

ВЕСТНИК ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

ISSN 2500-2775 (online)

Серия «Экономика»



2026

**Выпуск
3 (69)**

ISSN 2500-2775 (online)

ВЕСТНИК

ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО

УНИВЕРСИТЕТА

Серия «Экономика»

Вып. 3 (69)

2026

Научный журнал

Издается с 2000 года

Журнал зарегистрирован в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации
27.05.2016 г. как электронное сетевое издание

Учредитель ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

А. А. Малыгин, д-р пед. наук
(*председатель*) (Иваново)

В. Н. Егоров, д-р экон. наук (Иваново)

А. Б. Берендеева, д-р экон. наук
(Иваново)

В. И. Куликов, д-р экон. наук (Иваново)

Р. С. Ибрагимова, д-р экон. наук
(Иваново)

Л. В. Михеева
(*ответственный секретарь*) (Иваново)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ «ЭКОНОМИКА»:

Е. Е. Иродова, д-р экон. наук
(*главный редактор*) (Иваново)

У. Ж. Алиев, д-р экон. наук
(Республика Казахстан)

Н. А. Амосова, д-р экон. наук (Москва)

В. А. Гордеев, д-р экон. наук (Ярославль)

П. Н. Захаров, д-р экон. наук
(Н. Новгород)

П. С. Лемещенко, д-р экон. наук
(Республика Беларусь)

А. И. Новиков, д-р экон. наук
(Владимир)

А. А. Чуб, д-р экон. наук (Москва)

Ю. А. Анисимова, канд. экон. наук
(Тольятти)

И. В. Курникова, канд. экон. наук
(Иваново)

С. Г. Езерская, канд. экон. наук
(Иваново)

С. Г. Коновалова
(*ответственный секретарь*) (Иваново)

Адрес редакции:

153025 Ивановская обл., г. Иваново,
ул. Тимирязева, 5.
Тел./факс: (4932) 93-85-57.
E-mail: politeconom@yandex.ru

Электронная копия журнала размещена
на сайтах www.elibrary.ru,
www.ivanovo.ac.ru

© ФГБОУ ВО «Ивановский
государственный университет», 2026

ISSN 2500-2775 (online)

IVANOVO STATE UNIVERSITY BULLETIN

Series «Economics»

Issue 3 (69)

2026

Scientific journal

Issued since 2000

The journal is registered at the National ISSN Agency of the Russian Federation
on 27.05.2016 as an electronic online publication

Founded by Ivanovo State University

EDITORIAL COUNCIL:

A. A. Malygin, Doctor of Pedagogical Sciences (*Chairman*) (Ivanovo)
V. N. Egorov, Doctor of Economics (Ivanovo)
A. B. Berendeeva, Doctor of Economics (Ivanovo)
V. I. Kulikov, Doctor of Economics (Ivanovo)
R. S. Ibragimova, Doctor of Economics (Ivanovo)
L. V. Mikheeva (*Secretary-in-Chief*) (Ivanovo)

EDITORIAL BOARD OF THE SERIES «ECONOMICS»:

E. E. Irodova, Doctor of Economics (*Editor-in-Chief*) (Ivanovo)
U. Zh. Aliev, Doctor of Economics (Kazakhstan)
N. A. Amosova, Doctor of Economics (Moscow)
V. A. Gordeev, Doctor of Economics (Yaroslavl)
P. N. Zakharov, Doctor of Economics (N. Novgorod)
P. S. Lemeshchenko, Doctor of Economics (Republic of Belarus)
A. I. Novikov, Doctor of Economics (Vladimir)
A. A. Chub, Doctor of Economics (Moscow)
Yu. A. Anisimova, Candidate of Economics (Tolyatti)
I. V. Kurnikova, Candidate of Economics (Ivanovo)
S. G. Ezerskaya, Candidate of Economics (Ivanovo)
S. G. Konovalova
(*Executive Secretary*) (Ivanovo)

Address of the editorial office:

153025, Ivanovo region, Ivanovo,
Timiryazev str., 5.
Tel./fax: (4932) 93-85-57.
E-mail: politeconom@yandex.ru

Electronic copy of the journal can be found
on the web-sites www.elibrary.ru,
www.ivanovo.ac.ru

© Ivanovo State University, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Колонка главного редактора</i>	<i>5</i>
---	----------

МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Круглова А. П. Современные тенденции развития инструментов и методов сегментации рынка.....	7
--	----------

НАЦИОНАЛЬНАЯ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Суханова М. А. Ситуация на мировом рынке кондитерских изделий 2020–2025 гг.: тенденции развития	17
--	-----------

РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Клюзина С. В., Пронина А. М., Стоянова Т. А. Анализ индикаторов инновационного развития регионов Центрального федерального округа	26
Лобанова К. Е., Здрожай Е. С., Берендеева А. Б. Реализация программы «5 шагов для городов» на примере Московской и Ивановской областей	40

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ**

Игнатьев С. С., Иродова Е. Е. Сравнительный анализ кластерной и экосистемной моделей развития промышленных предприятий	50
---	-----------

ФИНАНСЫ И БАНКОВСКОЕ ДЕЛО

Балабанова Н. В., Валинурова А. А., Валинурова К. Т. Разработка рекомендаций к рекламной деятельности банка – лидера рынка	58
---	-----------

ЭКОЛОГИЯ И ЭКОНОМИКА

Джумашалиева А. У., Чортомбаев У. Т. Экономическая эффективность инвестиций в охрану окружающей среды и рациональное природопользование: опыт Кыргызской Республики.....	71
Джумашалиева А. У., Чортомбаев У. Т. Анализ отечественных и зарубежных инвестиций в экологический сектор Кыргызской Республики.....	84

<i>Сведения об авторах</i>	<i>98</i>
----------------------------------	-----------

<i>Информация для авторов журнала «Вестник Ивановского государственного университета»</i>	<i>101</i>
---	------------

CONTENTS

<i>An editorial</i>	5
---------------------------	---

METHODOLOGY OF ECONOMIC RESEARCH

Kruglova A. P. Modern trends in the development of market segmentation tools and methods	7
---	---

NATIONAL AND GLOBAL ECONOMY

Sukhanova M. A. Situation on the world market of pastry in 2020–2025: development trends	17
---	----

REGIONAL AND MUNICIPAL ECONOMY

Klyuzina S. V., Pronina A. M., Stoyanova T. A. Analysis of Innovation Development Indicators in the Regions of the Central Federal District	26
Lobanova K. E., Zdrozhai E. S., Berendeeva A. B. Implementation of the program «5 steps for cities» on the example of the Moscow and Ivanovo regions	40

