057/bm.2008.44> (In Eng.)
10. Nia A., Zaichowsky J. Do counterfeits devalue the ownership of luxury brands? *Journal of Product & Brand Management*. 2000; 9(7):485–497. <https://doi.org/10.1108/10610420010351402> (In Eng.)
11. Hieke S. Effects of Counterfeits on the Image of Luxury Brands: An Empirical Study from the Customer Perspective. *Journal of Brand Management*. 2010; 18(2):159–173. <https://doi.org/10.1057/bm.2010.28> (In Eng.)
12. Hamelin N., Sonny N., Rachad E.H. "Faking brands": Consumer responses to counterfeiting. *Journal of Consumer Behaviour*. 2013; 12(3):159–170. <https://doi.org/10.1002/cb.1406> (In Eng.)
13. Park-Poaps H., Kang J. An experiment on non-luxury fashion counterfeit purchase: the effects of brand reputation, fashion attributes, and attitudes toward counterfeiting. *Journal of Brand Management*. 2018; 25(3):185–196. <https://doi.org/10.1057/s41262-017-0077-x> (In Eng.)
14. Chen J., Teng L., Liao Y. Counterfeit Luxuries: Does Moral Reasoning Strategy Influence Consumers' Pursuit of Counterfeits? *Journal of Business Ethics*. 2018; 151(3):249–264. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3255-y> (In Eng.)
15. Amar M., Ariely D., Carmon Z., Yang H. How Counterfeits Infect Genuine Products: The Role of Moral Disgust. *Journal of Consumer Psychology*. 2018; 28(2):329–343. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1036> (In Eng.)
16. Singh D.P., Kastanakis M.N., Paul J., Reto F. Non-deceptive counterfeit purchase behavior of luxury fashion products. *Journal of Consumer Behaviour*. 2021; 20(5):1078–1091. <https://doi.org/10.1002/cb.1917> (In Eng.)
17. Karapetyan T.A., Ochkovskaya M.S. Motives and risks of consumption of counterfeit goods of luxury brands. *Marketing i marketingovye issledovaniya = Marketing and marketing research*. 2020; 1(139):14–20 (In Russ.)
18. Ngo L., Northey G., Tran Q., Septianto F. The Devil might wear Prada, but Narcissus wears counterfeit Gucci! How social adjustive functions influence counterfeit luxury purchases. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2020; 52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.09.003> (In Eng.)
19. Shan J., Jiang L., Cui P.A. A double-edged sword: How the dual characteristics of face motivate and prevent counterfeit luxury consumption. *Journal of Business Research*. 2021; 134:59–69. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.032> (In Eng.)
20. Shan J., Jiang L., Cui A.P., Wang Y., Ivzhenko Y. How and when actual-ideal self-discrepancy leads to counterfeit luxury purchase intention: a moderated mediation model. *International Journal of Consumer Studies*. 2021. <http://dx.doi.org/10.1111/ijcs.12730> (In Eng.)
21. Donvito R., Aiello G., Grazzini L., Godey B., Pederzoli D., Wiedmann K-P., Halliburton C., Chan P., Tsuchiya J., Skorobogatikh I., Oh H., Singh R., Ewing M., Lee Y., Fei L., Chen C., Siu N. Does personality congruence explain luxury brand attachment? The results of an international research study. *Journal of Business Research*. 2020; 120:462–472. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.047> (In Eng.)
22. Khandeparkar R., Motiani M. Fake-love: brand love for counterfeits. *Marketing Intelligence & Planning*. 2018; 36(6):661–677. <https://doi.org/10.1108/MIP-11-2017-0278> (In Eng.)
23. Sharma P., Chan R., Nebojsa D., Ueno A. Cultural differences in deliberate counterfeit purchase behavior. *Marketing Intelligence & Planning*. 2021; 40(1):121–137. <https://doi.org/10.1108/MIP-10-2020-0460> (In Eng.)
24. Xiao J., Li C., Peng L. Cross-cultural effects of self-discrepancy on the consumption of counterfeit branded luxuries. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 2018; 30(4):972–987. <https://doi.org/10.1108/APJML-12-2017-0341> (In Eng.)

25. Tunçel N. Willingness to purchase counterfeit luxury brands: A cross-cultural comparison. *International Journal of Consumer studies*. 2021. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12696> (In Eng.)
26. Jiang L. Shan J. Heterogeneity of luxury value perception: a generational comparison in China. *International Marketing Review*. 2018; 35(3):458–474. <http://dx.doi.org/10.1108/IMR-12-2015-0271> (In Eng.)
27. Khan S, Fazili A.I., Bashir I. Constructing generational identity through counterfeit luxury consumption. *Journal of Product & Brand Management*. 2021. <https://doi.org/10.1108/JPBM-09-2020-3071> (In Eng.)
28. Chand V.Sh., Fei C. Self-brand connection and intention to purchase a counterfeit luxury brand in emerging economies. *Journal of Consumer Behaviour*. 2020; 20(4):399–411. <https://doi.org/doi.org/10.1002/cb> (In Eng.)
29. Rahimnia F., Arian N.H. Arian Luxury consumption and the moderating role of attitude toward counterfeits: The case of an emerging market. *Journal of General Management*. 2021; 47(1):41–55. <https://doi.org/10.1177/03063070211013335> (In Eng.)
30. Khan S, Fazili A.I., Bashir I. Counterfeit luxury consumption: A review and research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*. 2020; 20(2):337–367. <https://doi.org/10.1002/cb.1868> (In Eng.)
31. Kasztalska A.M. Brand Image and the Fight Against Counterfeiting By The Gucci Company. *CBU International Conference Proceedings*. 2018; 6:221–225. <https://doi.org/10.12955/cbup.v6.1160> (In Eng.)
32. Amaral N.B. What can be done to address luxury counterfeiting? An integrative review of tactics and strategies. *Journal of Brand Management*. 2020; 27(6):691–709. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00206-6> (In Eng.)
33. Molina-Castillo F.-J., Penz E., Stöttinger B. Towards a general model explaining physical and digital counterfeits. *Marketing Intelligence & Planning*. 2021. <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2020-0529> (In Eng.)
34. Sholomova A.V., Skorobogatykh I.I., Perepelkin N.A., Koromyslov M. Impact of the COVID-2019 pandemic on the global market for luxury goods and services: new challenges for digitalization, social and cultural aspects. *Marketing i marketingovye issledovaniya = Marketing and marketing research*. 2021; 3(145):162–176 (In Russ.)

The article was submitted 13.02.2022; approved after reviewing 07.02.2022; accepted for publication 15.03.2022

About the authors:

Irina P. Shirochenskaya, Associate Professor of the Marketing Department, Plekhanov Russian University of Economics (36, Stremyanny lane, Moscow, 117997, Russia), Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, **ORCID ID: 0000-0002-5919-2313**, Shirochenskaya.IP@rea.ru

Galina S. Timokhina, Associate Professor of the Marketing Department, Plekhanov Russian University of Economics (36, Stremyanny lane, Moscow, 117997, Russia), Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, **ORCID ID: 0000-0001-7322-8063**, Timokhina.GS@rea.ru

Anatoly V. Shishkin, Professor of the Marketing Department, Plekhanov Russian University of Economics (36, Stremyanny lane, Moscow, 117997, Russia), Doctor of Economic Sciences, Professor, **ORCID ID: 0000-0002-6503-3810**, Shishkin.AV@rea.ru

Inga A. Koryagina, Associate Professor of the Marketing Department, Plekhanov Russian University of Economics (36, Stremyanny lane, Moscow, 117997, Russia), Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, **ORCID ID: 0000-0001-7895-2210**, Koryagina.IA@rea.ru

Anton N. Bekenov, Senior Lecturer of the Marketing Department, Plekhanov Russian University of Economics (36, Stremyanny lane, Moscow, 117997, Russia), **ORCID ID: 0000-0002-1629-1186**, Beketov.AN@rea.ru

Contribution of co-authors:

Shirochenskaya I. P. – collecting data and evidence, analyzing data, preparing the initial and final version of the article, editing the article, including editing in English;

Timokhina G. S. – development of research methodology and conceptual approaches to research, article editing and design;

Koryagina I. A. – design of illustrative materials of the article;

Shishkin A. V. – provision of resources;

Beketov A. N. – formation of conclusions.

All authors have read and approved the final manuscript.

Научная статья

УДК 338.242

JEL: C02; C43; K32; Q01

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.111-125>

Формирование моделей «зеленого» предпринимательства на основе сегментации рынка с учетом принципов ответственного потребления

Ольга Владимировна Кожевина¹,
Любовь Александровна Беляевская-Плотник²

¹ Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана
(национальный исследовательский университет), Москва, Россия

² Институт экономики Российской академии наук, Москва, Россия

¹ ol.kozhevina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5347-2253>

² belyaevskaya@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4962-4095>

Аннотация

Статья является продолжением ряда научных исследований, проводимых авторами в рамках государственных заданий и грантов, посвященных выявлению взаимосвязей между экономической безопасностью территорий и развитием на них моделей «зеленого» предпринимательства.

Цель работы – исследование взаимосвязи между ответственным потреблением и обеспечением экономической безопасности субъектов «зеленой» экономики в контексте глобальных принципов устойчивого развития и трансформации потребительских предпочтений.

Методы или методология проведения работы. Исследование базируется на методологии и принципах устойчивого развития в «зеленом» предпринимательстве. Применение методов компаративистики и сравнительного анализа обусловлено необходимостью выявления особенностей устойчивого (ответственного) производства и потребления в разных секторах «зеленой» экономики. Сравнительный маркетинг позволяет уточнить категорию «устойчивое (ответственное) потребление», систематизировать международный опыт и лучшие практики «зеленого» маркетинга.

Результаты работы. Авторами выделены наиболее перспективные рыночные сегменты «зеленой» экономики, обозначены преимущества компаний, реализующих принципы «зеленого» маркетинга и учитывающих ESG-факторы в бизнес-моделях предпринимательства. Использование инструментов индикативного анализа позволило определить уровень развития отдельных сегментов «зеленого» предпринимательства в субъектах РФ. По результатам российской практики и на примере реализации национального проекта «Производительность труда» обоснована эффективность реализации компаниями-участниками национального проекта ответственного и бережливого производства. Выявлены структурные составляющие «зеленой» экономики и экономической безопасности, показана дифференциация российских регионов в разрезе индикаторов развития отдельных сегментов «зеленой» экономики. Определено, что все сегменты «зеленой» экономики в России охвачены национальным проектом «Производительность труда».

Выводы. По результатам исследования выявлена взаимосвязь макро- и микроэкономических факторов в достижении ЦУР 12 «Ответственное потребление и производство» субъектами «зеленого» предпринимательства. Авторами предложены направления реализации мер обучающего характера для бизнес-сообщества в сфере «зеленого» маркетинга, влияния ESG-факторов при изменении бизнес-моделей, что будет способствовать обеспечению экономической безопасности «зеленого» предпринимательства в новых экономических условиях.

Ключевые слова: сегментация рынка, секторы «зеленой» экономики, ответственное (устойчивое) потребление, индикативный анализ, экономическая безопасность, региональная экономика, «зеленое» предпринимательство, ESG-принципы

Благодарность. Статья подготовлена при финансовой поддержке Гранта РФФИ 20-010-00182 (а).

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Кожевина О. В., Беляевская-Плотник Л. А. Формирование моделей «зеленого» предпринимательства на основе сегментации рынка с учетом принципов ответственного потребления // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 111–125

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.111-125>

© Кожевина О. В., Беляевская-Плотник Л. А., 2022



Original article

Formation of Models of «Green» Entrepreneurship Based on Market Segmentation, Taking into Account the Principles of Responsible Consumption

Olga V. Kozhevina¹, Lubov A. Belyaevskaya-Plotnik²

¹ Bauman Moscow State Technical University, Moscow, Russia

² Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

¹ ol.kozhevina@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5347-2253>

² belyaevskaya@inbox.ru, <https://orcid.org/0000-0003-4962-4095>

Abstract

The article is a continuation of a number of scientific studies carried out by the authors within the framework of government assignments and grants devoted to identifying the relationship between the economic security of territories and the development of "green" entrepreneurship models on them.

Purpose: is to identify the relationship between responsible consumption and ensuring the economic security of subjects of the "green" economy in the context of the global principles of sustainable development and the transformation of consumer preferences.

Methods: the study is based on the methodology and principles of sustainable development in "green" entrepreneurship. The use of comparative and comparative analysis methods is due to the need to identify the features of sustainable (responsible) production and consumption in different sectors of the "green" economy. Comparative marketing allows you to clarify the category of "sustainable (responsible) consumption", systematize international experience and best practices of "green" marketing.

Results: the authors have identified the most promising market segments of the "green" economy, outlined the advantages of companies that implement the principles of "green" marketing and take into account ESG factors in business models of entrepreneurship. The use of indicative analysis tools made it possible to determine the level of development of individual segments of "green" entrepreneurship in the constituent entities of the Russian Federation. Based on the results of Russian practice and on the example of the implementation of the national project "Labor Productivity", the effectiveness of the implementation by companies participating in the national project of responsible and lean production is substantiated. The structural components of the "green" economy and economic security are revealed, the differentiation of Russian regions is shown in the context of indicators of the development of individual segments of the "green" economy. It has been determined that all segments of the "green" economy in Russia are covered by the national project "Labor Productivity".

Conclusions and Relevance: according to the results of the study, the relationship of macro- and microeconomic factors in achieving SDG 12 "Responsible consumption and production" by the subjects of "green" entrepreneurship was revealed. The authors propose directions for the implementation of educational measures for the business community in the field of "green" marketing, the influence of ESG factors when changing business models, lean manufacturing, which will help ensure the economic security of subjects of "green" entrepreneurship in the new economic conditions.

Keywords: market segmentation, green economy sectors, responsible (sustainable) consumption, indicative analysis, economic security, regional economy, green entrepreneurship, ESG principles

Acknowledgments. The article was prepared with the financial support of the RFBR Grant 20-010-00182 (a).

Conflict of Interes. The Authors declares no Conflict of Interest.

For citation: Kozhevina O. V., Belyaevskaya-Plotnik L. A. Formation of Models of «Green» Entrepreneurship Based on Market Segmentation, Taking into Account the Principles of Responsible Consumption. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie)* = *MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):111–125. (In Russ.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.111-125>

© Kozhevina O. V., Belyaevskaya-Plotnik L. A., 2022

Введение

Рост спроса на экологически чистые продукты стимулирует потребителей переходить на устойчивое потребление. Повышается уровень экологической осведомленности потребителей, в связи с чем люди стремятся приобретать экологически чистые продукты, несмотря на их более высокую стоимость. Многие бренды стараются максимально учесть пожелания своих клиентов, и уже на-

чали производство таких товаров, с уважением к своим обязанностям жителей планеты. Создавая продукты с подходом ответственного производства, компании стремятся уменьшить негативное воздействие отходов на окружающую среду. Экологичность позволяет завоевывать доверие и лояльность клиентов, привлекать потенциальных потребителей. Однако, следует учитывать, что разные группы потребителей имеют неодинаковое отношение к экологическому производству, «зеле-

ным» технологиям, экологически чистым методам. Это обусловлено, во-первых, широкой пропагандой преимуществ экологически чистых продуктов и стимулированием спроса на нее, во-вторых, мотивацией производителей к переходу на «зеленые» технологии производства, в-третьих, маркетинговой сегментацией и развитием «зеленых» рынков, в том числе продуктовых, органических [1, 2].

Пандемия COVID-19 стала глобальным вызовом странам и, одновременно, возможностью для них по разработке планов восстановления, которые изменят текущие тенденции и модели потребления и производства в направлении устойчивого будущего. Обеспечение устойчивого развития ограничивается текущим социальным и глобальным кризисом, создавая угрозы экономической безопасности для субъектов предпринимательства. Пандемия COVID-19 подчеркнула взаимосвязь между людьми и природой, выявила фундаментальные принципы компромисса: у людей неограниченные потребности, но планета имеет ограниченные возможности для их удовлетворения. Эти ограничения и риски необходимо учитывать, моделируя новые технологии производства. COVID-19, как триггер социальных трансформаций и массового потребления, способствует формированию инновационные модели производства продукции и оказания услуг на основе критериев устойчивого развития. Например, экспертной компанией Infragreen, предложены группы индикаторов для мониторинга компаний по соответствию ведения бизнеса и производства критериям ESG¹. Используемый в международной практике оценки устойчивого развития компаний Индекс ESG отражает динамику стоимости публичных компаний, бизнес которых сфокусирован на создании или использовании экологически чистых технологий.

Обзор литературы и исследований

Термин «устойчивое потребление» (ответственное, осознанное, разумное, экологичное или Sustainable Consumption, SC) получает все большее распространение в связи с расширением в глобальном масштабе концепции устойчивого развития [3, 4]. Ответственное или устойчивое потребление подразумевает экономное использование природных ресурсов в рамках удовлетворения только необходимых потребностей [5, 6]. Исследование проблемы устойчивого потребления наиболее активно развивается в последние 15 лет. Каррет с соавторами объясняют взаимосвязь психологических установок при потреблении

человеком экологически чистой продукции [7]. Чан выявил культурные и психологические детерминанты ответственного потребления, влияющие на спрос чистых продуктов, и поведение при совершении «зеленых» покупок [8]. Учитывая эти детерминанты, компании переходят к разработке стратегий «зеленого» маркетинга. Полонски с соавторами определяет «зеленый» маркетинг как набор действий, предназначенных для создания и облегчения любых обменов, направленных на удовлетворение человеческих потребностей, с соблюдением прав людей на экологическое благополучие [9].

«Зеленый» маркетинг является новой моделью продвижения экологически чистой продукции на рынок. Толкование этого термина различно, но в экономической науке сложилось два аспекта его понимания. В первом случае акцент делается на рыночную стратегию, в которой компания при выходе на рынок позиционируется на экологических преимуществах предлагаемой продукции, следовательно, сегмент формируется достаточно четко. Во втором случае более отчетливо прослеживается взаимосвязь с критериями ESG – компания реализует в большей мере ресурсную стратегию: при производстве продукции используются чистые технологии, экологические инновации, что свидетельствует о содействии компании охране окружающей среды, экологической безопасности, использовании стандартов экологического менеджмента.