**MODERN PROBLEMS OF ECONOMICS AND MANAGEMENT
OF ENTERPRISES, INDUSTRIES, COMPLEXES**

Ignatiev S. S., Irodova E. E. Comparative analysis of cluster and ecosystem models of industrial enterprise development	50
--	----

FINANCE AND BANKING

Balabanova N. V., Valinurova A. A., Valinurova K. T. Developing recommendations for the advertising activities of the market leader bank	58
---	----

ECOLOGY AND ECONOMICS

Dzhumashalieva A. U., Chortombaev U. T. Economic efficiency of investments in environmental protection and rational use of natural resources: the experience of the Kyrgyz Republic	71
Dzhumashalieva A. U., Chortombaev U. T. Analysis of domestic and foreign investments in the environmental sector of the Kyrgyz Republic	84

<i>Information about the authors</i>	98
--	----

<i>Information for the authors of «Ivanovo State University Bulletin»</i>	101
---	-----

Колонка главного редактора

В рамках текущего номера Вестника ИвГУ, серия «Экономика» хотелось бы особо подчеркнуть актуальность новых проблем, которые находятся в активной разработке нашими молодыми авторами – аспирантами, магистрантами. В числе таких новых тем применение экосистемного подхода в формате деятельности промышленного предприятия. Актуальность проблемы действительно крайне высока в силу целого комплекса причин. Безусловное усложнение внешней среды предполагает тот факт, что в эпоху геополитической нестабильности, санкционных ограничений и быстрых технологических сдвигов изолированное предприятие весьма уязвимо. Например, сбой в цепочке поставок или резкий change в запросах рынка бьёт по нему сильнее и все это перерастает в серьезные угрозы. В формате экосистемного подхода акцент делается на смещение предприятия в центр целой системы поддержки: сеть партнёров, таких как поставщики, подрядчики, научные центры, логистические компании, обеспечивают синергетический эффект: диверсификация рисков и суммирование возможностей для роста. Объективные процессы цифровой трансформации, в частности четвёртая промышленная революция – Индустрия 4.0 и движение в направлении Индустрии 5.0 превратили цифровые технологии в некую норму жизни. Экосистема по существу выполняет роль среды, в рамках которой посредством общих цифровых платформ: IoT, облачных решений, аналитики больших данных участники эффективно обмениваются информацией, координируют действия и совместно внедряют инновации. Все это позволяет снизить транзакционные издержки и ускорить выход на рынок новых продуктов. В обществе и экономике сформировался актуальный «Запрос на устойчивое развитие», в рамках которого регуляторы всё более акцентируют внимание на экологических и социальных аспектах бизнеса. В частности, экосистемный подход помогает решать задачи «зелёной» экономики, если предположить, например, что в формате промышленного симбиоза отходы одного предприятия становятся ресурсом для другого, повышая тем самым ресурсоэффективность и снижая нагрузку на окружающую среду. А кроме того важно понимать, что в такой модели в целом гораздо проще учитывать интересы разных стейкхолдеров, таких как местные сообщества и государственные органы, обеспечивая при этом баланс экономических, социальных и экологических целей. Следующим вызовом выступает необходимость ускоренных инноваций. В настоящее время становится совершенно очевидным, что разрабатывать всё с нуля дорого и долго, поскольку цикл внедрения новых технологий сокращается; в рамках же экосистемы предприятиям удастся значительно быстрее перенимать лучшие практики, совместно финансировать НИОКР и коммерциализировать идеи. Принимая в расчет задачи технологического суверенитета, для целого ряда стран, и прежде всего для России, формирование локальных промышленных экосистем позволит снизить зависимость от зарубежных компонентов, технологий и выстроить замкнутые контуры: от разработки до производства и сервиса. Практически это будет означать, что предприятие не просто ищет подрядчиков,

а встраивается в сеть, где все участники взаимно усиливают друг друга. Например, в фармацевтике экосистема позволяет диверсифицировать риски цепей поставок за счёт пула разных поставщиков активных фармацевтических субстанций. Безусловно, присутствуют и вызовы, а в целом, построение экосистемы требует высокого уровня доверия, согласованности целей, а также решения вопросов управления. Объективно оценивая все плюсы и минусы, данный подход можно рассматривать в качестве мощного аналитического и прикладного инструмента для повышения устойчивости, гибкости и инновационности промышленных предприятий в современных условиях. Приглашаем всех заинтересованных лиц к научной дискуссии в рамках данной проблемы и тех исследовательских тем, которые поднимают авторы в текущем номере издания.

Е. Е. Иродова,
доктор экономических наук, профессор

МЕТОДОЛОГИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

УДК 330.1:330.8

А. П. Круглова

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНСТРУМЕНТОВ И МЕТОДОВ СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции развития инструментов и методов сегментации рынка в условиях цифровой трансформации экономики. Анализируются причины кризиса традиционных подходов к сегментации, основанных на демографических и географических признаках. Исследуются возможности применения алгоритмов машинного обучения для обработки неструктурированных данных. Особое внимание уделяется феномену микросегментации и риску гиперсегментации, а также этическим и регуляторным ограничениям, связанным с защитой персональных данных. Формулируются ключевые задачи дальнейшего совершенствования сегментационных подходов.

Ключевые слова: сегментация рынка, микросегментация, гиперсегментация, неструктурированные данные, машинное обучение, искусственный интеллект, защита персональных данных, GDPR, bigdata, маркетинговые стратегии.

A. P. Kruglova

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MARKET SEGMENTATION TOOLS AND METHODS

Abstract. The article examines current trends in the development of market segmentation tools and methods in the context of digital economic transformation. The reasons for the crisis of traditional segmentation approaches based on demographic and geographic characteristics are analyzed. The possibilities of using machine learning algorithms for processing unstructured data are explored. Special attention is paid to the phenomenon of micro-segmentation and the risk of hyper-segmentation, as well as to ethical and regulatory restrictions related to personal data protection. The key tasks for further improvement of segmentation approaches are formulated.

Key words: market segmentation, micro-segmentation, hyper-segmentation, unstructured data, machine learning, artificial intelligence, personal data protection, GDPR, big data, marketing strategies.

Цифровая трансформация экономики привела к фундаментальным изменениям во всех сферах бизнеса, и маркетинг не стал исключением. На протяжении десятилетий сегментация рынка – процесс разделения потребителей на однородные группы для более точного таргетирования и персонализации предложений – оставалась одним из ключевых элементов маркетингового планирования. Традиционные подходы, основанные на демографических,

географических и социально-экономических характеристиках потребителей, служили надёжной основой для разработки маркетинговых стратегий. Однако сегодня эти подходы демонстрируют снижение эффективности.