«Зеленый» маркетинг положительно влияет на здоровье людей и состояние окружающей среды. Этот тип маркетинга включает в себя все этапы бизнеса, от упаковки до связей с общественностью.

Некоторые авторы [10] исследуют профили и подразделяют потребителей экологически чистой продукции на три группы: 1) «зеленые»; 2) умеренно «зеленые»; 3) неохотно «зеленые». Они отмечают наличие у указанных групп потребителей 8-ми когнитивных переменных: озабоченность окружающей средой; знания об окружающей среде; воспринимаемая эффективность экопотребителя; восприятие экомаркировки; восприятие экобрендов; восприятие экологической рекламы; намерение экологических покупок; экологическое покупательское поведение. Шилль и Годфройт-Винкель рассматривают дополнительные переменные, связанные с намерением совершить покупку – материальные ценности, воспринимаемую полезность и простоту использования экопродуктов [11]. Подобная группировка связана с разным субъектив-

¹ Центр Infragreen включил ESG-рэнкинг эмитентов нефинансового сектора HPA в перечень индикаторов в сфере устойчивого развития. URL: <https://infragreen.ru/news/czentr-infragreen-vklyuchil-esg-renking-emitentov-nefinansovogo-sektora-nra-v-perechen-indikatorov-v-sfere-ustojchivogo-razvitiya.html> (дата обращения: 30.01.2022).

ным отношением к зеленым технологиям и экологически чистой продукции. Данные исследования начинались около 20-ти лет назад в области зеленого маркетинга и менеджмента [12].

На текущем этапе активно разрабатываются и реализуются маркетинговые стратегии по продвижению «зеленого» или «устойчивого» потребительства.

В литературе встречаются четыре стратегии «зеленого» маркетинга. Первая стратегия ориентирована на создание и поддержание устойчивого дизайна (*Sustainable Design*)². Внедряется, прежде всего, концепция полного жизненного цикла продукта, но также уделяется внимание процессу упаковке продукции и контролю количества отходов.

Вторая стратегия – экологическая КСО (корпоративная социальная ответственность) (*Responsibility*)³. Нередко в КСО предварительные затраты значительны, переход к экологическому производству требует технологических инноваций. При реализации этого типа стратегии «зеленого» маркетинга важно переосмысление культуры и деятельности, усиление внимания к социальной и экологической ответственности. По продукции компании и способам ее продвижения на рынок потребителям должно быть понятно, что бизнес ответственен перед обществом и природой. Существует подвид стратегии ответственности – повышенная ответственность производителя (ПОП), предельно значимая для обеспечения сбора и переработки бытовых отходов.

Третья стратегия предполагает внедрение «зеленого» ценообразования (*Green Pricing*). В случае, если устанавливаются высокие цены на эко-продукты, то обязательно следует уточнять и разъяснять потребителям характеристики продукции, экологические технологии производства и использование экологически-чистого сырья. Эти издержки отражаются на себестоимости и, в дальнейшем, на цене предложения продукции на рынке. Успех реализации такого типа стратегии заключается в правильном выборе сегмента и рыночной ниши. Чем масштабнее миссия бизнеса, тем больше возможностей привлечь внимание к товарам «зеленого» бренда.

Четвертая стратегия – устойчивая упаковка (*Sustainable Packaging*). Стратегия или концепция устойчивой упаковки становится очень распространенной, и даже модной. Некоторые компании добровольно вводят в свою производственную практику курение продукта на всех этапах его жизнедеятельности, уверенно применяя возможности устойчивой упаковки. Например, сбором ПЭТ-тары занимается компания «Данон», которая практикует покупку пластиковых и стеклянных бутылок у населения, а также проводит безвозмездный сбор отработанной упаковки своей продукции. В 2016 году компания Coca-Cola запустила в России проект «Разделяй с нами!» по продвижению раздельного сбора мусора по всей стране, и стала первым предприятием, организовавшим раздельный сбор и утилизацию упаковки⁴.

Таким образом, переход на «зеленый» маркетинг в предпринимательстве формирует предпосылки:

- 1) управления клиентами через экологический (устойчивый) бренд компании и бизнеса;
- 2) участия реальными практиками в охране окружающей среды и уменьшения углеродного следа;
- 3) ресурсосбережения и снижения энергопотребления;
- 4) производства перерабатываемой продукции и рециклинга;
- 5) выхода на рынки и введения новых сегментов;
- 6) устойчивого роста бизнеса;
- 7) внедрения инновационных технологий с учетом мнения потребителей;
- 8) повышения доходности.

Материалы и методы

В основу исследования положена авторская методология, сформированная в ходе многолетнего анализа взаимосвязей между инструментами «зеленого» предпринимательства в аспекте обеспечения экономической безопасности и устойчивого развития территорий⁵.

Устойчивое потребление тесно связано с устойчивым производством и ответственным образом

² Acaroglu L. Quick Guide to Sustainable Design Strategies. URL: <https://medium.com/disruptive-design/quick-guide-to-sustainable-design-strategies-641765a86fb8> (дата обращения: 30.01.2022).

³ Корпоративная социальная ответственность / под ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. М.: Кнорус, 2020. 316 с.

⁴ Проект «Разделяй с нами»: вовлекая людей в сортировку отходов. URL: <https://plus-one.rbc.ru/ecology/proekt-razdelyay-s-nami-vovlekaya-lyudey-v-sortirovku-othodov> (дата обращения: 30.01.2022).

⁵ Беляевская-Плотник Л.А. Эволюция методологических подходов к оценке состояния и динамики уровня экономической безопасности // Экономическая безопасность. 2020. Том 3. № 4. С. 443-456. DOI: 10.18334/ecsec.3.4.110852; Кожевина О.В., Беляевская-Плотник Л.А. Управленческая модель экономической безопасности территории в контексте целей устойчивого развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2020. Том 16. № 12. С. 2234-2253. DOI: 10.24891/ni.16.12.2234; Кожевина О.В. Потенциал развития предпринимательских сегментов зеленой экономики в Республике Крым // Экономика сельского хозяйства России. 2017. № 4. С. 43-50.

жизни. Ответственный подход к производству и потреблению направлен на снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду; для бизнеса – это движущая сила роста производительности, достижения устойчивого экономического роста и создания новых возможностей для занятости населения территорий присутствия компаний [13–16]. Следование принципам устойчивого развития в бизнесе – добровольный выбор субъектов предпринимательства. Инновационный потенциал «зеленого» маркетинга огромен. Предпринимательский сектор должен задействовать институты развития рынка («зеленого» рынка), аккумулировать творческий и инновационный потенциал для решения задач ответственного потребления и производства, а также маркетинговых задач в области устойчивого развития⁶.

Взаимосвязь между «зелеными» технологиям, включая ESG-факторы, и экономической безопасностью территорий исследуется учеными давно. В странах ОЭСР и Европейском Союзе «зеленая» экономика распространилась как в макроэкономическом, так и в секторальном (отраслевом) масштабе [17]. В Евросоюзе принята стратегия «зеленого» роста, и в России широко адаптируется европейский опыт. Инструменты устойчивого развития и перехода к «зеленой» экономике внедряются в национальные и федеральные проекты, стратегии социально-экономического развития российских регионов; в ряде субъектов Федерации стратегии устойчивого развития утверждены отдельно. Развивая положения подхода «зеленого» роста и озеленения экономики, в табл. 1 представлена авторская трактовка гармонизации экономической безопасности и «зеленой» экономики.

Таблица 1

Элементы гармонизации экономической безопасности и «зеленой» экономики в контексте устойчивого развития

Table 1

Elements of Harmonization of Economic Security and Green Economies in the context of Sustainable Development

Элемент	Ресурс	Цель	Механизм
Экологический	Природный капитал	Экологическая безопасность, природосбережение и охрана окружающей среды	Формирование новых «зеленых» бизнес-моделей и ESG-критериев для оценки устойчивого развития и внедрения нефинансовой отчетности
Экономический	Физический капитал	Обеспечение бережливого производства, непрерывности бизнеса (деятельности), эффективных комплаенс-практик	Стандартизация систем менеджмента качества (ISO), направленных на экологизацию бизнес-процессов предпринимательства, снижение антропогенной нагрузки производства и потребления
Социальный	Человеческий капитал	Исключение нищеты и ответственное потребление	Развитие новых компетенций и экологической культуры общества, выявление наиболее уязвимых групп населения и реализация социальных программ, уменьшающих экологическое неравенство и дисбаланс доступа к природным ресурсам

Составлено по материалам: Беляевская-Плотник Л.А. Эволюция методологических подходов к оценке состояния и динамики уровня экономической безопасности // Экономическая безопасность. 2020. Том 3. № 4. С. 443–456. DOI: 10.18334/ecsec.3.4.110852.

Compiled based: Belyaevskaya-Plotnik L.A. Evolution of methodological approaches to assessing the state and dynamics of the level of economic security. *Economic security = Ekonomicheskaya bezopasnost'*. 2020; 3(4):443–456. DOI: 10.18334/ecsec.3.4.110852.

Экономический и социальный прогресс за последнее столетие сопровождался деградацией окружающей среды, которая ставит под угрозу экологические системы. Наиболее распространенной является экономическая модель предпринимательства, базирующаяся на углеводородном топливе, следствием которой является значительное количество отходов производства и экологический ущерб, углеводородный след [18–19].

Для анализа динамики взаимосвязей между экологическими факторами и обеспечением устойчивого развития на основании развития «зеленой» экономики широко применяется индикативный подход⁷. Его суть состоит в том, что для анализа используется система показателей, которые характеризуют тенденции развития в заданной предметной области. При этом особую важность здесь имеет такая функция индикативного анализа, как

⁶ Vergragt P.J. Fostering and Communicating Sustainable Lifestyles: Principles and Emerging Practices. UNEP – Sustainable Lifestyles. Cities and Industry Branch. 2016. P.6. URL: <http://www.oneearthweb.org/communicating-sustainable-lifestyles-report.html> (дата обращения: 01.11.2021).

⁷ Беляевская-Плотник Л.А. Эволюция методологических подходов к оценке состояния и динамики уровня экономической безопасности // Экономическая безопасность. 2020. Том 3. № 4. С. 443–456. DOI: 10.18334/ecsec.3.4.110852; Кожевина О.В., Беляевская-Плотник Л.А. Управленческая модель экономической безопасности территории в контексте целей устойчивого развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2020. Том 16. № 12. С. 2234–2253. DOI: 10.24891/ni.16.12.2234

возможность его применения не только для оценки динамики показателей, но и для сравнительной оценки различных объектов анализа. Поэтому для целей настоящего исследования далее будет проведен индикативный анализ отдельных показателей развития сегментов «зеленой» экономики и экономической безопасности в разрезе некоторых субъектов Российской Федерации.

Результаты исследования

Бизнес-организации всегда использовали различные ресурсы для успешного удовлетворения рыночного уравнения спроса и предложения. Однако на текущем этапе предприятия и потребители стали осознавать, что самые большие последствия и проблема, с которой они сталкиваются – это необходимость защиты и сохранения природных ресурсов, а также то, что производственное и потребительское поведение может напрямую влиять на экологический баланс окружающей среды. Процесс ухудшения природных ресурсов, вызванный ресурсозатратной деятельностью, требует от всех вовлеченных сторон (потребителей, правительств, учреждений, организаций и средств массовой информации, менеджеров компаний и стейкхолдеров) противостоять экологическому кризису [20].

Прогноз мирового потребления и производства свидетельствует о диспропорциях. В развитых экономических странах прирост населения незначителен; при населении около 2 млрд человек суточное потребление в них составляет примерно 3000 тыс. ккал. В других странах – развивающихся, слаборазвитых – потребление составляет от 0,5 до 2000 тыс. ккал в сутки. По прогнозам ООН, к 2050 году суточное потребление должно выровняться на уровне 3,0–3,5 тыс. ккал. В то же время, значительное количество произведенных продуктов остается не востребованным, разлагается или утилизируется, будучи далеко не всегда пригодным для вторичной переработки.

Возникает также проблема отходов производства и потребления. Так, утилизация люминесцентных (ртутных) ламп требует особых способов и технологий, так как они относятся к опасным приборам. При нарушении метода утилизации ртуть попадает в окружающую среду. В последние годы подобное производство существенно сокращается, поскольку мир все больше переходит на энергоэффективные лампочки. Отметим, что при повсемест-

ном переходе на сниженное энергопотребление экономия может быть около 120 млрд долларов США⁸.

Можно констатировать, что в целом завышенные потребности становятся антитрендом в 21 веке. «Ответственное производство и потребление» находится в списке 17-ти целей устойчивого развития (ЦУР) ООН⁹. Модель ответственного потребления и производства базируется на ценностном подходе, переходе корпоративной и индивидуальной культуры на новый уровень восприятия и использования материальных благ, ограничения затрат и ресурсных потребностей.

Переход на экологические модели предпринимательства и устойчиво-ориентированные модели ответственного производства позволит в более короткие сроки создать условия для устойчивого потребления. Однако переход к повсеместному устойчивому потреблению может занять до 30-ти лет, так как региональные и ментальные установки существенно отличаются как в разных странах, так и по этно-культурным и кросс-культурным аспектам. Стимулировать переход к устойчивому потреблению и экологичной культуре общества могут природно-климатические изменения и риск утраты биоразнообразия. По мнению экспертов UNEP, ценности устойчивого потребления являются особенно низкими [21–22]. Стимулировать эти ценности призван ESG-подход.

Насколько же эффективен «зеленый» маркетинг в рамках ESG-повестки? В чем имиджевая ценность компании, интегрированной в «зеленые» рынки? За последнее десятилетие ESG-подход (экология, социальная сфера и управление) стал ключевым направлением как в деловом, так и в инвестиционном мире. ESG представляет собой набор характеристик, по которым оценивают экологическое, социальное и корпоративное поведение бизнеса. Действия компаний в контексте ESG рассматриваются как ключевой фактор успеха. Они направлены, как правило, на предотвращение изменения климата и снижение углеродного следа, сокращение отходов производства и загрязнений, искоренение коррупции, следование практике комплаенса, развитие бизнес-этики и КСО (корпоративной социальной ответственности), предоставление прозрачной отчетности акционерам и стейкхолдерам, финансирование социально-экологических проектов [23–25].

⁸ Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns. URL: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/> (дата обращения: 01.11.2021).

⁹ Устойчивое потребление / Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП), член Consumers International. URL: <https://potrebiteel.eaeunion.org/ru-ru/Lists/Analytics/%D0%A3%D0%A1%D0%A2%D0%9E%D0%99%D0%A7%D0%98%D0%92%D0%9E%D0%95%20%D0%9F%D0%9E%D0%A2%D0%A0%D0%95%D0%91%D0%9B%D0%95%D0%9D%D0%98%D0%95.pdf> (дата обращения: 01.11.2021).

О внедрении ESG-подхода в России стали активно заявлять на рубеже 2019–2021 годов. В 2020 году – первой половине 2021 года прошло много мероприятий с привлечением институтов развития, общественности, бизнеса и финансовых структур для обсуждения ESG-повестки¹⁰. Особенно активно, в связи с этим, ESG-подход в 2021 году стали использовать в российском корпоративном управлении – посредством создания отдельных структурных подразделений и департаментов. ESG-подход формирует новое понимание и видение устойчивости компаний, которые заключаются в своевременном реагировании на вызовы современности в части экологических, социальных и экономико-управленческих целей. Целью развития бизнеса становится сейчас не столько получение прибыли, сколько рост капитализации и стоимости бизнеса посредством создания ценности для широкого круга стейкхолдеров – от потребителей до акционеров и общества в целом. Влияние вызовов ESG последнего десятилетия создало предпосылки к трансформации корпоративных бизнес-моделей в триединстве взаимосвязи и взаимообусловленности экологической, экономической и социальной сфер корпоративной деятельности.

Сосредоточение маркетинговых усилий на стратегиях устойчивого развития компании и эффективном продвижении ESG-имиджа положительно отражается на лояльности к бренду компании (в том числе, со стороны инвесторов), повышении ее ценности и рыночной привлекательности. Высокие экологические, социальные и управленческие показатели в целом повышают доверие при построении бренда. Существует стереотип, что «зеленый» маркетинг – это дорого, и он может оказаться полезным для компании, обеспечив особое конкурентное преимущество.

«Зеленый» маркетинг дает компании следующие преимущества.

1. Повышает доверие к бренду и к компании. Первое и наиболее важное преимущество – это повышение доверия к компании. Компания должна иметь отличный имидж, чтобы получать прибыль в долгосрочной перспективе. Компания с позитивным видением рынка привлечет не только больше клиентов, но и новых деловых партнеров. Следовательно, «зеленый» маркетинг – лучший метод повышения доверия к компании.

2. Предоставляет возможность выхода на новые «зеленые» сегменты рынка. Чтобы производить и продавать экологически чистые продукты, компа-

нии должны трансформировать производственный процесс – изменить технологии и ресурсную базу, определить новых поставщиков качественного сырья, перейти на экологически чистый материал и выбрать для продуктов экологически безопасную упаковку. «Зеленый» рынок – это совершенно новый рынок для России, на котором еще не сформировалась жесткая конкуренция.

3. Предполагает долгосрочный рост бизнеса. Выбор экологически чистых методов может быть дорогостоящим на начальном этапе, но эти затраты необходимы для долгосрочного «зеленого» роста, и «зеленый» маркетинг – это оптимальный вариант. Потенциал «зеленых» рынков существенный, так как все больше людей выбирают экологически чистые продукты и безопасные технологии.

4. Создает конкурентное преимущество. Не каждая компания может трансформироваться в экологичную компанию и изменить свои процессы на экологически чистые, а бизнес-модель превратить в «зеленую». Для этого необходимо стратегическое маркетинговое видение, готовность менеджмента на риск, в том числе финансовый (ESG-инвестиции). Практика ответственного инвестирования становится неотъемлемым процессом оценки стоимости компаний. Ответственные инвесторы анализируют не только финансовые показатели компаний и стратегию развития бизнеса, но и учитывают риски ESG-факторов для принятия решений об инвестировании в акции компаний и их доли в инвестиционных портфелях.