Причины кризиса традиционной сегментации многообразны. Во-первых, усложнилось само потребительское поведение: современный покупатель стал менее предсказуемым, его решения в значительной степени зависят от контекста и ситуации. Во-вторых, произошёл взрывной рост доступности больших данных (BigData), которые генерируются в результате цифровой активности потребителей. В-третьих, активно внедряются технологии искусственного интеллекта (ИИ), открывающие новые возможности для анализа данных, но одновременно создающие новые вызовы для маркетологов.

Актуальность темы исследования определяется необходимостью переосмысления методологических основ сегментации в новых экономических реалиях. Традиционные критерии, такие как пол, возраст, доход и место жительства, перестают быть достаточными для прогнозирования реального покупательского поведения. В то же время современные технологии открывают беспрецедентные возможности для анализа потребительских данных, но порождают новые проблемы, связанные с экономической эффективностью и этическими ограничениями.

Цель настоящей статьи – выявить и проанализировать современные тенденции развития инструментов и методов сегментации рынка, определить ключевые проблемы, с которыми сталкиваются компании при их внедрении, и предложить направления дальнейшего совершенствования сегментационных подходов.

Эволюция подходов к сегментации: от массового маркетинга к персонализации

Исторически маркетинг прошёл несколько этапов, каждый из которых характеризовался определённым подходом к сегментации потребителей. На этапе массового маркетинга компании стремились охватить максимально широкую аудиторию с одним предложением. Затем пришла эпоха целевого маркетинга, когда компании начали выделять отдельные сегменты потребителей со схожими потребностями. Современный этап характеризуется стремлением к персонализации – адаптации предложения под нужды конкретного потребителя [10, 11].

Традиционная сегментация базируется на предположении, что потребители с одинаковыми демографическими характеристиками будут вести себя сходным образом [1, 2]. Однако исследования показывают, что это предположение всё чаще оказывается неверным. Один и тот же человек в разных контекстах может демонстрировать принципиально разное поведение.

Например, молодой специалист с доходом выше среднего может приобретать премиальную технику для себя, выбирать бюджетные подарки для друзей и экономить при покупке продуктов повседневного спроса. Традиционная сегментация, основанная на статических признаках, не способна уловить эти ситуационные различия и адаптировать маркетинговые предложения к конкретному контексту.

По данным исследований, до 70 % покупательского поведения обусловлено ситуационными факторами, а не устойчивыми характеристиками потребителя. Это означает, что даже самый точный демографический портрет целевой аудитории не гарантирует эффективности маркетинговых кампаний.

Цифровая среда создала новые каналы влияния на потребительские решения. Социальные сети, блоги, рекомендательные системы, отзывы и рейтинги формируют сложные нелинейные траектории принятия решений, которые не могут быть описаны простыми линейными моделями.

Современный потребитель может увидеть рекламу в социальных сетях, через неделю прочитать отзыв на маркетплейсе, через месяц посмотреть обзор в интернете, получить рекомендацию от друга в мессенджере и только после этого совершить покупку. Или же он может купить спонтанно под влиянием эмоций от вирусного видео. Или вовсе отказаться от покупки из-за одного негативного комментария в Telegram-канале.

Исследования показывают, что современный потребитель взаимодействует с брендом в среднем через 7–10 точек касания перед совершением покупки, и лишь небольшая часть этих взаимодействий инициируется самим брендом. Это создаёт новые вызовы для маркетологов, которым необходимо отслеживать и анализировать поведение потребителей на всём протяжении их пути к покупке.

Потребительские предпочтения меняются быстрее, чем компании успевают проводить традиционные маркетинговые исследования. Запуск опроса, сбор данных, анализ и разработка стратегии могут занимать месяцы. За это время потребительские тренды успевают смениться несколько раз.

Тренды в социальных сетях сменяются за недели. Новые инфлюенсеры появляются ежедневно. Вирусные продукты взлетают за сутки. В этих условиях традиционная сегментация, ориентированная на статические характеристики, оказывается безнадежно устаревшей ещё до того, как маркетинговые решения на её основе начинают реализовываться.

Таким образом, возникает объективная необходимость перехода от статических характеристик к динамическим моделям, учитывающим контекст и поведенческие паттерны потребителей в реальном времени. Это требует использования новых инструментов сбора и анализа данных, а также пересмотра методологических основ сегментации.

Технологическая трансформация инструментов сегментации

Цифровая трансформация экономики привела к кардинальному изменению характера доступной для анализа информации. Современная цифровая среда генерирует огромные массивы неструктурированных данных, которые традиционные статистические методы обрабатывать не способны.

Структурированные данные – это информация, которая легко помещается в таблицы: возраст, пол, доход, город. С ними легко работать, они поддаются стандартным статистическим методам. Неструктурированные данные – это всё остальное, и их объём растёт экспоненциально. По оценкам аналитиков, общий объём создаваемых данных в мире достиг 64,2 зеттабайта в 2020 году и продолжает стремительно расти, при этом более 80 % этих данных являются неструктурированными [3].

Основные виды неструктурированных данных, используемых в современной сегментации:

1) **Цифровые следы поведения** – история посещений сайтов, поисковые запросы, время, проведенное на странице, последовательность кликов. Каждое действие пользователя в интернете оставляет цифровой след, который может быть проанализирован.

2) **Активность в социальных сетях** – лайки, репосты, комментарии, подписки, сохранённые посты, участие в обсуждениях. Эти данные показы-

вают, что интересует потребителя, с кем он согласен, какие ценности разделяет.

3) **Геолокационные данные** – места посещения, частота, время, маршруты передвижения. Геолокация может рассказать о привычках, работе, хобби, образе жизни потребителя.

4) **Транзакционная активность** – история покупок, частота, суммы, категории товаров, время совершения покупок, используемые способы оплаты.

5) **Текстовые данные** – отзывы, обращения в поддержку, комментарии, посты в блогах, сообщения в чатах. Это самый богатый источник информации о мнениях, эмоциях и мотивах потребителей.

6) **Мультимедийный контент** – фотографии и видео, которые публикуют пользователи. Визуальный контент может рассказать об образе жизни, интересах, ценностях, социальном статусе потребителя.

Традиционные статистические методы, такие как корреляционный и регрессионный анализ, не приспособлены для работы с неструктурированными данными. На первый план выходят алгоритмы машинного обучения, которые позволяют выявлять скрытые закономерности и формировать сегменты на основе комплексного анализа множества факторов [6, 7].