5. Предоставляет больше возможностей для инноваций. При переходе на «зеленый» маркетинг совершенствуется производственный процесс, а значит, улучшаются и выпускаемые продукты. Стимулирование «зеленых» инноваций, с одной стороны, продвигает «зеленую» культуру производства (устойчивое, ответственное производство), а с другой – создает предпосылки перехода к замкнутому производственному циклу. В этом контексте также следует отметить рост патентной активности компаний с «зелеными» инновациями. Например, доля немецких компаний составляет четверть в патентовании «зеленых» технологий, и более трети – в получении патентов на технологии в области ветровой и солнечной энергетики. Эта страна является одним из лидеров производств с замкнутым технологическим циклом и рециклингом.

6. Предполагает повышение прибыльности компании. Как правило, стоимость экологически чистой продукции выше, и при выборе соответствующего

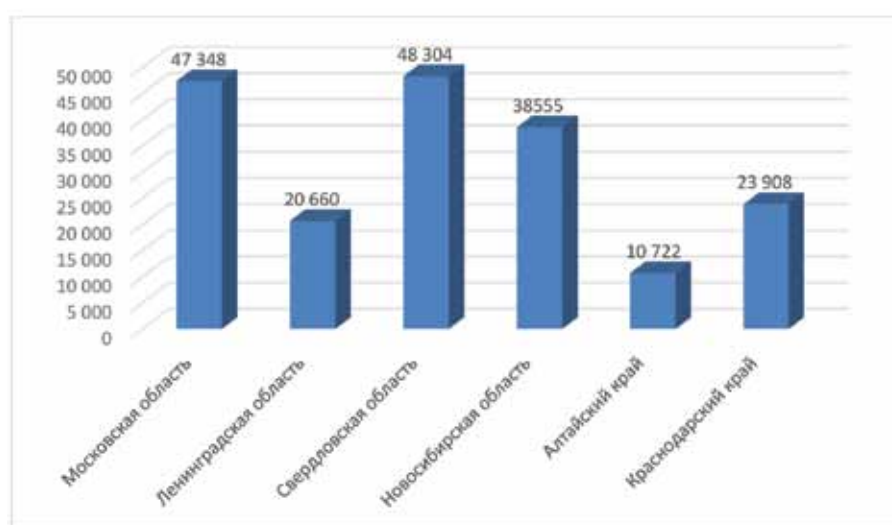
¹⁰ Чубайс А. Правительство РФ рвануло вперед в вопросах устойчивого развития. URL: https://tass.ru/interviews/10684799?from=turbo_teaser (дата обращения: 01.11.2021).

сегмента рынка может быть получена существенная прибыль. Люди готовы заплатить немного больше, если они получают продукт соответствующего качества, сделанный в соответствии с экологическими стандартами, поскольку при этом они будут удовлетворены своим вкладом в защиту окружающей среды. Стартовые затраты компании на внедрение «зеленых» методов и технологий окупаются в первые несколько лет (2–5 лет).

7. Способствует сохранению окружающей среды: «зеленое» производство обеспечивает компаниям конкурентное преимущество через вклад в охрану окружающей среды¹¹.

В настоящее время формируются следующие рыночные сегменты «зеленой» экономики.

- 1) Экологически чистое производство, накопление и распределение энергии, *smart grid*. На рис. 1 представлено значение показателя «Потребление электроэнергии», как одного из индикаторов «зеленого» производства, в разрезе некоторых регионов РФ. Сравнительный анализ данного индикатора дает представление о том, какие регионы нуждаются в первостепенной поддержке по внедрению энергосберегающих технологий, при том, чтобы сохранить имеющийся уровень промышленного производства такой территории.



Разработано авторами по данным Федеральной службы государственной статистики.

Рис. 1. Сравнительный анализ уровня потребления электроэнергии по регионам РФ, млн. кВт/ч

Developed by the authors according to the Federal State Statistics Service.

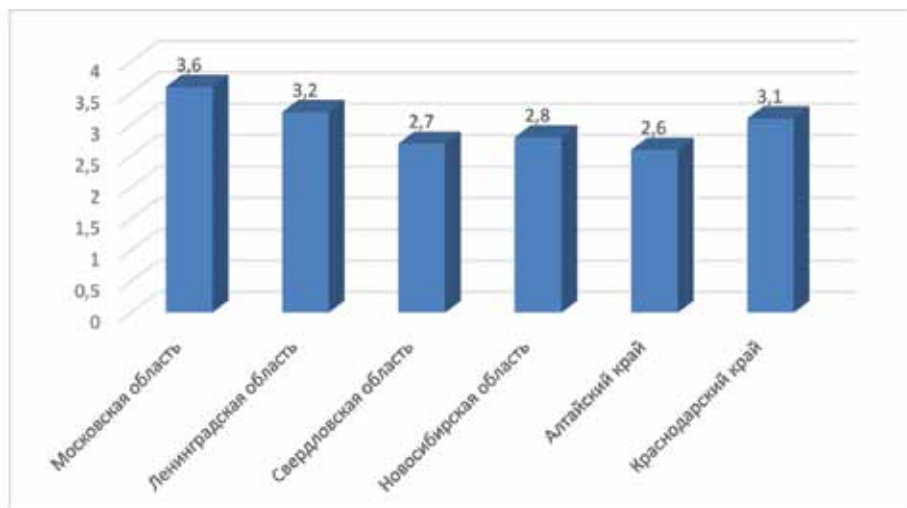
Fig. 1. Comparative analysis of the electricity consumption level by regions of the Russian Federation, million kW/h

- 2) Эффективное (ответственное, устойчивое) производство, распределение сырья и материалов.
- 3) Циркулярная экономика и обращение с отходами. На рис. 2 представлено значение показателя «Объем бытового мусора на одного жителя», как одного из индикаторов бережливого осознанного потребления, в разрезе некоторых регионов РФ. Данный индикатор характеризует сравнительно одинаковое положение российских регионов по объемам бытового мусора, следовательно, данная сфера не требует приоритетных мер поддержки.
- 4) «Зеленое» водное хозяйство, устойчивое природопользование в сфере управления водными

ресурсами со снижением рисков для окружающей среды. В тех регионах, где преобладает так называемое «грязное» промышленное производство, можно фиксировать ухудшение качества водных ресурсов (рис. 3). Следовательно, приоритетность внедрения в них современных очищающих технологий, а также контроль качества воды, должны быть своевременными и необходимыми мерами.

- 5) «Зеленое» сельское хозяйство, органическое производство сельскохозяйственной продукции с внедрением ресурсосберегающих технологий, «зеленые» фермы. Поскольку многие регионы РФ имеют сельскохозяйственную специализацию, то их доля в общем объеме

¹¹ Green Marketing – Definition, Benefits, Importance and Examples. URL: <https://www.marketing91.com/green-marketing-definition-benefits-examples/> (дата обращения: 01.11.2021).

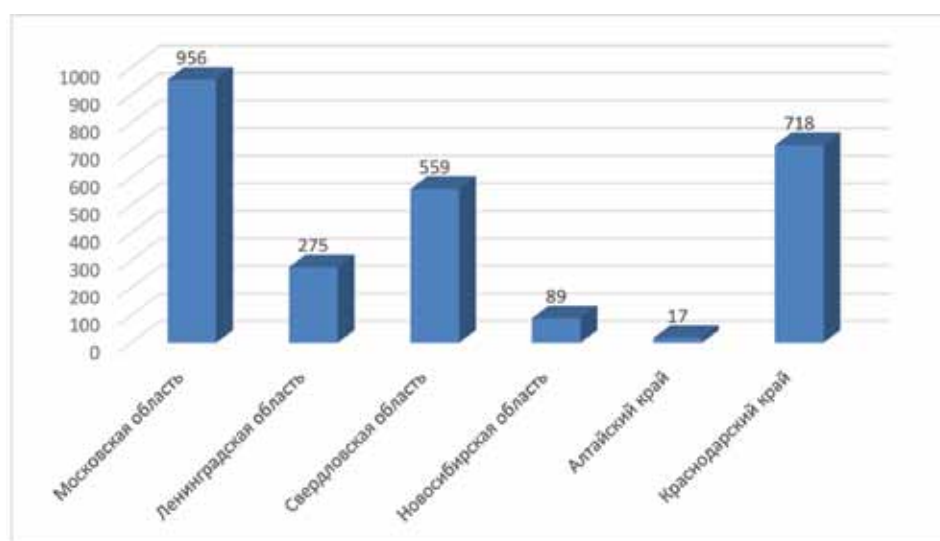


Разработано авторами по данным Федеральной службы государственной статистики.

Рис. 2. Сравнительный анализ объема бытового мусора на одного жителя по регионам РФ, м³ в год

Developed by the authors according to the Federal State Statistics Service.

Fig. 2. Comparative analysis of the household waste volume per inhabitant by regions of the Russian Federation, m³ per year



Разработано авторами по данным Федеральной службы государственной статистики.

Рис. 3. Сравнительный анализ объемов сброса загрязненных сточных вод в поверхностные водные объекты по регионам РФ, млн. м³

Developed by the authors according to the Federal State Statistics Service.

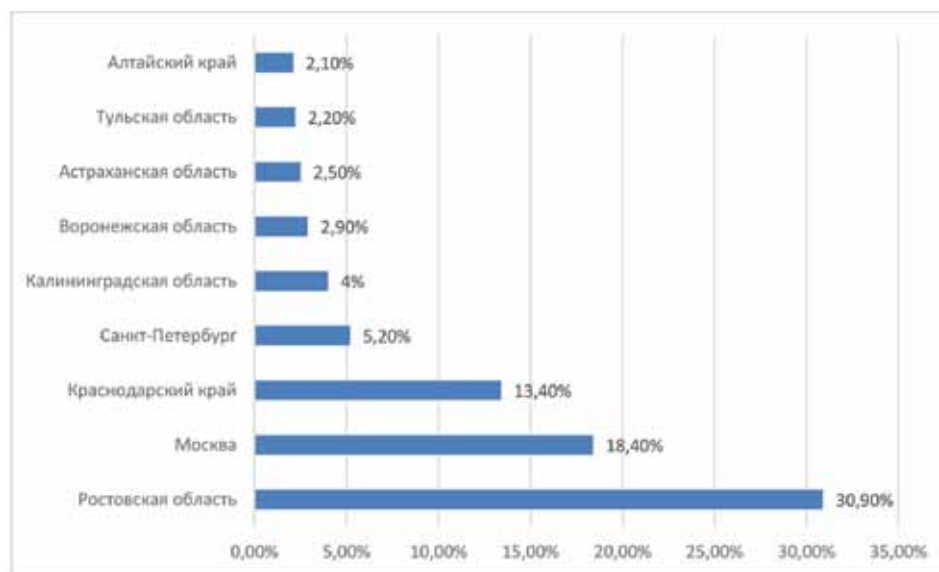
Fig. 3. Comparative analysis of the polluted wastewater discharges volumes into surface water bodies by regions of the Russian Federation, million m³

экспорта будет преобладающей (рис. 4). Следовательно, данный индикатор может быть использован для оценки уровня развития заданного сегмента предпринимательства в аспекте стимулирования «зеленой» экономики.

6) «Зеленый» транспорт и развитие умной мобильности, производство биотоплива.

7) «Зеленое» строительство и повышение устойчивости городской среды, повышение энергоэффективности и экологической безопасности зданий.

8) «Зеленая» медицина и фармацевтика, получение лекарственных препаратов из отходов лесного производства, совершенствование мето-



Разработано авторами по данным Федеральной службы государственной статистики.

Рис. 4. Сравнительный анализ доли субъектов РФ в общем объеме экспорта по группе «Продукты растительного происхождения», %

Developed by the authors according to the Federal State Statistics Service.

Fig. 4. Comparative analysis of the share of constituent entities of the Russian Federation in the total volume of exports in the group "Products of plant origin", %

дов и технологий выделения из растительного сырья кислородосодержащих органических соединений, развитие экологичной медицины, безопасная утилизация фармацевтических отходов.

- 9) «Зеленая» химия, с отказом или сокращением использования токсичных и опасных для окружающей среды химических веществ, технологиями разложения на безопасные вещества при утилизации без остаточного вредного следа, синтезирования с полной переработкой материала.
- 10) «Зеленая» авиация и снижение экологического вреда от самолетов, обеспечение экологической безопасности полетов, снижение углеродного следа посредством сокращения числа кратких перелетов (на короткие расстояния), переход авиации на альтернативные источники энергии, развитие биотопливной авиации.
- 11) Развитие «зеленых» офисов, эргономичная организация рабочих пространств на принципах ответственного (устойчивого) потребления и создания здоровых условий труда для сотрудников компаний.

Следует учитывать региональные аспекты сегментации рынка при развитии «зеленой» экономики, поскольку предпосылки ее эффективности в конкретном регионе обусловлены отраслевой, и, соответственно, рыночно-маркетинговой спецификой.

Влияют на возможности «зеленого» производства, с одной стороны, наличие базы (например, для агропромышленных регионов, таких как Алтайский, Краснодарский, Ставропольские края, Ростовская область), а с другой – потребительский рынок, или региональные особенности потребления (как сложившиеся, так с формирующиеся), в том числе с учетом нового тренда – устойчивого потребления. Не все регионы России одинаково вовлечены в этот процесс в силу объективных причин.

Как уже было отмечено ранее, экономическая безопасность также обеспечивается таким фактором, как устойчивое производство и потребление. Важным фактором на региональном уровне является бережливое производство, которое согласуется с концепцией устойчивого производства и потребления, или «ЦУР 12».

Достижение ЦУР 12 способствует переходу к рациональным моделям потребления и производства в широком смысле слова. Сейчас большое внимание на уровне как компаний, так и регионального управления уделяется эффективному управлению природными ресурсами и экологичным способам утилизации токсичных отходов и загрязняющих окружающую среду веществ. Если коррелировать с сегментацией рынка, из этого следует, что в тех регионах, которые включены в реализацию национального проекта «Повышение производительности труда» в части федерального проекта «Системные меры по повышению производитель-

ности труда»¹², априори ставится задача внедрения бережливого производства на региональных предприятиях, участвующих в этом национальном проекте при поддержке Федерального центра компетенций (ФЦК) и Региональных центров компетенций (РЦК). Одной из задач ФЦК является обучение по программе «Лидеры ПРО» (лидеры производительности) с акцентом на стандарты бережливого производства, снижающие риски и повышающие операционализацию производственных процессов на всех этапах.

Бережливость в настоящее время рассматривается с шести аспектов: 1) концепция; 2) этика; 3) приобретенное качество человека; 4) образ жизни; 5) философия бизнеса; 6) концепция бережливого мышления. Принципы бережливого производства формализованы в стандарте ISO и включают: удовлетворенность основных стейкхолдеров – потребителей и акционеров; повышение эффективности бизнес-процессов; рост производительности; упрощение организационной структуры управления (ОСУ) и внедрение передовых практик корпоративного управления на основе ESG; адаптацию к запросам и изменению потребностей внешней среды; «зеленые» бизнес-модели и реализацию стратегий рыночных изменений; оптимизацию производственных процессов, приводящую к существенному сокращению потерь; развитие новых компетенций персонала; ценностный подход к стейкхолдерам; клиентоориентированность.

Регионами-участниками проекта являются 70 регионов Российской Федерации, и еще 15 планируют войти в проект до 2023 года. Предприятия регионов-участников обучаются лучшим практикам и инструментам бережливого производства, внедряют передовой отечественный и зарубежный опыт повышения производительности труда с учетом специфики по видам деятельности, а планируемый прирост производительности к 2024 году, согласно Федеральному проекту, установлен на уровне 30%. Целевое финансирование проектов осуществляет Фонд развития промышленности. Для мотивации и повышения контроля рассчитывается рейтинг РЦК, который демонстрирует достижение субъектом РФ целевых показателей национального проекта «Производительность труда». Эффекты от внедрения бережливого производ-

ства – повышение операционной производительности, повышение производительности труда, сокращение запасов и сроков выполнения заказов, снижение брака и исправлений, сокращение простоев оборудования, снижение энергоресурсов и материала, повышение эффективности использования производственных площадей. По мнению экспертов национального проекта, в частности, генерального директора Федерального центра компетенций (ФЦК) Соломона А., вложение 1 рубля в рост эффективности компании способствует отдаче в 23 рубля, причем добавленная стоимость возрастает более, чем в 10 раз¹³.

Следует отметить, что национальным проектом «Производительность труда» охвачены все сегменты «зеленой» экономики, и многие предприятия-участники вовлечены в «зеленую» повестку.

Поощрение отраслей и предприятий, внедряющих инструменты циклической экономики, необходимо. Изменение стратегических целей компаний в направлении циклической экономики будет масштабно отражаться на обществе в целом. В дальнейшем это приведет к уменьшению или полному устранению рыночных диспропорций расточительного потребления. Важна методическая помощь в переходе к рациональным моделям производства и потребления, содействию и экономическим стимулам к участию в государственных «зеленых» закупках – новом направлении конкурентоспособности¹⁴.

В системе глобальных показателей достижения целей устойчивого развития на период до 2030 года представлены следующие:

- расширение практики «зеленых» закупок, внедрение стратегий и планов действий по экологизации государственных закупок;
- информирование людей об ответственном потреблении и образе жизни в гармонии с природой;
- наращивание технического и производственного потенциала перехода к рациональным моделям производства и потребления;
- реорганизация налогообложения посредством отказа от субсидий без учета экологических последствий и углеродного следа;

¹²Паспорт федерального проекта «Системные меры по повышению производительности труда» / утв. президиумом Совета по стратегическому развитию и национальным проектам при Президенте РФ. Протокол № 16 от 24.12.2018 г. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/a115e942ba6a24b58ad7ec7d86b267e9/FP_Sistemnye_mery.pdf (дата обращения: 19.10.2021).

¹³ Вложение 1 рубля в рост эффективности компании дает 23 рубля отдачи. <https://rg.ru/2021/06/27/vlozhenie-1-rublia-v-rost-effektivnosti-kompanii-daet-23-rublia-otdachi.html> (дата обращения 15.03.2022 г.)