Ключевые методы машинного обучения, применяемые в современной сегментации:

1) **Кластеризация** – алгоритмы, которые автоматически находят группы похожих объектов в данных. Самые известные методы – K-means, иерархическая кластеризация, DBSCAN. Кластеризация позволяет выявлять сегменты, которые не были заданы исследователем априори. Например, на основе анализа транзакционных данных алгоритм может выделить сегмент «покупатели, которые приобретают товары для новорождённых», даже если исследователь изначально не предполагал существование такого сегмента [8, 12].

2) **Нейросетевые модели** – позволяют выявлять сложные, нелинейные зависимости, которые невозможно обнаружить другими методами. Глубокие нейронные сети особенно эффективны при работе с мультимедийным контентом. Например, нейросети могут анализировать фотографии, которые пользователи публикуют в социальных сетях, и на основе визуального контента делать выводы об их образе жизни и интересах.

3) **Методы обработки естественного языка (NLP)** – необходимы для анализа текстовых данных: отзывов, комментариев, постов. NLP позволяет не только понять, что написал пользователь, но и определить тональность (положительную, отрицательную, нейтральную) и эмоциональную окраску сообщения. Современные большие языковые модели (LLM), такие как GPT, способны анализировать тексты с глубиной, недоступной традиционным методам.

4) **Анализ временных рядов** – позволяет выявлять динамические паттерны в поведении потребителей, прогнозировать будущие действия на основе исторических данных. Например, анализируя историю покупок, можно предсказать, когда потребитель с большой вероятностью совершит следующую покупку [13].

Несмотря на очевидные преимущества, внедрение новых методов анализа данных сопряжено с рядом сложностей.

Кадровый дефицит. Требуются специалисты с двойной компетенцией – они должны понимать маркетинг (сегментацию, позиционирование, воронку продаж) и одновременно владеть анализом данных (программирование

на Python, работа с базами данных, построение моделей машинного обучения). Таких специалистов на рынке крайне мало. Университеты только начинают готовить такие кадры, а спрос уже многократно превышает предложение.

ИТ-инфраструктура. Для работы с большими данными нужна соответствующая инфраструктура. Необходимы серверы для хранения данных, системы для их сбора и обработки в реальном времени, инструменты для визуализации и анализа. Создание такой инфраструктуры требует значительных инвестиций, которые не каждая компания может себе позволить. Особенно остро эта проблема стоит для малого и среднего бизнеса.

Интерпретируемость результатов. Результаты машинного обучения не всегда легко перевести на язык маркетинговых стратегий. Возникает риск «чёрного ящика»: алгоритм принимает решение, но маркетолог не понимает, на каком основании. А маркетологу нужно не просто знать, какие сегменты существуют, но и понимать, какие маркетинговые решения для этих сегментов принимать: какие сообщения писать, какие товары предлагать, какие каналы использовать.

Интеграция с существующими процессами. Внедрение новых методов анализа данных требует изменения сложившихся бизнес-процессов, что часто встречает сопротивление со стороны сотрудников, привыкших работать по-старому. Необходима грамотная программа organisational change management (организационное управление изменениями).

Микросегментация: границы персонализации

Современные технологии позволяют выделять сегменты вплоть до уровня индивидуального потребителя. Это явление получило название микросегментации, а Ф. Котлер в своих поздних работах, в частности в книге «Маркетинг 5.0», развивает концепцию «сегмента из одного» (segmentofone). Технологии искусственного интеллекта и машинного обучения делают персонализацию на уровне отдельного потребителя не просто теоретически возможной, но и практически реализуемой [10, 11].

Микросегментация открывает новые возможности для персонализации маркетинговых коммуникаций [8, 12]. Вместо того чтобы обращаться к группе потребителей с одинаковыми предложениями, компания может предлагать каждому клиенту индивидуально подобранные товары и услуги.

Пример из банковского сектора. Алгоритмы искусственного интеллекта позволяют банкам анализировать транзакционную активность каждого клиента. Банк видит, где человек тратит деньги, как часто, на какие суммы, в какое время. На основе этих данных банк может предложить каждому клиенту индивидуальные условия: одному – кредитную карту с повышенным кешбэком на продукты, потому что он часто покупает в супермаркетах; другому – на авиабилеты, потому что он часто летает; третьему – на такси, потому что он много ездит. Казалось бы, это идеальная сегментация – каждому своё.

Однако на практике всё не так просто. Эффективность микросегментации ограничена риском гиперсегментации [14].

Гиперсегментация – это ситуация, когда затраты на аналитику превышают дополнительную маржинальность. Представим простую модель: компания тратит миллион рублей на сбор и анализ данных. В результате она может увеличить продажи на 800 тысяч рублей. Компания оказывается в минусе на 200 тысяч. Она переборщила с детализацией. Затраты не окупились.

Факторы, влияющие на оптимальный уровень детализации

<i>Фактор</i>	<i>Влияние на оптимальную глубину сегментации</i>
Размер бизнеса	Чем крупнее компания, тем больше средств она может позволить потратить на аналитику
Маржинальность продуктов	Чем выше маржинальность, тем более дорогую аналитику можно себе позволить
Стоимость данных	Чем дешевле собрать и обработать данные, тем более глубокую сегментацию можно проводить
Конкурентная среда	Чем выше конкуренция, тем больше преимуществ даёт персонализация

Ключевой принцип при определении глубины сегментации – экономическая обоснованность. Нужно сравнивать дополнительные затраты на более глубокую сегментацию с дополнительной выручкой, которую она принесёт. Это напоминает классическую экономическую задачу: сколько тратить на маркетинговые исследования? Ответ: до тех пор, пока предельная выгода от дополнительных исследований не сравняется с предельными затратами на них.

Для практической оценки можно использовать следующую логику:

- 1) Оценить текущий уровень продаж и прибыли.
- 2) Оценить, на сколько процентов может вырасти конверсия при более глубокой сегментации (на основе данных A/B-тестирования или отраслевых бенчмарков).
- 3) Рассчитать дополнительную выручку.
- 4) Сравнить с затратами на сбор и анализ данных.

Если дополнительная выручка превышает затраты – углубление сегментации оправдано. Если нет – оптимальная глубина уже достигнута.

Важно понимать главное: больше данных не всегда лучше. Глубина анализа должна быть экономически обоснована, а не максимально возможной технически. Как отмечает Ф. Котлер в «Маркетинге 5.0», технологии ИИ позволяют «достичь баланса между массовой персонализацией и уважением к частной жизни потребителей», что особенно важно в свете ужесточения законодательства о защите персональных данных [10, 11].

Регуляторные и этические ограничения сегментации

Развитие методов сегментации сталкивается с серьёзными ограничениями, связанными с защитой персональных данных и соблюдением прав потребителей. Государства по всему миру принимают законы, которые ограничивают сбор и использование информации о потребителях. Эти ограничения не только создают юридические риски для компаний, но и формируют новые требования к методам работы с данными [4, 9].

GDPR (General Data Protection Regulation) – Общий регламент о защите данных Европейского союза. Действует с 2018 года и является самым строгим в мире. Любая компания, которая работает с данными граждан ЕС, обязана ему соответствовать. Штрафы за нарушение GDPR могут достигать 20 миллионов евро или 4 % годового глобального оборота компании.

CCPA (California Consumer Privacy Act) – Калифорнийский закон о защите прав потребителей. Действует с 2020 года и во многом похож на GDPR, но с некоторыми отличиями. Даёт потребителям право знать, какие данные о них собираются, требовать их удаления и отказываться от продажи своих данных третьим лицам.

Федеральный закон № 152-ФЗ «О персональных данных» – действует в России с 2006 года и регулярно обновляется. Закон требует от операторов персональных данных получать согласие на обработку, обеспечивать безопасность данных и уведомлять регулятора об утечках. С 2025 года штрафы за утечку персональных данных существенно увеличены [5].

Прозрачность. Компании обязаны информировать потребителей о том, какие данные собираются, с какой целью, как они обрабатываются и с кем передаются. Потребитель должен понимать, на что он соглашается. Информация должна быть предоставлена на понятном языке, а не скрыта в мелком шрифте многостраничного пользовательского соглашения.

Согласие. Требуется явно выраженное разрешение на обработку персональных данных. «Согласие по умолчанию» или «согласие, если не отказался» не работают. Потребитель должен активно дать согласие, например, поставить галочку в специальном поле. При этом отказ от согласия не должен приводить к ухудшению качества обслуживания.

Право на доступ, исправление и удаление данных («право быть забытым»). Потребитель может в любой момент запросить все данные, которые компания о нём хранит, потребовать исправить неточности или полностью удалить информацию. Компания обязана выполнить эти требования в установленный законом срок.

Компании вынуждены адаптироваться к ужесточению законодательства, развивая новые методы работы с данными.

Анонимизация и агрегация данных. Вместо хранения «Иванов Иван Иванович, 35 лет, купил 10 апреля 2026 года смартфон за 50 000 рублей», компания хранит «пользователь № 12345, возрастная группа 30–40 лет, покупка в апреле, категория – электроника, сумма – 40 000–60 000 рублей». Индивидуальная идентификация становится невозможной, но общие закономерности сохраняются.

Методы дифференциальной конфиденциальности. Это математические методы, которые позволяют анализировать данные, добавляя в них «шум» – случайные искажения. При этом общие закономерности сохраняются, но информацию о конкретном человеке извлечь невозможно. Этот подход используется, например, компанией Apple при сборе данных о поведении пользователей.

Конфиденциальные вычисления (confidential computing). Технологии, позволяющие обрабатывать данные без их расшифровки. Данные остаются зашифрованными на всём протяжении обработки – от сбора до анализа. Даже если злоумышленник перехватит их, он не сможет их прочитать.

Ключевая проблема современного маркетинга – поиск баланса между глубиной аналитики и соблюдением конфиденциальности потребителей. С одной стороны, более глубокий анализ позволяет лучше удовлетворять потребности клиентов. С другой стороны, чрезмерное вторжение в частную жизнь вызывает отторжение и может привести к потере доверия.

Исследования показывают, что потребители готовы делиться данными, если видят для себя явную выгоду (скидки, персонализированные предложения,

удобство). Однако они ожидают прозрачности и контроля над своими данными. Компании, которые умеют выстраивать доверительные отношения с клиентами в вопросах обработки данных, получают конкурентное преимущество. В этой связи особое значение приобретает концепция «Privacy by Design» – встраивание принципов защиты данных в архитектуру продуктов и процессов с самого начала их разработки.

Ключевые выводы и перспективы развития

На основе проведённого анализа можно сформулировать четыре основных вывода.

1. Кризис традиционных критериев сегментации. Пол, возраст, доход, место жительства – эти классические признаки утрачивают прогностическую способность. Они не могут предсказать реальное покупательское поведение современного потребителя, который демонстрирует многовариантность выбора, подвержен влиянию множества каналов и быстро меняет предпочтения. Требуется переход к динамическим поведенческим моделям, учитывающим контекст и ситуационные факторы.

2. Трансформация обработки данных. Цифровая среда генерирует огромные массивы неструктурированных данных. Традиционные статистические методы бессильны перед этим потоком информации. Обработка таких данных требует внедрения алгоритмов машинного обучения, нейросетевых моделей и методов обработки естественного языка, а также создания соответствующей IT-инфраструктуры.

3. Микросегментация и риск гиперсегментации. Микросегментация открывает новые возможности для персонализации, но сопряжена с риском гиперсегментации – ситуацией, когда затраты на сверхдетализированный анализ превышают дополнительный экономический эффект. Оптимальный уровень детализации сегментов должен определяться экономически, а не технически.

4. Регуляторные ограничения. Ужесточение законодательства о защите персональных данных накладывает серьёзные ограничения на сбор и обработку потребительской информации. Компании вынуждены развивать методы анонимизации, дифференциальной конфиденциальности и конфиденциальных вычислений, которые позволяют извлекать полезную информацию из данных без нарушения прав потребителей.

На основе проведённого анализа можно сформулировать четыре ключевые задачи дальнейшего развития методов сегментации рынка.

1. Интеграция неструктурированных данных в классические модели сегментирования. У нас есть огромные массивы новых данных и проверенные временем маркетинговые модели. Нужно найти способы их объединить. Как включить информацию из социальных сетей в RFM-анализ? Как учесть геолокацию при построении поведенческих сегментов? Как использовать текстовые данные отзывов для уточнения портрета целевой аудитории? Это задача для исследователей и практиков, требующая разработки новых методик и алгоритмов [3].

2. Разработка методик оценки экономической эффективности микросегментации. Нам нужно научиться отвечать на вопрос: стоит ли игра свеч? Когда детализация оправдана, а когда нет? Нужны формулы, коэффициенты, пороговые значения. Нужны практические инструменты, которые помогут маркетологу принимать решение о глубине сегментации в зависимости

от конкретных условий бизнеса. Это требует развития методов экономического анализа применительно к маркетинговым данным.