¹⁴Environmental Procurement Practice Guide. UNDP Procurement Services Office. Quality Assurance and Professionalisation Unit. February 2008. 23 p.; Benchmarking Public Procurement 2015. Pilot report assessing public procurement systems in 10 economies. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. 124 p.

- отчеты крупных компаний о применении устойчивых методов производства и ресурсной использовании;
- обеспечить к 2030 году переход к ответственному потреблению и производству¹⁵.

Выводы

По результатам проведенного исследования сформулируем следующие выводы.

1. Ответственное (устойчивое) потребление – еще недостаточно проработанный вопрос в практическом и теоретическом аспектах. Неоднозначность толкования, новизна и непривычность устойчивого потребления создают определенные трудности для предпринимателей в позиционировании компаний на рынке и фокусировании на определенном сегменте «зеленой» экономики для формирования устойчивых конкурентных преимуществ. Необходимы меры обучающего характера для бизнес-общества в сфере «зеленого» маркетинга, влияния ESG-факторов при изменении бизнес-моделей, бережливого производства.
2. Для российского бизнеса условия и механизмы обеспечения перехода к рациональным моделям производства и ресурсного потребления обозначены в национальном проекте «Производительность труда», в который вовлечены почти все российские регионы. Предложенные инструменты устойчивого (ответственного) производства и потребления, при внедрении их на уровне региональных отраслевых компаний, будут способствовать укреплению региональной экономики, росту числа клиентоориентированных предприятий, в том числе, с экспортным потенциалом экологически чистой продукции.
3. Использование инструментов индикативного анализа позволяет обосновать приоритетность внедрения ESG-принципов в отдельных регионах РФ, с целью развития определенных сегментов «зеленой» экономики и обеспечения экономической безопасности.
4. Пандемия COVID-19 представляет возможность для системного перехода на модели ответственного потребления и производства и к более устойчивой экономике. Также она актуализировала новые векторы взаимосвязи «природа-человек» для поиска компромисса между потребностями и рациональными ресурсами для их удовлетворения.

Список источников

1. Kumar P. Intents of green advertisements // Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics. 2019. Vol. 29. № 1. P. 70–79. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2016-0044>
2. Иванова Н.И., Левченко Л.В. «Зеленая» экономика: сущность, принципы и перспективы // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2017. № 2(58). С. 19–28. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30005398>
3. Белик И.С., Камдина Л.В., Стародубец Н.В. Влияние антропогенных факторов промышленного производства на качество жизни населения в регионе // Экономика региона. 2019. Т. 15. № 4. С. 1156–1168. <https://doi.org/10.17059/2019-4-15>.
4. Бобылев С.Н. Устойчивое развитие в интересах будущих поколений: экономические приоритеты // Мир новой экономики. 2017. № 3. С. 90–96. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30394968>
5. Polonsky M.J. An introduction to green marketing // Electronic Green Journal. 1994. № 1(2). P. 1–10. <https://doi.org/10.5070/G31210177>
6. Антонова Н.В., Ломакина Н.В. Модель зеленой экономики и ее имплементация в ресурсных регионах // Регионалистика. 2019. Т. 6. № 5. С. 31–49. <https://doi.org/10.14530/reg.2019.5.31>
7. Carrete L., Castaño R., Felix R., Centeno E., González E. Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility // Journal of Consumer Marketing. 2012. № 29(7). P. 470–481. <https://doi.org/10.1108/07363761211274983>
8. Chan R.Y.K. Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior // Psychology & Marketing. 2001. Vol. 18. № 4. P. 389–413. <https://doi.org/10.1002/mar.1013>
9. Polonsky M.J., Mintu-Wimsatt A.T. Environmental marketing: strategies, practice, theory, and research. New York: Haworth Press, 1995. 415 p. <https://doi.org/10.4324/9780203058398>

¹⁵ Система глобальных показателей достижения целей в области устойчивого развития и выполнения задач Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. A/RES/71/313 // Статистический отдел ООН. 2015. 31 с.

10. Jaiswal D., Kaushal V., Singh P.K., Biswas A. Green market segmentation and consumer profiling: a cluster approach to an emerging consumer market // *Benchmarking: An International Journal*. 2021. Vol. 28. № 3. P. 792–812. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2020-0247>
11. Schill M., Godefroit-Winkel D. Consumer segments in the smart environmental objects market // *Journal of Consumer Marketing*. 2019. Vol. 36. № 2. P. 317–327. <https://doi.org/10.1108/JCM-12-2017-2472>
12. Prakash A. Green Marketing, Public Policy and Managerial Strategies // *Business Strategy and the Environment*. 2002. Vol. 11. № 5. P. 285–297. <https://doi.org/10.1002/bse.338>
13. Медоуз Д., Рандерс Й., Беренс У. Пределы роста. Доклад по проекту Римского клуба «Проблемы человечества». М.: МГУ, 1972. 207 с.
14. Медоуз Д., Рандерс Й. Пределы роста. 30 лет спустя: пер. с англ. М.: ИКЦ «Академкнига», 2007. 342 с.
15. Мокий В.С. Пределы роста. 40 лет спустя: трансдисциплинарное переосмысление // *Общественные науки*. 2015. № 12(21). С. 3. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25115878>
16. Owen A.B., Wang J. Bi-cross-validation for factor analysis // *Statistical Science*. 2015. Vol. 31. № 1. P. 119–139. <https://doi.org/10.1214/15-STS539>
17. Houghton J.T., Ding Y., Griggs D.J. et al. (eds.). *Climate Change 2001: The Scientific Basis. Contribution of Working Group I to the Third Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 881 p. <https://doi.org/10.1093/ije/dyg059>
18. Клименко В.В., Клименко А.В., Терешин А.Г., Миушина О. Энергетика и природа климата: есть ли шанс остановить глобальное потепление? // *Энергетическая политика*. 2021. № 4(158). С. 12–29. https://doi.org/10.46920/2409-5516_2021_4158_12
19. Смирнов В.Д. Управление ESG рисками в коммерческих организациях // *Управленческие науки*. 2020. Т. 10. № 3. С. 6–20. <https://doi.org/10.26794/2404-022X-2020-10-3-6-20>
20. Селищева Т.А. «Зеленая» экономика как модель устойчивого развития стран ЕАЭС // *Проблемы современной экономики*. 2018. № 3(67). С. 6–12. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36410018>
21. Tseng P-Y., Lee S-F. The Influence of Environmental Concern on Intention of Green Consumption – Moderating Effects of Moral Consciousness // *Sustainable Innovation in Education and Technology. Education and Awareness of Sustainability*. 2020. № 3. P. 871–874. https://doi.org/10.1142/9789811228001_0195
22. Барышева Г.А., Егорова М.С. Зеленые технологии: определение понятия, этапы становления и роль в устойчивом развитии экономики // *Теория и практика общественного развития*. 2019. № 12(142). С. 48–54. <https://doi.org/10.24158/tpor.2019.12.8>
23. Константинов А.В. Роль и место антропогенного изменения климата в системе обеспечения экономической безопасности в секторах экономики // *Социально-экономические явления и процессы*. 2014. Т. 9. № 8. С. 61–66. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22027406>
24. Порфирьев Б.Н., Широков А.А., Колпаков А.Ю., Единак Е.А. Возможности и риски политики климатического регулирования в России // *Вопросы экономики*. 2022. № 1. С. 72–89. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-1-72-89>
25. Щуплова И.С., Рыбин Д.В. Глобальное изменение климата как вызов энергетической политике и обеспечению энергетической безопасности // *European science*. 2018. № 6(38). С. 14–18. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35314787>

Статья поступила в редакцию 10.01.2022; одобрена после рецензирования 27.02.2022; принята к публикации 20.03.2022

Об авторах:

Кожевина Ольга Владимировна, Московский государственный технический университет им. Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет), факультет «Инженерный бизнес и менеджмент» (105005, Россия, Москва, ул. 2-я Бауманская, д. 5, стр. 3), доктор экономических наук, профессор, ORCID ID: 0000-0001-5347-2253, ol.kozhevina@gmail.com

Беляевская-Плотник Любовь Александровна, Институт экономики Российской академии наук, Центр инновационной экономики и промышленной политики (117218, Россия, Москва, Нахимовский пр., д. 32), кандидат экономических наук, доцент, старший научный сотрудник, ORCID ID: 0000-0003-4962-4095, belyaevskaya@inbox.ru

Вклад соавторов:

Кожевина О.В. – осуществление научного руководства и разработка научной концепции исследования, проведение критического анализа материалов и формирование выводов, содействие в подборе аналитических данных при подготовке данной статьи;

Беляевская-Плотник Л.А. – развитие методологии исследования, сбор данных и доказательств, проведение доказательных итераций.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

References

1. Kumar P. Intents of green advertisements. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 2019; 29(1):70–79. <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2016-0044> (In Eng.)
2. Ivanova N.I., Levchenko L.V. "Green" economy: the essence, principles and prospects. *Bulletin of OmsU. Series: Economics = Vestnik OmGU. Seriya: Ekonomika*. 2017; 2(58):19–28 (In Russ.)
3. Belik I.S., Kamdina L.V., Starodubets N.V. Influence of anthropogenic factors of the industrial production on the quality of life of the population in the region. *Economy of the region = Ekonomika regiona*. 2019; 15(4):1156–1168. <https://doi.org/10.17059/2019-4-15> (In Russ.)
4. Bobylev S.N. Sustainable development for future generations: economic priorities. *World of a new economy = Mir novoy ekonomiki*. 2017; (3):90–96 (In Russ.)
5. Polonsky M.J. An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*. 1994; 1(2):1–10. <https://doi.org/10.5070/G31210177> (In Eng.)
6. Antonova N.V., Lomakina N.V. The Model of a "Green" Economy and its Implementation in Resource Regions. *Regional Studies = Regionalistika*. 2019; 6(5):31–49. <https://doi.org/10.14530/reg.2019.5.31> (In Russ.)
7. Carrete L., Castaño R., Felix R., Centeno E., González E. Green consumer behavior in an emerging economy: confusion, credibility, and compatibility. *Journal of Consumer Marketing*. 2012; 29(7):470–481. <https://doi.org/10.1108/07363761211274983> (In Eng.)
8. Chan R.Y.K. Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior. *Psychology & Marketing*. 2001; 18(4):389–413. <https://doi.org/10.1002/mar.1013> (In Eng.)
9. Polonsky M.J., Mintu-Wimsatt A.T. Environmental marketing: strategies, practice, theory, and research. New York, Haworth Press, 1995. 415 p. <https://doi.org/10.4324/9780203058398> (In Eng.)
10. Jaiswal D., Kaushal V., Singh P.K., Biswas A. Green market segmentation and consumer profiling: a cluster approach to an emerging consumer market. *Benchmarking: An International Journal*. 2021; 28(3):792–812. <https://doi.org/10.1108/BIJ-05-2020-0247> (In Eng.)
11. Schill M., Godefroit-Winkel D. Consumer segments in the smart environmental objects market. *Journal of Consumer Marketing*. 2019; 36(2): 317–327. <https://doi.org/10.1108/JCM-12-2017-2472> (In Eng.)
12. Prakash A. Green Marketing, Public Policy and Managerial Strategies. *Business Strategy and the Environment*. 2002; 11(5):285–297. <https://doi.org/10.1002/bse.338> (In Eng.)
13. Meadows D., Randers J., Behrens W. Limits to Growth. Report on the project of the Club of Rome "Problems of Humanity". Moscow, Moscow State University, 1972. 207 p. (In Russ.)
14. Meadows D., Randers J. Growth Limits. 30 years later / trans. from English. Moscow, ICC "Akademkniga", 2007. 342 p. (In Russ.)
15. Moki V.S. The limits to Growth. 40 years later: transdisciplinary rethinking. *Social Sciences = Obshchestvennyye nauki*. 2015; 12(21):3 (In Russ.)

16. Owen A.B., Wang J. Bi-cross-validation for factor analysis. *Statistical Science*. 2015; 31(1):119–139. <https://doi.org/10.1214/15-STS539> (In Eng.)
17. Houghton J.T., Ding Y., Griggs D.J. et al. (eds.). Climate Change 2001: The Scientific Basis. Contribution of Working Group I to the Third Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). Cambridge, Cambridge University Press, 2001. 881 p. <https://doi.org/10.1093/ije/dyg059> (In Eng.)
18. Klimenko V.V., Klimenko A.V., Tereshin A.G., Mikushina O. Energy and natural climate factors: if there is a chance to stop global warming? *Energy policy = Jenergeticheskaja politika*. 2021; 4(158):12–29. https://doi.org/10.46920/2409-5516_2021_4158_12 (In Russ.)
19. Smirnov V.D. ESG Risk Management in Commercial Organizations. *Management Sciences = Upravlencheskiye nauki*. 2020; 10(3):6–20. <https://doi.org/10.26794/2404-022X-2020-10-3-6-20> (In Russ.)
20. Selishcheva T.A. "Green" economy as a model of sustainable development in EEU countries. *Problems of Modern Economics*. 2018; 3(67):6–12 (In Russ.)
21. Tseng P-Y., Lee S-F. The Influence of Environmental Concern on Intention of Green Consumption – Moderating Effects of Moral Consciousness. Sustainable Innovation in Education and Technology. *Education and Awareness of Sustainability*. 2020; (3):871–874. https://doi.org/10.1142/9789811228001_0195 (In Eng.)
22. Barysheva G.A., Egorova M.S. Green technologies: definition of a concept, stages of formation and role in sustainable economic development. *Theory and practice of social development = Teorija i praktika obshchestvennogo razvitiya*. 2019; 12(142):48–54. <https://doi.org/10.24158/tipor.2019.12.8> (In Russ.)
23. Konstantinov A.V. Role and place of anthropogenic climate change in system of providing economic security in economy sectors. *Socio-economic phenomena and processes = Sotsial'no-ekonomicheskiye yavleniya i protsessy*. 2014; 9(8):61–66 (In Russ.)
24. Porfiriev B.N., Shirov A.A., Kolpakov A.Yu., Edinak E.A. Opportunities and risks of the climate policy in Russia. *Economic questions = Voprosy jekonomiki*. 2022; (1):72–89. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2022-1-72-89> (In Russ.)
25. Shchuplova I.S., Rybin D.V. Global climate change as a challenge to energy policy and energy security. *European science = European science*. 2018; 6(38):14–18 (In Russ.)

The article was submitted 10.01.2022; approved after reviewing 27.02.2022; accepted for publication 20.03.2022

About the authors:

Olga V. Kozhevina, Bauman Moscow State Technical University, Faculty of Engineering Business and Management (5, building 3, 2nd Baumanskaya street, Moscow, 105005, Russia), Doctor of Economics Sciences, Professor, **ORCID ID: 0000-0001-5347-2253**, ol.kozhevina@gmail.com

Lubov A. Belyaevskaya-Plotnik, Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, Center for Innovative Economics and Industrial Policy (32, Nakhimovsky av., Moscow, 117218, Russia), Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Senior Researcher, **ORCID ID: 0000-0003-4962-4095**, belyaevskaya@inbox.ru

Contribution of co-authors:

Kozhevina O.V. – implementation of scientific leadership and development of the scientific concept of research, critical analysis of materials and the formation of conclusions, assistance in the selection of analytical data in the preparation of this article;

Belyaevskaya-Plotnik L. A. – development of research methodology, collection of data and evidence, and conducting evidence-based iterations.

All authors have read and approved the final manuscript.

ISSN 2079-4665, E-ISSN 2411-796X

<https://www.mir-nayka.com>

Original article

УДК 338.2, 336.6, 332.1

JEL: G30, H26, H30, O53, R10

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.126-137>

The Effect of Financial Performance and Corporate Governance on Tax Avoidance in Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2015–2019

Raudhatul Jannah¹, Azwardi², Sa'adah Siddik³

¹⁻³ Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia

Corresponding author: Raudhatul Jannah, rjannah0303@gmail.com

Abstract

Purpose: *this study aims to study the effect of financial performance and corporate governance on tax avoidance in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015–2019.*

Methods: *financial performance and corporate governance as independent variables with financial performance indicators are ROA, ROE and Leverage while indicators of corporate governance are the board of commissioners, audit committee and external audit quality. Tax avoidance as the dependent variable was measured by using ETR (effective tax rate). This research uses purposive sampling to get a sample size of 60 companies around 5 years and use common effect panel data regression analysis. The data in this study were analyzed with Eviews 9.0.*

Results: *(1) Financial Performance as measured by ROA, ROE and leverage. ROA and leverage has an indication on tax avoidance while ROE has no an indication on tax avoidance in listed manufacturing companies on the IDX in 2015–2019. (2) Corporate Governance as measured by the board of commissioners, audit committee and external audit quality shows that has an indication on tax avoidance in listed manufacturing companies on the IDX in 2015–2019.*

Conclusions and Relevance: *the results of the study prove that ROA, leverage, the board of commissioners, audit committee and external audit quality have a significant and significant effect on tax avoidance, but the ROE variable has no significant effect on tax avoidance in listed manufacturing companies on the IDX in 2015–2019.*

Keywords: *Financial Performance, Corporate Governance, Tax Avoidance*

Conflict of Interes. *The Authors declare that there is no Conflict of Interest.*

For citation: Raudhatul Jannah, Azwardi, Sa'adah Siddik. Regional The Effect of Financial Performance and Corporate Governance on Tax Avoidance in Manufacturing Companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2015–2019. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):126–137. (In Eng.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.126-137>

© Raudhatul Jannah, Azwardi, Sa'adah Siddik, 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Оригинальная статья

Влияние финансовых результатов и корпоративного управления на уклонение от уплаты налогов производственных компаний, зарегистрированных на Индонезийской фондовой бирже в 2015–2019 гг.

Раудхатул Джанна¹, Азварди², Саада Сиддик³

¹⁻³ Университет Шривиджая (UNSRI), Палембанг (Южная Суматра), Индонезия

Автор, ответственный за переписку: Раудхатул Джанна, rjannah0303@gmail.com

Аннотация

Цель представленной работы – исследование влияния финансовых показателей и корпоративного управления на уклонение от уплаты налогов производственных компаний, котирующихся на Индонезийской фондовой бирже (IDX) в период 2015–2019 гг.