3. Адаптация инструментария к регуляторным ограничениям. Законы о защите данных не будут отменены, и с ними нужно работать. Необходимо развивать методы, которые позволяют извлекать полезную информацию из данных без нарушения прав потребителей. Анонимизация, дифференциальная конфиденциальность, конфиденциальные вычисления – это не просто модные слова, а необходимость для любого бизнеса, работающего с персональными данными.

4. Создание гибридных подходов, сочетающих количественные алгоритмы машинного обучения с качественной интерпретацией результатов. Машинное обучение даёт нам количественные результаты, но маркетинг – это ещё и качественный анализ. Нужно создавать подходы, которые сочетают силу алгоритмов с человеческим пониманием бизнеса. Машина может выделить сегмент, но только человек может понять, какие маркетинговые решения этому сегменту предложить и как с ним общаться.

Главный итог исследования можно сформулировать в виде ключевого принципа успешной сегментации:

«Успех определяется не столько глубиной анализа, сколько способностью компании интегрировать полученные результаты в реальные маркетинговые решения и обеспечивать их экономическую обоснованность».

Эволюция методов сегментации рынка определяется противоречием между двумя силами. С одной стороны – технологические возможности сверхдетализированного анализа. Мы можем анализировать каждого потребителя отдельно, строить его цифровой профиль, предлагать персонализированные товары и услуги. С другой стороны – необходимость экономически обоснованных моделей. Затраты на анализ должны окупаться.

Не нужно стремиться к максимальной детализации любой ценой. Нужно найти тот уровень детализации, который даёт наилучшее соотношение затрат и выгод. Лучшая сегментация – не самая детальная. Лучшая сегментация – та, которая приносит максимальную прибыль.

Заключение

Проведённое исследование позволяет утверждать, что сегментация рынка вступает в новую фазу своего развития. Традиционные подходы, десятилетиями служившие основой маркетинговых стратегий, утрачивают эффективность. На смену им приходят методы, основанные на анализе больших данных и использовании алгоритмов машинного обучения.

Однако новые методы несут не только новые возможности, но и новые вызовы. Микросегментация, несмотря на свой потенциал, требует осторожного подхода: затраты на сверхдетализированный анализ могут превысить получаемые выгоды. Регуляторные ограничения, связанные с защитой персональных данных, требуют от компаний внедрения новых технологических решений.

Ключевая задача современного маркетинга – найти баланс между использованием технологических возможностей и экономической целесообразностью, между глубиной анализа и соблюдением прав потребителей. Успех сегментационной стратегии определяется не столько техническим совершенством используемых методов, сколько способностью компании интегрировать

полученные результаты в реальные маркетинговые решения и обеспечивать их экономическую обоснованность.

Дальнейшие исследования в этой области должны быть направлены на разработку гибридных моделей, сочетающих различные алгоритмы кластеризации с альтернативными подходами для повышения результативности маркетинговой стратегии компании, а также на создание методик оценки экономической эффективности сверхдетализированного сегментирования.

Библиографический список

1. Ермоленко А. А. Совершенствование методики сегментации рынка для торгового предприятия в условиях цифровой реальности: магистерская диссертация. Екатеринбург: Уральский федеральный университет, 2025. 105 с.
2. Рожкова А. В., Степанова Э. В., Ступина А. А., Анисимов П. Е. Сегментирование потребителей новых товаров в условиях цифровой трансформации экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2025. № 4-2. С. 336–344.
3. Святков Р. С. Автоматизированная сегментация пользователей с применением RFM-анализа в маркетинговых стратегиях // Моделирование, оптимизация и информационные технологии. 2025. Т. 13, № 1.
4. Сегментация целевой аудитории пользователей инструментальных средств цифрового маркетинга в России // Белгородский государственный национальный исследовательский университет. 2025. С. 308–321.
5. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (ред. от 21.12.2025).
6. Андрусик С. В., Кагановський О. С. Методи Data Science: аналіз підходів до сегментації клієнтів // БізнесІнформ. 2025. № 1. С. 497–503.
7. Sáez-Ortuño L., Huertas-García R., Forgas-Coll S., Puertas-Prats E. How can entrepreneurs improve digital market segmentation? A comparative analysis of supervised and unsupervised learning algorithms // International Entrepreneurship and Management Journal. 2023. № 4. P. 1893–1920.
8. Colias J. V. Targeting of Textual-Based Market Segments // Decision Analyst Blog. 2025. 16 March.
9. General Data Protection Regulation (GDPR). Regulation (EU) 2016/679.
10. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Ten Technological Imperatives to Achieve Customer-Centricity // Journal of Business Strategy. 2021. Vol. 42, No. 4. P. 234–241.
11. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley, 2021. 224 p.
12. Kumar A. Personalization 2.0: AI-Powered Marketing Segmentation Strategies // SAP Emarsys. 2025. 3 February.
13. Predictive Segmentation: What It Is, Benefits, Examples & Ways to Implement // CleverTap. 2025. 26 March.
14. Top 10 Eye-opening Statistics about Hyper-segmentation You Need To Know in 2025 // SALESmanago. 2025. 2 April.

НАЦИОНАЛЬНАЯ И МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339

М. А. Суханова

СИТУАЦИЯ НА МИРОВОМ РЫНКЕ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ 2020–2025 гг.: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье представлен комплексный анализ мирового рынка сладостей и кондитерских изделий в период 2020–2025 гг. Проанализирована сырьевая база рынка – производство сахара и какао-бобов, выявлены факторы волатильности (погодные аномалии, дефицит). Отдельный блок посвящён психологическим аспектам потребления и функции «доступных радостей». Сделан вывод о трансформации модели потребления в кризисных ситуациях.

Ключевые слова: мировой рынок, кондитерские изделия, сладости, питание, тренды ЗОЖ, подсластители, сахарозаменители, сахар, какао-бобы, рынок шоколада, сырьевая волатильность, потребительское поведение, эффект губной помады.

М. А. Sukhanova

SITUATION ON THE WORLD MARKET OF PASTRY IN 2020–2025: DEVELOPMENT TRENDS

Abstract. The article presents a comprehensive analysis of the global market of sweets and pastry in the period of 2020–2025. The raw material base of the market – production of sugar and cocoa beans, identified volatility factors (weather anomalies, shortage). A separate block is devoted to the psychological aspects of consumption and the function of «accessible pleasures». The article concludes that the consumption model is transforming in crisis situations.

Key words: global market, confectionery, sweets, nutrition, healthy lifestyle trends, sweeteners, sugar substitutes, sugar, cocoa beans, chocolate market, commodity volatility, consumer behavior, lipstick effect.

Ниша кондитерских изделий и сладостей в целом – это одно из самых быстрорастущих и устойчивых бизнес направлений по всему миру. Мы можем наблюдать, что даже серьезные геополитические изменения не заставляют данный рынок рухнуть, они наоборот лишь подстегивают поиск новых путей развития. Шоколад, конфеты, печенье и кондитерские изделия являются неотъемлемой частью праздников, традиций и повседневной жизни повсеместно в мире, является самым быстрым способом поднять настроение. Кондитерская и в целом сахарная промышленность вносит большой вклад в экономику, а правильное развитие всех связанных с кондитерской индустрий оказывает положительное влияние на многие отрасли: создает рабочие места, повышает экспортную значимость страны и т. п.

В данной статье мы постараемся комплексно проанализировать состояние и ключевые тренды мирового рынка сладостей и кондитерских изделий в 2020–2025 гг., а также сырьё вроде сахара и какао-бобов для них, выявив движущие факторы и противоречия развития.

Начать предлагается с одного из самых главных трендов последних лет – тренда на ЗОЖ и осознанное отношение к питанию. Не секрет, что избыточное потребление сладостей неуклонно ведет к набору лишнего веса и различным проблемам со здоровьем, таких как диабет II типа, сердечно-сосудистые заболевания, бессонница и т. д. Быстрые углеводы, к которым относится и сахароза, попадая в кровь, резко повышают уровень глюкозы, которая, если ее не переработать в энергию, ведет к нарушению обмена веществ и накоплению жировой ткани. В современном мире с преобладающим сидячим образом жизни проблема стала действительно острой, но наиболее сильно человечество прочувствовало ее в 2020 году. Да, ещё до 2020 года многие люди стали внимательнее относиться к питанию: искали альтернативы и хотели получать удовольствие от сладкого, но без вреда для здоровья. А в 2020 году этот интерес вышел на первый план. Люди массово заедали стресс и скуку сладким, будучи практически запертыми в собственной квартире. Так, исследование агентства «RunRepeat» (опрос 19903 человек из 140 стран) доказало, что во всём мире 35,82 % людей сообщили, что они набрали вес во время пандемии. Из тех, кто набрал вес, 71,25 % набрали более 5 фунтов, причем другие проводимые опросы, как, например от WebMD, позволяют нам назвать решающим психологический фактор. Согласно данному опросу, 70 % людей, принявших участие в нем и набравших лишний вес во время карантинных ограничений, испытывали стресс, вызванный беспокойством по поводу их работы, дома и будущего в целом. В статье «Lose It!» утверждается, что с начала карантина люди увеличили потребление сахара на 53 %. Наиболее распространённые продукты с высоким содержанием калорий – конфеты (на 266 % больше сахара) [4, с. 1107–1108].

Как уже было сказано, это неуклонно привело к росту избыточного веса и подстегнуло искать способы контролировать рацион в условиях неопределённости. Однако если раньше тренд скорее был про исключение сахара или жира, то после 2020 года он сместился в сторону добавления полезных свойств. Людям надоело жертвовать вкусом, и они выбрали не демонизировать сладости. Особенно на это повлиял психологический фактор: полные ограничения «небольших радостей» условиях неопределённости стали звучать неразумно.

В связи с этим на рынке сладостей появляется тренд на использование в своей продукции различных добавок, но в первую очередь можно отметить рост популярности сахарозаменителей и подсластителей. Сахарозаменители – это альтернативы сахару с более низким гликемическим индексом. Заменители сахара не только выполняют функцию придания сладкого вкуса, но и технологические функции белого рафинированного сахара и имеют похожую с обычным сахаром калорийность. Подсластители же представляют собой вещества несладкой природы, которые могут быть в сотни раз слаще сахара, почти не содержащие калорий и не влияющие на скачки инсулина в крови [1, с. 32]. Однако можно сказать, что все сахарозаменители – это подсластители (потому что дают сладкий вкус), но не все подсластители – сахарозаменители (потому что не все из них калорийны), часто эти два сегмента рынка пересекаются (табл. 1).

Таблица 1

**Примерный годовой оборот на рынке подсластителей в 2020–2025 гг.
в натуральном и синтетическом сегментах
(хлебопекарные изделия, кондитерские изделия, спреды, напитки и др.)**

Год	Годовой оборот в денежном обращении (млрд долл. США)		Совокупный среднегодовой темп роста CAGR (%)	
	Сегмент натуральных подсластителей	Сегмент синтетических подсластителей	Сегмент натуральных подсластителей	Сегмент синтетических подсластителей
2020	≈2,8	≈4,41	≈3 %	≈3,2 %
2021	≈2,9	≈4,55	≈3 % (+85 млн \$)	≈3,2 % (+140 млн \$)
2022	≈3	≈4,70	≈3 % (+88 млн \$)	≈3,2 % (+145 млн \$)
2023	≈3,06	≈4,85	≈3 % (+90 млн \$)	≈3,2 % (+150 млн \$)
2024	≈3,15	≈5	≈3 % (+93 млн \$)	≈3,2 % (+155 млн \$)
2025	≈3,25	≈5,16	≈3 % (+94 млн \$)	≈3,2 % (+160 млн \$)

Источник: составлено по [18, 9, 8, 15].

Можно заметить, что примерная прибыльность синтетических подсластителей выше, чем у натуральных, и для этого есть целый ряд причин: они дешевле в производстве, чем переработка натурального сырья, а интенсивная сладость позволяет использовать микродозы, что сильно снижает затраты на ингредиент в себестоимости конечного продукта, что особенно важно для крупных пищевых корпораций: заменяя сахар на искусственные подсластители, они заметно сокращают расходы, что напрямую повышает маржинальность. Искусственные подсластители идеально подходят для массового производства: их активно добавляют в газированные напитки, упакованные снеки, диетические продукты, жевательные резинки. Они позволяют лучше отвечать запросам потребителей, следящих за весом, а также требованиям для людей с диабетом. Натуральные подсластители тоже находят применение, но их сфера часто более узконаправленна – они лучше вписываются в линейки продуктов с «чистой этикеткой» или в специализированные диеты. Колебания в доступности растительного сырья представляют собой серьезную проблему для поддержания стабильного производства и ценообразования на рынке натуральных подсластителей. Изменения климата, сельскохозяйственной практики и перебои в цепочках поставок могут повлиять на урожайность и качество.

Безусловным лидером в конъюнктуре рынка натуральных подсластителей можно назвать Китай, как в производстве, так и в экспорте, особенно стевии. Согласно самым последним представленным данным, доминирующее положение на рынке с самой большой долей выручки в 38,4 % в 2025 году занимала именно стевия. В конъюнктуре синтетических подсластителей можно сказать, что соревнуются Китай и США. В последнем наблюдается высокая развитость пищевой промышленности и высоким спросом на продукты с низким содержанием сахара, что укрепляет позиции страны как крупного экспортёра.