Методы или методология проведения работы. Финансовые результаты и корпоративное управление рассматриваются как независимые переменные с финансовыми показателями эффективности – ROA, ROE и Leverage. Индикаторами корпоративного управления являются данные совета уполномоченных, комитета по аудиту и качества внешнего аудита. Уклонение от уплаты налогов в качестве зависимой переменной измерялось с помощью ETR (эффективной налоговой ставки). Для исследования использовалась целенаправленная выборка из 60-ти компаний примерно за 5 лет, при этом применялся регрессионный анализ панельных данных с общим эффектом. В рамках исследования данные были проанализированы с помощью Eviews 9.0.

Результаты работы. (1) Финансовые результаты, измеряемые показателями ROA, ROE и Leverage, показывают уклонение от уплаты налогов, в то время как ROE не имеет указаний на уклонение от уплаты налогов в листинговых производственных компаниях, включенных в перечень IDX в 2015–2019 гг. (2) Корпоративное управление, оцененное советом уполномоченных, комитетом по аудиту и качеством внешнего аудита, свидетельствует об уклонении от уплаты налогов в зарегистрированных на IDX компаниях-производителях в 2015–2019 гг.

Выводы. Результаты исследования доказывают, что показатели ROA и Leverage, а также данные совета уполномоченных, комитета по аудиту и качества внешнего аудита оказывают значительное влияние на уклонение от уплаты налогов. В то же время, переменная ROE не оказывает существенного воздействия на уклонение от уплаты налогов производственных компаний, зарегистрированных на Индонезийской фондовой бирже (IDX) в 2015–2019 гг.

Ключевые слова: финансовые результаты, финансовые показатели, корпоративное управление, уклонение от уплаты налогов

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Раудхатул Джанна, Азварди, Саада Сиддик. Влияние финансовых результатов и корпоративного управления на уклонение от уплаты налогов производственных компаний, зарегистрированных на Индонезийской фондовой бирже в 2015–2019 гг. // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 126–137

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.126-137>

© Раудхатул Джанна, Азварди, Саада Сиддик, 2022

Introduction

Tax is the main sector that dominates state revenue. Law Number 28 of 2007 states that there are general provisions and procedures for taxation, namely "compulsory contributions to the state owed by individuals or entities that are coercive in nature according to law, without obtaining direct reciprocity but are used for the benefit of the state for the greatest prosperity of the people". Based on the explanation above, it can be seen that the tax itself comes from the people for the purposes of the people's welfare.

Since 1983, Indonesia has started to implement a tax system using a self-assessment system, where this system gives confidence to taxpayers to carry out tax obligations both in calculating, calculating, paying and self-reporting the amount of tax payable. For corporate taxpayers, the tax includes a component of deducting the amount of profit. It can be concluded that the amount of profit earned in 1 accounting period affects the total tax to be deposited. Tax is defined as the company's burden which will reduce the amount of net profit, the greater the company's tax burden will have an impact on net income received

in a certain period (Kurniasih and Sari [1]). This has encouraged the company and the owner engage in tax avoidance. In fact, companies for the State have an important role in contributing, but this is inversely proportional to companies which theoretically aim to maximize company profits. Conditions like this encourage the emergence of differences in interests between companies and the State (Chi et al., 2010).

Tax revenues received by the state so far have increased, but are not in accordance with what has been targeted by the government, so that the potential for tax revenues is not maximized. The achievement of tax revenues from 2015–2019 has not yet reached the specified target. In particular, in 2015, the difference between the estimate and the realization of 11.32% decreased to 22.16% in 2016. The data concludes that there is an indication of tax avoidance efforts carried out by the company during 2015–2019.

The practice of tax avoidance can be regarded as tax aggressiveness if the company tries to reduce the tax burden aggressively. Tax evasion (tax avoidance) is an activity that are legal and do not violate by using loopholes of tax regulations (Palan [2]). Furthermore, the OECD describes tax avoidance as an effort to minimize the amount of tax paid, but does not violate tax law even though it is contrary to the objectives of tax laws and regulations, so it can be concluded that financial performance and corporate governance affect tax avoidance.

Tax avoidance can be measured in various ways, but this study will use a measurement based on the ETR (effective tax rate) formula, which is where the ETR value is obtained by comparing the company's income tax burden based on the company's financial statements to the company's pre-tax income. The reason for using ETR in this study is because this ETR aims to see how much the company's tax burden is paid. The greater the ETR value or close to 1, the less likely the company is to be indicated for tax evasion, but if the ETR value is smaller or close to 0, the larger the company is indicated to be tax evasion. So it can be concluded that the interval of ETR values are 0 and 1 (Hanlon and Heitzman [3]).

The phenomenon of tax avoidance was also found in one sample of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015–2019, namely ADES. In the financial statements presented by ADES for 5 consecutive years, it is known that the ETR values are 0.26, 0.09, 0.25, 0.24, and 0.24. It can be seen that the ETR value for 5 years is still far from 1 and closer to 0, so it can be concluded that the ADES is indicated by tax avoidance measures.

The factors that influence tax avoidance activities are financial performance and corporate governance of the company. Financial performance can be seen from various ratios, but in this study financial performance

will use ROA (return on assets), ROE (return on equity) and leverage. ROA (return on assets) affects whether the company is indicated or not doing tax avoidance, where the higher the ROA value, the higher the company's profits so that the better management of a company's assets. The higher value of ROA, the greater the profit that will be obtained by the company. The amount of this profit will affect the value of the company's income tax burden so as to reduce the amount of profit or profit earned by the company. This is contrary to the goal of the company, which is to get as much profit as possible so that the company's management will try as much as possible to increase profits as much as possible by suppressing the company's tax burden, namely by doing tax avoidance. ROE (return on equity), an effort to get the maximum net profit and to increase the company's equity, the company will make the efficiency of the company's tax burden. Leverage is shows the company's sources of funds that focus on debt or liabilities. Sources of funding from long-term debt will raise interest expense and will reduce the tax base, namely profit before tax. Corporate governance also has a role in influencing companies to avoid tax because the characteristics of a company's corporate governance are how to determine the company in implementing its tax management (Benard [4]). Bardai and Professor [5] describes their relationship several control mechanisms of corporate governance against tax avoidance (tax evasion) of the company, where the study reveals that the position of the board of commissioners as a representative on the shareholders, therefore commissioners will indirectly prioritize the interests of shareholders and maximize the company's wealth whose value will be influenced by the amount of tax to be imposed. The board of commissioners is tasked with ensuring the implementation of the company's strategy, supervising management, and requiring accountability. The audit committee is an extension of the board of commissioners as a support for the implementation of supervision, so that tax avoidance actions can be identified and reported to the owner. Therefore, the credibility, composition and responsibilities of the audit committee are the ones that have the most influence not only on internal control but the external auditor as a third party also provides a very important view of the audit report. The quality of external auditors clearly influences the value of view to the company.

Literature Review

Stakeholder theory is a theory that explains that the relationship between the companies in carrying out its activities by the stakeholders of the company. The stakeholders in question are shareholders, creditors, government, society, consumers, suppliers, analysts and other parties. According to Chariri and Ghazali [6] suggests that the survival of a company depends on the support of stakeholders. This support must be sought

and this is one of the activities of the company, so it can be said that the more or stronger stakeholder support, the more direct the company's efforts to adapt.

Stakeholder theory refers to the company's managerial decision making in terms of providing useful information to its stakeholders. The role of stakeholders in the company is very important considering that stakeholders are able to influence the use of economic resources that will be utilized by the company.

Stakeholders are basically interested in companies that have high earnings per share or high net income. This is the basis for the emergence of stakeholder relationships with tax avoidance, that is, if a company avoids tax (tax avoidance), it will have an impact on reducing the company's burden and increasing net income. It will indirectly motivate or encourage investors to invest in the company.

Stakeholder power is determined by the size of the power they have over the resource. These strengths can be in the form of the ability to limit the use of limited economic resources (capital and labour), access to influential media as well as the ability to regulate the company. The company is also in maintaining a harmonious relationship between the company and its stakeholders for the survival of the company by accommodating the wishes and needs of its stakeholders, especially stakeholders who have the power to the availability of resources used for the company's operational activities (labour, market, etc.) on company products, and so on.

The existence of this stakeholder theory will become the dominant paradigm that further strengthens the concept of a company which is responsible not only to shareholders but also to stakeholders.

Tax avoidance is an attempt to minimize tax payments are not infrequently done by the company did not violate tax laws. According to Tandean [7], states that there are 3 things that are characteristic of tax avoidance, namely:

1. There is an artificial element in which various regulations appear to be contained in them even though they are not, and this is done because of the absence of tax factors.
2. Such schemes often exploit loopholes from legislation or apply legal provisions for various purposes.
3. Confidentiality is a form of scheme in which consultants generally show tools or methods for tax evasion.

The estimation model for measuring tax avoidance is using an effective tax rate proxy. The company's effective tax rate can be calculated by comparing the

tax burden with profit before tax (Astuti and Aryani [8]). The lower the value of the effective tax rate or ETR (effective tax rate), then there is an indication that the company has done tax avoidance.

Financial Performance

ROA (return on assets) aims to see how much profitability or profit obtained by a company by comparing the value of the company's net income with the company's total assets. The greater the value of return on assets (ROA), the greater the profit earned by the company, causing the greater the tax burden to be paid by the company.

ROE (return on equity) shows the company's ability to generate net income by using its own capital and generate net income available to owners or investors. The greater the return on equity (ROE) value, the greater the profits received by the owners or shareholders and vice versa.

Leverage shows the relationship between the company's debt and the company's capital. The higher the leverage, the higher the company's dependence on its creditors.

Corporate Governance

The board of commissioners has a control function that is to supervise the company's management so that the board of commissioners plays an important role in creating the accountability of a company. Therefore, the number of commissioners greatly influences the decisions that will be taken by management in creating corporate accountability. The more the number of commissioners owned by a company, the more stringent the supervision of the company's management in preparing its financial statements and the company's opportunities for tax avoidance will be smaller.

The audit committee is to assist and strengthen the function of the board of commissioners in carrying out oversight of the financial reporting process, risk management, audit implementation and implementation of corporate governance. Therefore, the number of audit committee members can influence in determining the policies to be taken by management in improving the quality of internal performance monitoring in order to avoid internal conflicts in achieving a transparent company.

External audit quality is a form of transparency on financial statements that are accountable by the company to shareholders so that increased transparency to shareholders (stakeholders) in taxation is increasingly demanded by the tax authorities. A higher quality external audit quality or companies audited by big 4 KAPs are more trusted because the level of committing fraud is very small compared to companies audited by non big 4 KAPs.

Materials and Methods

This study aims to analyze the effect of financial performance and corporate governance as independent variables on tax avoidance as the dependent variable. This study uses secondary data from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 5 consecutive years, namely 2015 to 2019. The sample selection used purposive sampling with the following criteria:

(i) Manufacturing companies listed on the IDX;

(ii) Companies that publish annual reports and other required information in full during 2015–2019;

(iii) Companies that use rupiah currency;

(iv) Companies that are losing money for 5 consecutive years;

and (v) Companies whose ETR values are in the 0–1 interval. In this paper, there are 60 manufacturing companies per year or as many as 300 samples for 5 years and this study uses common effect panel data regression analysis.

Indicators of Latent Variables

Table 1

Индикаторы скрытых переменных

Таблица 1

Latent Variable	Indicator
Tax avoidance	$ETR = \frac{\text{Total income}}{\text{Profit before tax}}$
ROA (<i>return on assets</i>)	$ROA = \frac{\text{Net profit} \times 100\%}{\text{Total Asset}}$
ROE (<i>return on equity</i>)	$ROE = \frac{\text{Net profit} \times 100\%}{\text{Total Equity}}$
Leverage	$DER = \frac{\text{Total Liability}}{\text{Total Capital}}$
Board of Commissioners	Number of commissioners, independent and non-independent commissioners
Audit Committee	Number of committee members in the company
External Audit Quality	KAP Big Four = 1 KAP Non Big Four = 0

Compiled by the authors.

Составлено авторами.

In this study, the dependent variable and the independent variable used were measured based on the following measurements:

Results

Descriptive Analysis

Descriptive statistical analysis provides information about the description of the variables used in the study. The information is presented from the minimum value, maximum value, mean value (average) and standard deviation value of each research variable. Descriptive statistics in this study can be seen in the following table 2.

Based on the table above, it can be seen that the number of observations studied were 300 observations, based on 5 consecutive years from 2015–2019 in descriptive statistics, it can be seen

the mean value, as well as the standard deviation of each table studied. The mean value is a value that shows the magnitude of the effect of an independent variable on the dependent variable.

Tax avoidance

It can be seen in the descriptive analysis table that the tax avoidance variable (tax avoidance), the average value (mean) is 0.279633 or 27.9633% and the median is 0.250000 or 25%. This shows that the average value (mean) is higher than the median value, which means that on average, manufacturing companies listed on the IDX in 2015–2019 have low tax avoidance. This is in accordance with the effective tax rate determined by the government, which is > 25%. Maximum value is 0.970000 owned by PT Artha Anugerah Buana Tbk (STAR) in 2018. While the value of the minimum of the variable tax evasion

Descriptive Analysis
Описательный анализ

Table 2

Таблица 2

	ROA	ROE	DER	DK	KA	KAE	TA
Mean	0,092367	0,164233	0,917233	4,283333	3,050000	0,320000	0,279633
Median	0,070000	0,110000	0,560000	4,000000	3,000000	0,000000	0,250000
Maximum	0,720000	1,400000	13,980000	10,000000	5,000000	1,000000	0,970000
Minimum	0,000000	0,000000	0,050000	2,000000	2,000000	0,000000	0,010000
Std. Dev.	0,091831	0,222182	1,177197	1,754990	0,384699	0,467256	0,134449
Skewness	2,653456	4,036369	5,576260	0,864824	2,255137	0,771744	2,720446
Kurtosis	13,379300	20,484180	54,189420	3,395183	14,810970	1,595588	12,763880
Jarque-Bera	1698,665000	4635,820000	34309,190000	39,348190	1998,021000	54,434070	1561,708000
Probability	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000	0,000000
Sum	27,710000	49,270000	275,170000	1285,000000	915,000000	96,000000	83,890000
Sum Sq. Dev.	2,521420	14,760120	414,352000	920,916700	44,250000	65,280000	5,404860
Observations	300	300	300	300	300	300	300

Source: Processed results of Eviews 9 data.

Источник: Результаты обработки данных Eviews 9.

(tax avoidance) of 0.010000 owned by PT Kabelindo Murni Tbk (KBLM) in 2017. From the table above shows the standard deviation of 0.134449 where from the data the average value (mean) is greater than the standard deviation value, which means this variable has a small distribution. Jarque-Bera Probability of 1561.708000 or > 0.05 then the data is normally distributed.

ROA (return on assets)

The variable ROA (return on assets) is an independent variable in this study which is measured by calculating that is by comparing total net income with total assets. From table IV.1, the ROA (return on assets) value of 300 data has an average value (mean) of 0.092367, with a maximum value of 0.720000 which is owned by PT Waskita Beton Precast Tbk (WSBP) in 2018. While the value of the minimum ROA (return on assets) variable is 0.000000 owned by PT Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) in 2019. If the ROA (return on assets) is $> 2\%$, it can be said that the ROA (return on assets) of a company well, the net profit obtained from the use of company assets is high in companies listed on the IDX if it is presented as a percentage of the average value (mean) which is 9.2367%, which means it is greater than 2%. The standard deviation is 0.091831 where from the data the average value (mean) is greater than the standard deviation value, which means that this variable has a small distribution. Jarque-Bera Probability of 1698.665000 or > 0.05 then the data is normally distributed.

ROE (return on equity)

The variable ROE (return on equity) is an independent variable in this study which is measured by comparing the total net income with total equity. From table IV.1, the ROE (return on equity) value of 300 data has an average value (mean) of 0.164233, with a maximum value of 1.400000 owned by PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) in 2019 and a minimum value of 0.000000 owned by PT Wismilak Inti Makmur Tbk (WIIM) in 2019. From the table above, it can be seen that the standard deviation is 0.222182 where from the data the average value (mean) is smaller than the standard deviation value, which means this variable has a large distribution. It can be said that the ROE (return on equity) of a company is good if it is worth $> 12\%$ and if it is a percentage of the average value (mean) in this study, which is 16,4233%, it means that the ROE in the sample of this study is good. Generate profits for shareholders. Jarque-Bera Probability of 4635,820000 or > 0.05 then the data is normally distributed.

Leverage

Variable leverage an independent variable in this study was measured by comparing the total debt to total equity capital. From table IV.1, the leverage value of 300 data has an average value (mean) of 0.917233 or 91.7233%, meaning that most of the assets owned by companies listed on the IDX on average are derived from long-term debt and long-

term debt short. Maximum value is 13.980000 owned by PT Organon Pharma Indonesia Tbk (SCPI) in 2015 and the minimum value of 0.050000 owned by PT Surya Toto Indonesia Tbk (TOTO) in 2019. From the table above, the standard deviation of 1.177197 can be seen from the data. Average value (mean) is smaller than the standard deviation value, which means that this variable has a large distribution and the Jarque-Bera Probability is 34309.190000 or > 0.05 , and then the data is normally distributed.

Board of Commissioners

The variable of the board of commissioners is the independent variable in this study which is measured by recording the number of members of the board of commissioners in the company. From table IV.1, the value of the board of commissioners from 300 data has an average value (mean) of 4.283333 and a median of 4,000000. These results indicate that the average value (mean) is higher than the median value, which means that the average manufacturing company has a large board of commissioners. Then, the standard deviation for the board of commissioner variable is 1.754990. These results indicate that the standard deviation value is lower than the average value (mean) which proves that the data in this variable has a small distribution and the Jarque-Bera Probability is 39.348190 or > 0.05 then the data is normally distributed. As for the board of commissioner variable, it shows a maximum value of 10 and a minimum of 2. This means that the sample companies in this study have met the proportion of the board of commissioners according to the Financial Services Authority Regulation No. 29/PJOK.05/2014 regarding good corporate governance, namely the number of members of the audit committee is at least 2 people. The highest number of commissioners is only owned by PT Astra International (ASII) while the number of commissioners with only 2 members is owned by 6 companies, namely PT Duta Pertiwi Nusantara Tbk (DPNS), PT Impack Pratama Industri Tbk (IMPC), PT Selamat Tempo Tbk (SMSM), PT Buana Artha Anugerah Tbk (STAR), PT Siantar Top Tbk (STTP) and PT Chitose Internasional Tbk (CINT).

Audit Committee

The audit committee variable is the independent variable in this study which is measured by recording the number of audit committee members in the company. From table IV.1, the audit committee variable has an average value (mean) of 3.050000 and a median of 3.000000. These results indicate that the average value (mean) is greater than the median value, which means that the average manufacturing company has a large audit committee. Audit

committee variable with a minimum value of 2 and a maximum of 5. This means that based on the average value (mean) in this study, companies listed on the IDX have complied with Financial Services Authority Regulation No. 29/PJOK.05/2014 regarding good corporate governance, namely the number of members of the audit committee is at least 2 people. Then, the standard deviation for the audit committee variable is 0.384699. These results indicate that the standard deviation value is smaller than the average value (the mean) that proves that the data in this variable has a distribution that is small and Jarque-Bera Probability of 1998.021000 or > 0.05 then the normal distribution of data.

External Audit Quality

The external audit quality variable is the independent variable in this study which is measured by the size of the Public Accounting Firm (KAP). The Big Four KAP performs audits with higher quality than the non-Big Four KAPs. Based on data processing performed using EvIEWS 9 software, the external audit quality variable has an average value (mean) of 0.320000 and a median of 0.000000. These results indicate that the average value (mean) is higher than the median value, which means that the average manufacturing company has a large external audit quality, namely 3. The external audit quality variable shows that from a total of 300 samples of manufacturing companies listed on the Stock Exchange in From 2015 to 2019, 31% or 31 companies audited by KAP were included in The Big Four KAP while the remaining 69% or 69 companies were audited by Non The Big Four KAP . It is concluded that the companies in the sample of this study are audited more by KAP Non The Big Four. Then, the standard deviation for the external audit quality variable is 0.467256. These results indicate that the standard deviation is greater than the value of the average (mean) that proves that the data in this variable has a large distribution and Jarque-Bera Probability of 54.434070 or > 0.05 then the normal distribution of data.

Classic Assumption

Based on the results of the classical assumption test, it can be concluded that the research model meets the requirements of the normality test and the classical assumption (multicollinearity, autocorrelation, and heteroscedasticity). Panel data regression technique was used to estimate the common, fixed and random effect models. In this study, after performing the Chow test, it was estimated with the common effect technique and then continued with the Hausman test, this study used the fixed effect technique and then continued with the LM (Lagrange Multiplier) test. The Common Effect technique was obtained as the right technique for this research.

Panel Data Regression Analysis

Based on Table 3, the following regression equation is obtained:

$$TA = -0.001312 - 0.112026 ROA + 0.005711 ROE + 0.005674 DER - 0.003547 DK - 0.049804 KA + 0.012837 KAE$$

Hypothesis

The effect of ROA (return on assets) on tax avoidance. Based on the test results, it can be seen that the probability value of the return on assets (ROA) variable is 0.0000 or less than 0.05, so it can be concluded that return on assets (ROA) has a significant effect on tax avoidance. When viewed from t table at alpha of 0.05 (one tail) is 1.9712, while the value of t-count equal to -5.353744 (Negative), then H1 rejected.

The effect of ROE (return on equity) on tax avoidance. Based on the test results, it can be seen that the probability value of the return on equity (ROE) variable is 0.2033 or greater than 0.05, so it can be concluded

that return on equity (ROE) has no significant effect on tax avoidance. When viewed from the t table value at alpha 0.05 (one tail) is 1.9712, while the t-count value is 0.507302 (positive). This means that t count < t table, then H2 is rejected.

The effect of leverage (DER) on tax avoidance. Based on the test results, it can be seen that the probability value of the leverage variable is 0.0268 or less than 0.05, so it can be concluded that leverage has a significant effect on tax avoidance. When viewed from the t table value at alpha 0.05 (one tail) is 1.9712, while the t-count value is 2.235431 (positive). This means that t-count > t table, then H3 is accepted.

The effect of the board of commissioners on tax avoidance. Based on the test results, it can be seen that the probability value of the board of commissioners variable is 0.0149 or less than 0.05, so it can be concluded that the board of commissioners has a significant effect on tax avoidance. When viewed from the t table value at alpha 0.05 (one tail) is 1.9712,

Estimation Results of Panel Date Regression Model

Table 3

Результаты оценки регрессионной модели панельных данных

Таблица 3

Dependent Variable: Tax Avoidance

Method: Panel EGLS (Cross-section weights)

Date: 07/06/21 Time: 16:35

Sample (adjusted): 2016–2019

Periods included: 4

Cross-sections included: 43

Total panel (unbalanced) observations: 169

Linear estimation after one-step weighting matrix

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.001312	0.001171	-1.120518	0.2642
ROA	-0.112026	0.020925	-5.353744	0.0000
ROE	0.005711	0.011257	0.507302	0.6126
DER	0.005674	0.002538	2.235431	0.0268
DK	-0.003547	0.001441	-2.461853	0.0149
KA	-0.049804	0.006062	-8.215905	0.0000
KAE	0.012837	0.003793	3.384490	0.0009
Weighted Statistics				
R-squared	0.504627	Mean dependent var	-0.000815	
Adjusted R-squared	0.486280	S.D. dependent var	0.040698	
S.E. of regression	0.029175	Sum squared resid	0.137887	
F-statistic	27.50436	Durbin-Watson stat	2.193121	
Prob. (F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.228446	Mean dependent var	-0.001302	
Sum squared resid	0.143597	Durbin-Watson stat	2.431422	

Source: Processed results of Eviews 9 data.

Источник: Результаты обработки данных Eviews 9.

while the t-count value is -2.461853 (negative). This means that $t\text{-count} < t\text{ table}$, then H_4 is rejected.

The effect of the audit committee on tax avoidance. Based on the test results, it can be seen that the probability value of the audit committee variable is 0.0000 or less than 0.05, so it can be concluded that the audit committee has a significant effect on tax avoidance. When viewed from the t table value at alpha 0.05 (one tail) is 1.9712, while the t-count value is -8.215905 (negative). This means that $t\text{-count} < t\text{ table}$, then H_5 is rejected.

The effect of external audit quality on tax avoidance. Based on the test results, it can be seen that the probability value of the external audit quality variable is 0.0009 or less than 0.05, so it can be concluded that the external audit quality has a significant effect on tax avoidance. When viewed from the t table value at alpha 0.05 (one tail) is 1.9712, while the t-count value is 3.384490 (positive). This means that $t\text{-count} > t\text{ table}$, then H_6 is accepted.

The Effect Return on Assets (ROA) on Tax Avoidance

The results showed that return on assets (ROA) had a significant negative effect on tax avoidance. Based on the stakeholder theory that the greater the return on assets (ROA) value, the greater the profit earned by the company and will indirectly result in an increase in the value of the tax burden that must be borne by the company. This encourages companies to minimize the tax burden in order to obtain the maximum profit possible. The results of this study support previous research conducted by Siagian et.al. [9], Saputra and Asyik [10].

The Effect of Return on Equity (ROE) on Tax Avoidance

The results showed that return on equity (ROE) had no significant effect on tax avoidance. This is not in line with the theory used in this study which reveals that the value of return on equity (ROE) is directly proportional to the profits obtained by the owners or stakeholders so that it can be concluded that return on equity (ROE) also encourages companies to do tax avoidance (tax avoidance). The results of this study are contrary to previous research conducted by Naibaho and Hutabarat [11].

The Effect of Leverage on Tax Avoidance

The results show that leverage has a significant positive effect on tax avoidance. The higher the leverage, the

higher the dependence of the company on its creditors so that it will cause interest expenses which will reduce the tax burden. In other words, it can be concluded that there is a tendency for companies to take tax avoidance. The results of this study support previous research conducted by Kurniasih and Sari [1].

The Effect of Board of Commissioners on Tax Avoidance

The results showed that the board of commissioners had a significant negative effect on tax avoidance. The more the number of commissioners in a company, the more stringent a company will be in monitoring its financial statements so that it will indirectly affect the size of the company's opportunities in tax avoidance measures. The results of this study support previous research conducted by Suardana (2014), Jao and Pagalung [12].

The Effect of the Audit Committee on Tax Avoidance

The results showed that the audit committee had a significant negative effect on tax avoidance. Based on the theory that the number of audit committee members are able to influence the policies that will be taken by a company in improving the quality of company performance. The results of this study support previous research conducted by Suardana (2014), Jao and Pagalung [12].

The Effect of External Audit Quality on Tax Avoidance

The results show that the quality of external audit has a significant positive effect on tax avoidance. A higher quality external audit or companies audited by Big 4 KAPs are more trusted because the level of fraud committed by companies will be smaller than companies that use the services of non Big 4 KAPs. The results of this study support previous research conducted by Annisa (2008).

Conclusion and Relevance

Based on the results of the analysis in this study, it can be concluded that:

- first, ROA, the board of commissioners and the audit committee have a negative and significant effect on *tax avoidance*;
- second, ROE has no effect on *tax avoidance*;
- third, leverage and external audit quality have a positive and significant effect on *tax avoidance*.

References

1. Kurniasih T., Sari M.M. Pengaruh Return on Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*. 2013; 18(1):44276. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-RETURN-ON-ASSETS%2C-LEVERAGE%2C-CORPORATE-DAN-Kurniasih-Sari/517a973e66c05bf97d8ae706244ce467efd517a1>
2. Palan R. Tax havens and the commercialization of state sovereignty. *International Organization*. 2002; 56(1):151–176. <https://doi.org/10.1162/002081802753485160> (In Eng.)
3. Hanlon M., Heitzman S. A review of tax research. *Journal of Accounting and Economics*. 2010; 50(2–3):127–178. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2010.09.002> (In Eng.)
4. Benard H. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Pajak. Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2011.
5. Bardai B., Professor A. Corporate Effective Tax Rates: a Study on Malaysian Public. n.d.; 1–20.
6. Chariri A., Ghazali I. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2007.
7. Tandean V.A. Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. Prosiding SENDI_U. 2015. ISBN: 978-979-3649-81-8
8. Astuti T.P., Aryani Y.A. Tren Pengindaran Pajak Perusahaan Manufaktur di Indonesia Yang Terdaftar di bei Tahun 2001–2014. *Jurnal Akuntansi*. 2016; 20(3):375–388. <https://doi.org/10.24912/ja.v20i3.4> (In Eng.)
9. Siagian D.C., Dr. Silvia Avira S.E., M. Pengaruh Return on Asset, Debt to Equity Ratio, Ukuran Perusahaan dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance pada Industri Perbankan terdaftar BEI periode 2017–2019. *Jurnal Akuntansi*. 2020; 3.
10. Saputra M.D.R., Asyik N.F. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Universitas Negri Padang*. 2017; 6(8):1–19. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-PROFITABILITAS%2C-LEVERAGE-DAN-CORPORATE-TAX-Saputra-Asyik/c3371f5679de612a557f8da870f8f52a9c2b3f9f>
11. Naibaho F.A.L., Hutabarat F. Pengaruh Mediasi Solvabilitas Dalam Hubungan Antara Struktur Modal Dan Return On Equity. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*. 2020; 2(4):610–618. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.639> (In Eng.)
12. Jao R., Pagalung G. Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 2011; 8(1):43–54. <https://doi.org/10.14710/jaa.8.1.43-54> (In Eng.)
13. Annisa N.A., Kurniasih L. Pengaruh corporate governance terhadap tax avoidance. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 2012; 8(2):123–136. <https://doi.org/10.14710/JAA.8.2.123-136> (In Eng.)
14. Arinda H., Dwimulyani S. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kualitas Audit Terhadap Tax Avoidance Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*. 2019; 5(1):123. <https://doi.org/10.25105/jat.v5i1.5246> (In Eng.)
15. Badriyah N., Sari R.N., Basri Y.M. The Effect of Corporate Governance and Firm Characteristics on Firm Performance and Risk Management as an Intervening Variable. *Procedia Economics and Finance*. 2015; 31:868–875. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)01184-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)01184-3) (In Eng.)
16. Cahyono D.D., Andini R., Raharjo K. Pengaruh Komite Audit, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan (Size), Leverage (DER) dan Profitabilitas (ROA) terhadap Tindakan Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) pada Perusahaan Perbankan yang Listing BEI Periode Tahun 2011–2013. *Journal of Accounting Research*. 2016; 147(2):11–40.
17. Chen S., Chen X., Cheng Q., Shevlin T. Are family firms more tax aggressive than non-family firms? *Journal of Financial Economics*. 2010; 95(1):41–61. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2009.02.003> (In Eng.)
18. Darmawan I., Sukartha I. Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Leverage, ROA, Dan Ukuran Perusahaan Pada Penghindaran Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*. 2014; 1:143–161. URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/8635>

19. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS 23. 2013. URL: https://www.researchgate.net/publication/301199668_Aplikasi_Analisis_Multivariate_SPSS_23 (In Eng.)
20. Hanum H.R., Zulaikha. Pengaruh Karakteristik Corporate Governance Terhadap Effective Tax Rate (Studi Empiris Pada Bumn Yang Terdaftar Di Bei 2009–2011). *Diponegoro Journal of Accounting*. 2013; 2(2):201–210. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/PENGARUH-KARAKTERISTIK-CORPORATE-GOVERNANCE-TAX-DI-Hanum-Zulaikha/7e6b7f359590dd9ab030dc3d629089cdf40da561> (In Eng.)
21. Hidayat W.W. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*. 2018; 3(1):19–26. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.82> (In Eng.)
22. Irawan N., Devie. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Firm Value Dengan Financial Performance Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan LQ 45 Tahun 2012-2015. *Business Accounting Review*. 2017; 5(1):277–288. URL: <https://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/6432> (In Eng.)
23. Jati A.W., Ulum I., Utomo C. Tax Avoidance, Corporate Governance and Financial Performance of Companies Registered in the Jakarta Islamic Index. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*. 2019; 9(2):214. <https://doi.org/10.22219/jrak.v9i2.8916>
24. Karen B. A Comparative Look at Regulation of Corporate Tax Avoidance. Springer, Netherlands. 2012. URL: https://link.springer.com/book/10.1007/978-94-007-2342-9?error=cookies_not_supported&code=cc68195d-97d5-4bb0-b7a0-7ee60bead10b
25. Khairunisa K., Hapsari D.W., Aminah W. Kualitas Audit, Corporate Social Responsibility, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*. 2017; 9(1):39–46. <https://doi.org/10.23969/jrak.v9i1.366>
26. Lanis R., Richardson G. Corporate social responsibility and tax aggressiveness: An empirical analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. 2012; 31(1):86–108. <https://doi.org/10.1016/j.jaccpubpol.2011.10.006> (In Eng.)
27. Mira, Purnamasari A.W. Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Periode 2016-2018. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*. 2020; 3(2):211–226. URL: <http://dispenda.jabarprov.go.id/2015/06>
28. Ngadiman N., Puspitasari C. Pengaruh Leverage, Kepemilikan Institusional, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2012. *Jurnal Akuntansi*. 2017; 18(3):408–421. <https://doi.org/10.24912/ja.v18i3.273>
29. Permana A.R.D., Zulaikha. Pengaruh Corporate Governance terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2014). *Diponegoro Journal of Accounting*. 2015; 23(4):53–63. URL: <http://eprints.undip.ac.id/46733/>
30. Permata A.D., Nurlaela S., Wahyuningsih E.M. Pengaruh Size, Age, Profitability, Leverage dan Sales Growth Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*. 2018; 19(1):10. <https://doi.org/10.29040/jap.v19i1.171>
31. Pratiwi A.P. Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Kinerja Keuangan Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Corporate Sosial Responsibility Sebagai Pemediasi Kepemilikan Institusional Dan Kinerja Keuangan Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Corporate Sosial Responsibility. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*. 2018; n. pag. <https://doi.org/10.17509/jimb.v9i2.13991>
32. Prayitno R. Peranan Analisa Laporan Keuangan dalam Mengukur Kinerja Keuangan Perusahaan: Studi Kasus pada PT X. *Jurnal Manajemen*. 2010.
33. Priyatno D. Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS (MediaKom (ed.)). 2013.
34. Putri V.R., Putra B.I. Pengaruh Leverage, Profitability, Ukuran Perusahaan Dan Proporsi Kepemilikan Institusional Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Manajemen DayaSaing*. 2017; 19(1):1. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5100>
35. Saifudin S., Yunanda D. Kompensasi Rugi Fiskal dan Kepemilikan Institusi Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2011–2014). *Wiga: Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*. 2016; 6(2):131–142. <https://doi.org/10.30741/wiga.v6i2.121>

36. Santoso T.B., Muid D. Pengaruh Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan. None. 2014; 3(4):148–159. URL: <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/10201>
37. Saputra M.F., Rifa D., Rahmawati N. Pengaruh corporate governance, profitabilitas dan karakter eksekutif terhadap tax avoidance pada perusahaan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*. 2015; 19(1):1–12. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol19.iss1.art1>
38. Subagiastra K., Arizona I.P.E., Mahaputra I.N.K.A. Pengaruh profitabilitas, kepemilikan keluarga dan good corporate governance terhadap penghindaran pajak (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*. 2017; 1(2):167–193. <https://doi.org/10.23887/jia.v1i2.9994>
39. Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Alfabeta (ed.)). 2016.
40. Sujarweni V.W. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Pustaka Baru Press. 2015.
41. Suprpti E. Pengaruh Tekanan Keuangan Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*. 2017; 7(2):1013. <https://doi.org/10.22219/jrak.v7i2.15>
42. Suryatimur K.P., Panjawa J.L., Khabibah N.A. The Effect of Company Performance and Corporate Governance on Tax Avoidance in Manufacturing Sector Companies 2016–2018. 2020; 34(4):101–108.
43. Singly C., Sukartha I.M. Pengaruh Karakter Eksekutif, Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Sales Growth pada Tax Avoidance. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 2015; 10(1):47–62. URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/9863>
44. Trisianto D., Oktaviani R.M. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tax Avoidance dengan Leverage sebagai Variabel Moderasi. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*. 2016; 5(1):65–81. URL: <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/5572>
45. Windayani L. Analisis Faktor-Faktor Potensial Yang Mempengaruhi Penghindaran Pajak. Tesis. Fakultas. 2018. URL: <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/8831/Tesis%20Lutfi%20Windayani%2012919024.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
46. Wiratmoko S. The effect of corporate governance, corporate social responsibility, and financial performance on tax avoidance. *The Indonesian Accounting Review*. 2018; 8(2):245. <https://doi.org/10.14414/tiar.v8i2.1673>

The article was submitted 17.01.2022; approved after reviewing 07.02.2022; accepted for publication 20.03.2022

About the authors:

Raudhatul Jannah, Faculty of Economy, Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia (Ilir Barat 1, Palembang, South Sumatera, 30128), rjannah0303@gmail.com

Azwardi, Faculty of Economy, Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia (Ilir Barat 1, Palembang, South Sumatera, 30128)

Sa'adah Siddik, Faculty of Economy, Sriwijaya University (UNSRI), Palembang (South Sumatra), Indonesia (Ilir Barat 1, Palembang, South Sumatera, 30128)

All authors have read and approved the final manuscript.

Статья поступила в редакцию 17.01.2022; одобрена после рецензирования 07.02.2022; принята к публикации 20.03.2022

Об авторах:

Радхатул Джанна, Экономический факультет, Университет Шривиджая (UNSRI), Палембанг (Южная Суматра), Индонезия (30128, Южная Суматра, Палембанг, Илир Барат 1), rjannah0303@gmail.com

Азварди, Экономический факультет, Университет Шривиджая (UNSRI), Палембанг (Южная Суматра), Индонезия (30128, Южная Суматра, Палембанг, Илир Барат 1)

Саада Сиддик, Экономический факультет, Университет Шривиджая (UNSRI), Палембанг (Южная Суматра), Индонезия (30128, Южная Суматра, Палембанг, Илир Барат 1)

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

ISSN 2079-4665, ISSN-E 2411-796X

<https://www.mir-nayka.com>

Краткое сообщение

УДК 338.2

JEL: O10, O20, O30, O40

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.138-144>

Экономика России: сырьевая – значит, устойчивая

Михаил Кимович Беляев

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия,
beliaevmike@rambler.ru

Аннотация

Целью представленной работы является обоснование роли добывающей промышленности в качестве локомотива современного устойчивого развития России. Это объясняется не только ростом спроса на сырьевые материалы, но и преобразованием технологической базы отрасли на современной основе, прежде всего, с использованием информационных продуктов. Утверждается, что страна имеет потенциал для успехов в области информационных технологий. Иными словами, российская экономика располагает сегодня потенциальной базой для развития, в том числе в ситуации санкций, при условии эффективной экономической политики.

Ключевые слова: добывающие отрасли, информационные технологии, устойчивое развитие, экспорт, санкции

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Беляев М. К. Экономика России: сырьевая – значит, устойчивая // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. № 1. С. 138–144

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.138-144>

© Беляев М. К., 2022

Short communication

Economy of Russia – Mining means Sustainability

Mikhail K. Belyaev

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia,
beliaevmike@rambler.ru

Abstract

The main point of presented publication is to illuminate the role of modern mining industry as an engine of the economy. Such changes are explained not only by the growing demand on raw materials but reconstruction the technology of the branch on the modernized basis, primarily information products. It is argued that the country dispose the prerequisite for the success in IT-technology. So to say the economy of Russia has the potential for development regardless sanctions under the effective economic policy.

Keywords: mining, IT-technology, sustainable development, exports, sanctions

Conflict of Interest. The Author declares that there is no Conflict of Interest.

For citation: Belyaev M. K. Economy of Russia – Mining means Sustainability. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2022; 13(1):138–144. (In Russ.)

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2022.13.1.138-144>

© Belyaev M. K., 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Введение

Российская экономика находится под постоянным огнем критики со стороны как зарубежных, так и отечественных экспертов вследствие, якобы, отсталости ее отраслевой структуры. Обращая внимание на преобладание во вкладе в ВВП и доходы бюджета поступлений от экспорта продукции добывающих и базовых отраслей, они дружно делают выводы о неэффективности хозяйства и подверженности внешним шокам (вследствие колебаний цен на сырьевые товары), а следовательно, о слабых шансах на устойчивое социально-экономическое развитие. Но главное, в текущей геополитической ситуации они предсказывают научно-техническое отставание и смещение страны на периферию геоэкономического ландшафта. При этом с мизерными перспективами выхода на переломные позиции.

Действительно, в отраслевой структуре заметно преобладают базовые отрасли и, прежде всего, горнодобывающий комплекс. Но можно ли на этом основании делать категорический вывод об «отсталости» экономики, со всеми вытекающими негативными последствиями? Ответ, который еще пару десятков лет назад был очевидным, в настоящее время, как минимум, неоднозначный. За последние четверть века оборудование и технологические процессы добывающих отраслей под влиянием научно-технического прогресса претерпели коренные преобразования, изменив роль и место этих отраслей в российской экономике.

Результаты исследования

Горнодобыча – теперь не только фундамент

Без понимания современной производственной и технологической базы компаний добывающих и, шире, базовых отраслей невозможно понять роль этих компаний в современной экономике, в обеспечении ее устойчивости и перспектив развития.

Прежде всего, необходимо вспомнить, что компании добывающей отрасли – это экономические гиганты, оперирующие масштабными финансовы-

ми ресурсами и, соответственно, оказывающие определяющее воздействие практически на все экономические процессы. Так, по итогам 2021 года «Газпром» получил чистую прибыль свыше 2 трлн руб.¹, а годовая чистая прибыль «Роснефти» по МСФО за тот же период составила рекордные для компании 883 млрд руб.² Выручка гиганта угледобычи и черной металлургии «EVRAZ» в 2020 году составила 770 млрд руб.³ И далеко не все эти деньги были направлены на выплату дивидендов и зарплату топ-менеджерам. Значительные суммы были или реинвестированы в расширение своего производства, или использованы для закупки необходимого оборудования у смежных отраслей, что дало им импульс для развития. Например, «Газпром» в целом по группе направил на инвестиции (то есть на развитие) 1,9 трлн руб.⁴

Также компании базовых отраслей являются крупнейшими работодателями, с зарплатами сотрудников выше среднего по стране. Например, «Норникель», согласно рейтингу лучших мировых работодателей «Forbes Global 2000. The World's Best Employers», занимал 36-е место среди 2000 ведущих мировых компаний по этому показателю, и был лидером среди российских компаний⁵. В 2019 году в группе «Газпром» было занято 473 800 человек, в «Роснефти» – 334 600, в «Сургутнефтегаз» – 112 795, в «Норникель» – 73 715 человек⁶.

Важно даже не только то, что компании обеспечивают работой большой контингент трудящихся, а то, что производственные мощности располагаются в глубинных регионах, где остро ощущаются ограниченные возможности заняться трудовой деятельностью на постоянной основе. Например, «Русал» разместил в Сибири активы по добыче угля, кварцитов, флюоритов, известняка, распространяя производство по территории страны и осваивая ее природные богатства. У «Газпрома» есть специальное дочернее подразделение с говорящим названием «ГазпромМежрегион», координирующее деятельность 50-ти подразделений.

Влияние добывающих компаний на экономику отнюдь не ограничивается экстенсивным, простран-

¹ «Газпром» назвал объем чистой прибыли по итогам года / Ведомости. 21 декабря 2021 г. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2021/12/21/901900-gazprom-nazval-obem-chistoi-pribili>

² «Роснефть» отчиталась о рекордах / Lenta.ru. Экономика. 11 февраля 2022 г. URL: <https://lenta.ru/news/2022/02/11/pribil/>

³ Evraz. Профиль компании / Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/profile/244793-evraz>

⁴ «Газпром» назвал объем чистой прибыли по итогам года / Ведомости. 21 декабря 2021 г. URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2021/12/21/901900-gazprom-nazval-obem-chistoi-pribili>

⁵ Forbes составил первый российский рейтинг лучших работодателей / РБК. 19 ноября 2019 г. URL: <https://www.rbc.ru/business/19/11/2019/5dd382e59a7947d4e4926f40>

⁶ Крупнейшие частные работодатели России – 2020 / Forbes. Бизнес. 21 сентября 2020 г. URL: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/409109-krupneyshie-chastnye-rabotodateli-rossii-2020>

ственным масштабированием. Эти компании отличаются широким спектром выпускаемой продукции. Например, «Русал», естественно, специализируется на выпуске алюминия. Но только в рамках этой позиции существует первичный алюминий, алюминий высокой чистоты, алюминиевый порошок, гранулы и т.д. И все это выпускают разные заводы, с разными технологическими процессами. А если добавить в линейку продукцию, которая считается для концерна конечной и отправляется потребителю – глинозем и бокситы (сырье), кремний, галлий и корунд – то умозаключения некоторых экспертов относительно «монопродуктивности» добывающих предприятий автоматически теряют смысл. В качестве дополнительного подтверждения можно уточнить, что «Русал» выпускает свою продукцию на 14-ти алюминиевых заводах, которые загружают работой еще и 4 фольгопрокатных предприятия группы. Сырье они получают из собственных источников – 11-ти глиноземных и 8-ми бокситных месторождений. Все упомянутые предприятия являются масштабными производственными комплексами.

Безнадёжно устарело и бытующее представление о «приземленности» продукции, выпускаемой базовыми отраслями. Достаточно сказать, что в структуре «Газпрома» есть дочернее подразделение «Газпром космические системы», а также специализированный исследовательский институт ВНИИГАЗ, нацеленный на разработку передовых технологий и конечных продуктов. «Русал», помимо собственного «Научно-технологического центра» (НТЦ), сотрудничает с 28 крупнейшими исследовательскими центрами, среди которых такие флагманы науки как «Санкт-Петербургский горный университет», «Объединенный институт высоких температур» РАН, «МГТУ им. Н.Э. Баумана». С 2002 по 2015 годы НТЦ выполнил техническое задание по 492-м исследовательским проектам с внедрением 81% полученных результатов. Компании, как правило, делятся результатами своих достижений с коллегами и смежными производствами, заботясь, в том числе, и о подготовке кадров. Так, «РН-БашНИПИ нефть» передала безвозмездно почти 500-та российским университетам академические лицензии на использование ИТ-продуктов, разработанных и принадлежащих компании.

Добывающие отрасли дают импульс развитию широкого спектра отраслей народного хозяйства, многие из которых находятся на острие научно-технического прогресса. Так, хорошо известный элемент кремний, являющийся продуктом добывающих предприятий, используется в металлургии, химическом и электротехническом производствах, незаменим при изготовлении солнечных батарей;

металл галлий (попутный при выплавке алюминия) и его соединения считаются перспективными для ИТ-технологии, солнечной энергетики; корунд (выпускаемый «Русалом») является абразивным материалом и применяется в огнеупорах.

Приводя в движение масштабное оборудование и капитальные средства, они выступают не только крупными потребителями продукции других отраслей, но и дают им задания на разработку и освоение материалов с заданными свойствами, повышая наукоемкость экономики. Так, «Роснефть» озадачила химическую промышленность разработкой специальных пластмасс, отличающихся повышенной коррозионостойкостью, особенно в агрессивных средах (например, в морской воде), сопротивляемостью к перепадам температур, повышенным механическим нагрузкам и стрессовым химическим воздействиям (смазочным материалам, кислому газу). То есть обладающими свойствами, отличающими их в выгодную сторону даже от традиционно применяемой в подобных случаях стали, не говоря о весовых характеристиках, что крайне важно при доставке объемного оборудования на дальние и труднодоступные объекты.

Пониманию современного значения базовых отраслей реального сектора препятствует пример развивающихся стран. Действительно, монокультурная структура экономики, например, африканских государств, приводится в качестве неопровержимой причины их экономических невзгод. Однако дело не только и даже не столько в монокультурности. Добывающие компании этих стран представляют иностранный капитал, работают на завезенном из-за рубежа оборудовании, а продукцию вывозят на экспорт в минимально обработанном виде, вследствие чего национальным бюджетам перепадают мизерные доходы. При такой организации трудно говорить о горнодобыче как о стимуляторе экономических процессов, способствующих социально-экономическому прогрессу.

Иное дело, когда добывающие производства принадлежат национальным компаниям, используют преимущественно отечественное оборудование (например, «Роснефть» на 90% укомплектована российскими средствами производства), создают разветвленную сеть рабочих мест и платят налоги в бюджет своей страны. Соответственно, такие корпорации становятся своеобразными центрами индустриального развития, причем с современными характеристиками, и играют роль флагманов научно-технического прогресса.

Широкое и глубокое воздействие добывающих отраслей на всю экономику позволило губернатору Ханты-Мансийского Автономного округа Наталье Комаровой в одном из интервью отметить, что «со-

временная нефтедобыча сравнима с освоением космоса»⁷.

Электронный облик добывающих отраслей

Казалось бы, достижения научно-технического прогресса и добывающие отрасли разделяет большая дистанция. Воображение с трудом соединяет тяжелое многотонное оборудование и изящные электронные гаджеты. Вместе с тем, горнодобывающие отрасли стали широким полем применения современных технологий. В немалой степени потому, что эти капиталоемкие и материалоемкие отрасли как никакие другие требуют наиболее рационального подхода к использованию своих фондов. Ведь даже небольшие просчеты в нерациональном распоряжении капитальными средствами оборачиваются крупными материальными потерями.

Так, цифровые технологии с высокой эффективностью применяются на всех стадиях – разведки месторождений и оценки их продуктивности, координации работы групп скважин на одном месторождении, прокачки готовой продукции по трубопроводам.

Добывающие отрасли ставят перед разработчиками цифровых технологий задачу по автоматизации процесса генерации необходимых для управления производством данных, чтобы на их основании «обучить» компьютеризованное промышленное оборудование принимать производственные решения, и при этом пользоваться разнородными и не всегда полными данными, полученными, например, с разных скважин. Задача сама по себе нетривиальная, и без цифровых технологий практически нерешаемая.

А ведь еще приходится учитывать требования безопасности труда, сейсмостойкости, экстремальных погодных условий и других «вводных». Понятно, что без грамотных программистов и мощной вычислительной базы современная горнодобыча существовать не может.

Сбор, контроль и анализ информации с последующим принятием решений на основе высокой доли автоматизации естественным образом сочетается телемеханизацией, что играет огромную роль в условиях территориальной разобщенности объектов, доступ к которым затрудняется климатическими и рельефными особенностями большинства месторождений. А это еще один обширный участок использования современных технологий.

В перспективе руководители горнодобывающих предприятий стремятся к достижению полной автоматизации всего цикла и спектра работ, которые включают разведку, разработку, добычу, переработку и транспортировку готовой продукции. Применение цифровых технологий позволяет получить экономию на всех этапах, не говоря о снижении простоев и аварий, которые сопряжены с крупными материальными потерями.

Экспорт – смена приоритетов

В докоронавирусные времена на продукцию топливно-добывающего комплекса приходилось до половины стоимости наших продаж на внешнем рынке. Далее, в большом отрыве, шли черные металлы (около 5%), удобрения, древесина, злаки (от 2% до 3% по каждой позиции). Так называемые высокотехнологические товары (электромашин, радио и электронное оборудование, и др.) приносили в экспортную копилку не более 1,5–2%⁸.

На этом основании делалось экспертное заключение о слабости нашего внешнеторгового потенциала и необходимости форсированного развития экспорто-ориентированных отраслей, развитии мощностей по глубокой переработке продукции добывающей промышленности.

Опровергать необходимость всестороннего развития внутренней экономики, особенно в условиях санкций, совершенно неразумно. Однако распространенное и укоренившееся мнение относительно культивирования специализированных экспортных отраслей, похоже, требует обновленных подходов.

Внешнеторговый обмен базируется не только на уникальности продукции, производимой в стране-экспортере, но и на так называемых «сравнительных издержках» на изготовление товаров в разных странах. Иными словами, шансы выгодно продать свой товар имеют те страны, которые производят этот товар более эффективно, с меньшими издержками. Российская горнодобыча, являющаяся высокотехнологичным производством, отвечает именно этому базовому условию (равно как и некоторые другие товары, пользующиеся спросом на международном рынке). Будут ли отвечать таким условиям продукты отраслей, созданных «по указке»? Ответ отнюдь не очевиден и не однозначен.

Если сырьевая продукция базируется на передовых технологиях, то и сам продукт со всеми основания-

⁷ Наталья Комарова ответила на вопросы журналистов в прямом эфире / МК.RU. 14.11.2021 г. URL: <https://ugra.mk.ru/social/2021/11/15/natalya-komarova-otvetila-na-voprosy-zhurnalistov-v-priyomom-efire.html>

⁸ По данным Росстата.

ми можно отнести к разряду высокотехнологичных. По крайней мере, по показателю внешнеторговой эффективности (отношению затрат на производство к полученной выручке). Кроме того, сырьевая продукция, при условии ее эффективного производства с позиций внешней торговли, обладает важным преимуществом перед готовыми изделиями высокотехнологичных отраслей. Топливо-сырьевые товары нужны практически всем и всегда, причем в возрастающих масштабах. Кроме того (что особенно важно в период перестройки глобальных экономических связей, изменения производственных цепочек и перемещения центра мирового развития в Юго-Восточную Азию), сырье достаточно легко перебросить с одного рынка на другой. Ведь потребность в нем существует практически постоянно.

Современные добывающие компании не ограничиваются продажей только своей традиционно отраслевой продукции, пусть и широкого спектра. Поскольку они являются высокотехнологичными, использующими цифровые методы организации производства, они предлагают уникальные образцы ИТ-продукции, готовые к практическому применению и способные повысить эффективность предприятий отрасли. Так, «Роснефть» недавно вывела на рынок 7 новых программных продуктов, разработанных специалистами компании, доведя общее количество предложений такого рода до 16-ти. «РН-Сигма», например, решает задачи геомеханического моделирования и анализа устойчивости ствола наклонно направленных и горизонтальных скважин. «РН-Геохим» помогает осуществлять геологическое моделирование и анализ месторождений с использованием трехмерных моделей.

Эти продукты свидетельствуют об активном внедрении новейших достижений математического моделирования. Причем не только в организации собственных производственных процессов – различные программы предлагаются добывающими компаниями в качестве самостоятельного продукта.

Небезынтересно узнать, что внешнеэкономическая деятельность добывающих компаний не ограничивается товарной торговлей, пусть и высокотехнологичной продукцией. Они практикуют и более продвинутое присутствие во внешнеэкономической сфере, что не всегда могут продемонстрировать фирмы, которые считаются передовыми в технологическом отношении. Так, алюминиевый гигант «Русал» разместил заводы по выпуску металла в Швеции и Нигерии, глинозем-

ные карьеры в Италии, а в Гвинее и на Ямайке – глиноземные и бокситные рудники.

ИТ-технология: перспективы есть

Аргументов, свидетельствующих о том, что современные базовые отрасли превратились в высокотехнологичные производственные комплексы, выполняющие роль двигателей экономики, достаточно. Но все-таки необходима оговорка. Все прогрессивные технологические качества эти отрасли приобретают благодаря «электронной начинке». Именно применение вычислительной техники, телекоммуникационного оборудования, искусственного интеллекта и математического моделирования преобразует добывающие производства. Поэтому данный компонент необходимо подвергнуть более пристальному вниманию. Без способности самостоятельно производить ИТ-оборудование бессмысленно говорить о реальной технологической безопасности и, в известной мере, о перспективах устойчивого социально-экономического развития.

Информационные технологии представляют комплекс отраслей и видов экономической деятельности, включающий широкий спектр активности – от разработки программного обеспечения, сбора и обработки данных до производства средств вычислительной и телекоммуникационной техники. В настоящее время на российском рынке в данной сфере доминируют зарубежные компании. Однако на фоне геополитических событий последних лет и внутриэкономических процессов отмечаются и положительные сдвиги в пользу наращивания собственного потенциала.

По данным НИУ ВШЭ, с 2010 по 2019 годы валовая добавленная стоимость продукции ИТ-комплекса увеличилась более чем вдвое и достигла 945 млрд руб. Прогресс был обусловлен активным ростом спроса российскими компаниями, внедряющими новинки научно-технического прогресса. Так, по итогам 2018 года, всего за год закупки программного обеспечения и услуг в этой сфере увеличились на 20%. Важен не только рост спроса на такие услуги и программную продукцию. Растет доля отечественного программного обеспечения в закупках программ. Сейчас она находится на уровне 25%, хотя еще совсем недавно едва превышала 20%⁹.

Причем увеличение доли отечественного оборудования обусловлено не «санкционным» давлением, вынуждающим обращаться к услугам отечественных разработчиков. Их продукция пользуется

⁹ Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2020. 112 с. URL: <https://issek.hse.ru/digec2020>

спросом на внешнем рынке, что неопровержимо свидетельствует о качестве и конкурентоспособности. С 2010 по 2018 годы экспорт компьютерных услуг увеличился в три раза, достигнув в 2018 году 4,1 млрд долл.¹⁰ (Стоит обратить внимание на то, что от продажи, например, меди и алюминия российские компании получают приблизительно по 5,5 млрд долл.).

Более того, на мировом рынке наша доля в продажах компьютерных услуг составляет 0,9% (на уровне, например, Италии и Дании, отраслевую структуру которых не принято считать отсталой). Одна треть нашего экспорта компьютерных услуг приходится на США, и по 7-8% – на Германию и Великобританию. При этом экспорт существенно превышает импорт – на 25%, в то время как еще в 2017 году наши зарубежные продажи и закупки были приблизительно равны¹¹.

Если в области программного обеспечения картина обнадеживающая, то в производстве собственных средств вычислительной техники использованы далеко не все возможности. Отчасти такое положение объясняется доминировавшей в течение достаточно продолжительного времени доктриной глобализации, ориентированной на развитие внешнеэкономических связей, нередко в ущерб самообеспеченности и экономической безопасности.

В настоящее время экономическая политика в отношении отраслей стратегического значения (а IT-технологии, безусловно, входят в их число) коренным образом изменилась. Достаточно вспомнить недавние решения правительства по стимулированию бизнеса на этом направлении – освобождение от налога на прибыль, льготное кредитование, ипотека для молодых специалистов и некоторые другие. К тому же, государственным учреждениям и государственным компаниям пред-

писано перейти на использование отечественного оборудования¹² (в настоящее время – до 50%, а к 2023 году до 70%; при этом «отечественной» продукцией считается только та, которая произведена на заводах с высокой степенью локализации, а приобретение иностранной продукции запрещено, если существует отечественный аналог).

Соответственно, есть все основания полагать, что стимулирующие инициативы будут результативными. Ведь действовать они будут на освободившихся от присутствия иностранных компаний бизнес-площадках. Иными словами, в качественно иных условиях – при возросшем спросе, стимулирующей политике и свободной нише. Можно сказать, условия практически идеальные для бизнеса, обрекающие IT-компании и в целом всю отрасль на успех.

Выводы

Что будет? Ответ на этот вопрос волнует всех без исключения. Прогнозы всегда считались делом неблагодарным. Вряд ли кто-то возьмется дать точный прогноз, особенно сейчас, в эпоху не только фундаментальных переломов, но и текущей турбулентности с серьезной политической составляющей.

Наверняка можно утверждать только то, что у России есть прочный фундамент, чтобы рассчитывать на устойчивое развитие, в минимальной степени зависящее от внешних факторов, включая так называемые санкции.

Все зависит от того, как мы распорядимся этим потенциалом. Иными словами, от экономического курса, направленного на укрепление собственного производственного аппарата с рабочими местами и достойной заработной платой. Эффективная динамичная экономика – это путь к решению социальных проблем и повышению авторитета в области международных отношений.

Список источников

1. Оболенский В.П. Внешняя торговля России: содействие процессам воспроизводства // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 9. С. 7–12. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41186379>
2. Миловидов В.Д. Инновации, устойчивый рост и энергетика: возможен ли цивилизационный рывок // Форсайт. 2019. Т. 13. № 1. С. 62–68. <http://doi.org/10.17323/2500-2597.2019.1.62.68>
3. Терехов А.Н., Ткаченко С.Л. Политическая экономия информационно-коммуникационных технологий: место России на глобальном рынке; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 312 с. <http://doi.org/10.17323/978-5-7598-1914-1>

¹⁰ Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневский, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2020. 112 с. URL: <https://issek.hse.ru/digec2020>

¹¹ Там же.

¹² Госорганы обяжут закупать отечественное телекоммуникационное оборудование / Хабр. 25.04.2019 г. URL: <https://habr.com/ru/news/t/449456/>

4. Розанова Н.М. Конкуренция сегодня: процесс или результат? // *Мировая экономика и международные отношения*. 2021. Т. 65. № 8. С. 5–13. <http://doi.org/10.20542/0131-2227-2021-65-8-5-13>
5. Телегина Е.А. Энергетический переход и постковидный мир // *Мировая экономика и международные отношения*. 2021. Т. 65. № 6. С. 79–85. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2021-65-6-79-85>
6. Березной А.В. Глобальные нефтегазовые корпорации в погоне за технологическим превосходством // *Мировая экономика и международные отношения*. 2021. Т. 65. № 5. С. 59–67. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2021-65-5-59-67>

Статья поступила в редакцию 28.02.2022; одобрена после рецензирования 11.03.2022; принята к публикации 20.03.2022

Об авторе:

Беляев Михаил Кимович, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, д. 49), Рамблер, финансовый аналитик, кандидат экономических наук, beliaevmike@rambler.ru

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

References

1. Obolenskiy V.P. Foreign trade of Russia: facilitating production processes. *Russian Foreign Economic Journal*. 2019; 9:7–12 (In Russ.)
2. Milovidov V. Innovation, Sustainable Growth, and Energy: Is Leap Forward for Civilization Possible? *Foresight and STI Governance*. 2019; 13(1):62–68. <http://doi.org/10.17323/2500-2597.2019.1.62.68> (In Eng.)
3. Terekhov A.N., Tkachenko S.L. Political Economy of Information and communication technologies: Russia's Place in the global Market; National research University "Higher School of Economics". Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics, 2019. 312 p. <http://doi.org/10.17323/978-5-7598-1914-1> (In Russ.)
4. Rozanova N.M. Contemporary Competition: Process or Result? *World Economy and International Relations*. 2021; 65(8):5–13. <http://doi.org/10.20542/0131-2227-2021-65-8-5-13> (In Russ.)
5. Telegina E.A. Energy Transition and Post-COVID World. *World Economy and International Relations*. 2021; 65(6):79–85. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2021-65-6-79-85> (In Russ.)
6. Bereznai A.V. Global Oil & Gas Corporations in the Race for Technological Superiority. *World Economy and International Relations*. 2021; 65(5):59–67. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2021-65-5-59-67> (In Russ.)

The article was submitted 28.02.2022; approved after reviewing 11.03.2022; accepted for publication 20.03.2022

About the author:

Mikhail K. Belyaev, Financial University under the Government of the Russian Federation (49, Leningradsky Prospekt, Moscow, 125993, Russia), Rambler, Financial analyst, Candidate of Economic Sciences, beliaevmike@rambler.ru

The author read and approved the final version of the manuscript.

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ И ЧИТАТЕЛЕЙ

Правила для авторов журнала **МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)** составлены на основе «Белой книги Совета научных редакторов о соблюдении принципов целостности публикаций в научных журналах. Обновленная версия 2012 г.» (CSE's White Paper on Promotion Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update), представленной на ресурсах Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ).

Все статьи журнала «МИР (Модернизация. Инновации. Развитие)» находятся в открытом доступе – на сайте издания (<http://www.mir-nayka.com>), в Научной электронной библиотеке (<http://elibrary.ru>) и прочих наукометрических ресурсах. Допускается свободное воспроизведение материалов журнала в личных целях и свободное использование в информационных, научных, учебных или культурных целях в соответствии со ст. 1273 и 1274 гл. 70 ч. IV Гражданского кодекса РФ. Иные виды использования возможны только после заключения соответствующих письменных соглашений с правообладателем.

Редакционная политика журнала базируется на современных юридических требованиях в отношении авторского права, поддерживает Кодекс этики научных публикаций, сформулированный Комитетом по этике научных публикаций (COPE), строится с учетом Декларации Сараево по целостности и видимости научных публикаций и Декларации «Этические принципы научных публикаций», принятой Ассоциацией научных редакторов и издателей (АНРИ). Требования соблюдения публикационной этики при подготовке и издании Журнала касаются всех участников редакционно-издательского процесса – авторов, редакторов, рецензентов, членов редколлегии, учредителя и издателя.

Все статьи проверяются на плагиат. В случае обнаружения заимствований редакция действует в соответствии с правилами COPE.

Рукописи, поступившие в редакцию журнала, проходят обязательное двустороннее анонимное («двойное слепое») рецензирование (рецензент и автор не знают имен друг друга). При принятии решения о публикации единственным критерием является качество работы – оригинальность, важность и обоснованность результатов, ясность изложения. На основании анализа статьи принимается решение о рекомендации ее к публикации (без доработки или с доработкой), либо об отклонении. В случае несогласия автора статьи с замечаниями рецензентов его мотивированное заявление рассматривается редакционной коллегией.

Статьи в журнале публикуются после получения положительных рецензий.

Стоимость возмещения редакционно-издательских затрат (редакторской обработки) составляет от пятнадцати тысяч рублей, в зависимости от необходимого объема работы с конкретной статьей. Без возмещения затрат за редакционно-издательские услуги (за счет средств редакции) публикуются материалы авторов, специально приглашенных редакционной коллегией (главным редактором).

Общие правила публикации (подробнее см. <http://www.mir-nayka.com>):

Авторы гарантируют, что статья является оригинальным произведением, и они обладают исключительными авторскими правами на нее. Все Авторы обязаны раскрывать в своих рукописях финансовые или другие существующие конфликты интересов, которые могут быть восприняты как оказавшие влияние на результаты или выводы, представленные в работе.

При подаче статьи Авторы соглашаются с положениями предоставляемого редакцией Авторского договора.

Для публикации научной статьи Авторы должны надлежащим образом оформить и представить в электронном виде необходимые материалы: рукопись статьи и сопроводительные документы к ней. Рукописи должны быть оформлены строго в соответствии с «Правилами оформления рукописи научной статьи», представленными на сайте журнала, тщательно структурированы, выверены и отредактированы Авторами.

Структура статьи (подробнее см. <http://www.mir-nayka.com>):

1. Коды УДК и международного классификатора JEL.
2. ФИО авторов и аффилиация *(на русском и английском языках)*.
3. Название статьи – не более 10-ти слов *(на русском и английском языках)*.
4. Аннотация – не менее 200–250 слов; должны быть четко обозначены следующие составные части *(на русском и английском языках)*:
 - 1) Цель (Purpose);
 - 2) Метод или методология проведения работы (Methods);
 - 3) Результаты работы (Results);
 - 4) Выводы (Conclusions and Relevance).
5. Ключевые слова – 5–10 слов *(на русском и английском языках)*.
6. Благодарности / Признательность *(на русском и английском языках)*.
7. Конфликт интересов *(на русском и английском языках)*.
8. Основной текст статьи – излагается в определенной последовательности с соответствующими подзаголовками *(на русском и английском языках)*:
 - 1) Введение (Introduction) – 1–2 стр.;
 - 2) Обзор литературы и исследований (Literature Review) – 1–2 стр.;
 - 3) Материалы и методы (Materials and Methods) – 1–2 стр.;
 - 4) Результаты исследования (Results) – основной раздел, сопровождается иллюстрациями (таблицами, графиками, рисунками);
 - 5) Выводы (Conclusions and Relevance).
9. Список источников – для оригинальной научной статьи не менее 25–30 источников, для научного обзора не менее 50–80 источников *(на русском и английском языках)*.
10. Вклад соавторов *(на русском и английском языках)*.

Более подробная информация о журнале для авторов и читателей:

<http://www.mir-nayka.com>

INFORMATION FOR AUTHORS AND READERS OF THE JOURNAL

Rules for the authors of the journal “MIR (Modernization. Innovation. Research)” are based on the “Cases White Paper on Promotion Integrity in Scientific Journal Publications, 2012 Update”, presented on the resources of the Association of Science Editors and Publishers (ASEP).

All articles of the journal are publicly available – on the websites of the journal and the Scientific Electronic Library (<http://elibrary.ru>). A free reproduction of material of the journal for personal use and a free using of material of the journal for information, research, educational or cultural purposes are permitted in accordance with Art. 1273–1274 of Ch. 70 of Part IV of the Civil Code of the Russian Federation. Other variants of using are only possible after the signing of appropriate agreements with the copyright holders (the management of the journal and the authors of the articles of the journal).

The Journal's Editorial Board policy is based on modern legal requirements for copyright, supports the Code of Publication Ethics, formulated by the Committee on Publication Ethics (COPE), and is based on the Sarajevo Declaration on Integrity and Visibility of Scholarly Publications and the Declaration on the Ethical Principles of Scientific Publications, adopted by the Association of Scientific Editors and Publishers. The requirements of compliance with publication ethics in the preparation and publication of the Journal concern all participants of the editorial and publishing process – authors, editors, reviewers, members of the Editorial Board, Founder and Publisher.

All articles are checked for plagiarism. If plagiarism is identified, the COPE guidelines on plagiarism will be followed.

Decisions on the publication of articles are made on the basis of the “double-blind peer-review”. This means that during the process of reviewing, personal data of reviewers and authors shall be withheld. Each article is reviewed by two acknowledged specialists in the subject matter. The criteria of quality of manuscript are originality, significance of the results and its validity, clarity of text. If the author is a supporter of any socio-political movement or adherent of any religion and this fact is reflected in his / her article, it has no effect on the results of reviewing of the article. The Editorial Board informs an author about accept the article for publication. The Editorial Board sends to author comments from reviewers and editors. In accordance with the remarks author should edit the article. In case of rejection, the editorial Board sends the author a reasoned refusal.

Articles are published in the journal after being approved by the reviewers. The journal has Article Processing Charges (APC) which start at 15 000 rubles, depending on the necessary amount of labor for the particular article. Exempt of APC are the materials of the authors specially invited by the editorial Board (editor-in-chief).

General Publishing Rules (<http://www.mir-nayka.com>):

To publish a scientific article, the author(s) should submit a manuscript and other needed documents in exact accordance with the following requirements. The Editorial Board reserves the right to reject works that do not conform to the journal's publishing rules.

The authors shall guarantee that the submitted manuscript is the original work and all copyrights on it belong to him / her. The author transfers the rights on using the manuscript the publisher. All authors should disclose in their manuscript any financial or other substantive conflict of interest that might be construed to influence the results or interpretation of their manuscript. All sources of financial support for the project should be disclosed.

The author agrees to the terms of the enclosed Authors Agreement by submission of the article.

The Editorial Board does request authors of manuscripts submit them only after carefully editing. All authors' ideas should be clearly and consistently structured.

The structure of article (<http://www.mir-nayka.com>):

1. A code of UDC and a code of JEL classification system.
2. A full name of author, ORCID, ResearcherID, Scopus ID; academic degrees and titles; a place of work(s) / study with indication of the position(s) / course and specialization(s); an address and a telephone of organization.
3. A heading of the article.
4. An abstract (not less than 250 words): it should be correctly structured and include the following sections:
 - 1) Purpose;
 - 2) Methods of research;
 - 3) Results;
 - 4) Conclusions and Relevance.
5. Keywords (up to 10 words).
6. Acknowledgements.
7. Conflict of Interest.
8. A text of article: it must contain sections with such headings as:
 - 1) Introduction;
 - 2) Literature Review;
 - 3) Materials and Methods;
 - 4) Results;
 - 5) Conclusions and Relevance.
9. A list of references. We recommend using of not less than 25–30 sources in an original research article, and not less than 50–80 in scientific review.
10. Contribution of Authors.

Detailed information about the journal for authors and readers:

see <http://www.mir-nayka.com>