Сукралоза, ксилит, сахарин являются важными игроками на рынке заменителей сахара. Сукралоза продолжает оставаться ведущим вариантом из-за своей стабильности при высоких температурах, что делает ее популярной в выпечке и обработанных пищевых продуктах. Ксилит также приобретает популярность, извлекая выгоду из растущей осведомленности о здоровье полости рта, поэтому его часто добавляют в жевательную резинку и леденцы. Сахарин, один из старейших заменителей, переживает возрождение как экономически эффективный, низкокалорийный вариант, особенно в бюджетных продуктах питания и напитках. Даже при том, что синтетические подсластители и заменители сахара чаще являются выбором производителя, глобальный акцент на здоровье и интерес к «этичности» продуктов, а также загрязнение окружающей среды являются основной движущей силой растущего спроса на натуральные подсластители и меняют динамику рынка.

Пищевые продукты и продукты питания, включая закуски и протеиновые батончики, все чаще используют заменители сахара, а также напитки продолжают оставаться доминирующей категорией для сахарных альтернатив, особенно с ростом популярности среди поколения Z газированных напитков и энергетических напитков с пометкой «No-Sugar-Added» [10].

Бурные обсуждения могут вызывать составы новых популярных сладостей и кондитерских изделий, не содержащих в себе обычный сахар. Чтобы продукт выглядел и сохранял вкус привычного десерта, производители нередко добавляют больше жиров, усилителей вкуса, стабилизаторов. В итоге калорийность «диетической» плитки шоколада или печенья может оказаться сопоставимой с обычной, но все равно стоить дороже. Отдельной темой для дискуссий служит то, что в «полезных» сладостях зачастую куда больше различных ингредиентов, больше терминов и названий, непонятных обычному потребителю. Общий рост интереса к здоровому питанию сподвигнул потребителей внимательнее изучать состав и внимательнее относиться к таким продуктам.

Ожидается, что высокая волатильность цен и предложения сахара будет стимулировать спрос на различные подсластители для кондитерского рынка в ближайшие годы. Хотя, естественно, нельзя сказать, что мировая продовольственная и кондитерская индустрия постепенно полностью отказывается от сахара (табл. 2). Рынок сахара в целом является одним из важнейших в мировой экономике, влияющий на стоимость целой линейки продуктов, не только кондитерских изделий. Резкий скачок котировок может подстегнуть инфляцию в глобальном масштабе и привести к голоду в отдельных странах. Тем не менее, мы можем наблюдать поиски альтернатив использованию сахара, но по другим причинам.

Основными игроками в конъюнктуре рынка сахара неизменно остаются:

– Бразилия: общий объем производства сахара в сезоне 2024–2025 гг. составил 43,7 млн т в пересчете на сырье, внутреннее потребление составило около 9 млн т, а объем экспорта – 35,1 млн т;

– Индия: Общий объем производства в 2024–2025 гг. составил 35,5 млн т. Внутреннее потребление – 21,8 кг на душу населения, а экспорт – 4,0 млн т, включая 1,5 млн т сахара-сырца и 2,5 млн т рафинированного сахара;

– Китай: В 2024–2025 гг. было выпущено 9,5 млн т тростникового сахара и 1,5 млн т свекловичного при общем объеме потребления 15,7 млн т. Среднегодовое потребление сахара на душу населения в стране – 11,1 кг. За счет высокой численности населения и роста пищевой промышленности

внутренний спрос на сахар в Китае превышает возможности отечественного производства, от чего экспорт ограничен и составил 200 тыс. т [6, с. 68].

Таблица 2

**Мировое производство сахара в 2020–2025 гг.
по версии International Sugar Organization (ISO)**

Сельскохозяйственный сезон	Объем в тоннах
2020-2021	≈172млн т.
2021-2022	≈175 млн т.
2022-2023	≈178млн т.
2023-2024	≈181 млн т.
2024-2025	≈183 млн. т

Источник: составлено по [12, 13].

Ключевым аспектом, стимулирующим увеличение потребления, является развитие производства именно сахаросодержащих кондитерских изделий. Определенно свою долю в ситуацию на рынке вносит и маркетинг, ориентированный на детей и молодежь, легко используя эмоциональное состояние потребителя для продвижения сладостей даже в эпоху популярности ЗОЖ. Именно сладости, содержащие в себе классический сахар, ассоциируются с положительными эмоциями и поощрениями, что делает их психологически привлекательными. По разным оценкам от до 35 % рынка кондитерских изделий занимают сахаристые кондитерские изделия, включающие в себя такие наименования продукции как: жевательная резинка, пастилки, карамель, леденцы и др., которые хороши как в классической вариации, так и с уклоном в сторону тренда на ЗОЖ. В 2025 году можно отметить, что емкость сегмента составила ≈60 млн долларов США [6, с. 69]. Несмотря на кажущуюся стабильность на рынке сахара, цены за фунт сахара, как, например в 2023 году, заставило мировую промышленность слегка по-новому взглянуть на его использование (табл. 3).

Таблица 3

Мировые биржевые котировки на сахар 2020–2025 гг.

Год	Среднегодовая цена (центов США за фунт)
2020	≈12,87
2021	≈17,87
2022	≈18,82
2023	≈24,09
2024	≈20,74
2025	≈16,95

Источник: составлено по [18].

Одной из главных причин роста использования различных заменителей сахара служат погодные условия. Так, мы можем вспомнить феномен урагана Эль-Ниньо в 2023 году. Феномен Эль-Ниньо привел к более засушливым, чем обычно, погодным условиям. В совокупности с тем, что такие страны, как, например, Китай, могут и в обычных условиях недополучать нужное количество сахара, это приводит к тому, что мировая сахарная промышленность последние несколько лет сталкивается с небольшим дефицитом, что в перспективе означает смену конъюнктуры рынка, в частности, небольшое увеличение в нем доли стран Африки [14].

Однако самой популярной категорией кондитерских изделий является шоколад и различные шоколадные конфеты. По последним имеющимся данным, ее доля составляет от 45 до 60 % на мировом рынке кондитерских изделий [5]. Он крайне прибылен, однако имеет свои особенности.

За последние 60 лет потребление продукции из какао-бобов выросло более чем в пять раз. На сегодняшний день главными игроками на рынке какао являются:

– Кот Д'Ивуар: культивирует 40 % всех какао-бобов на мировом рынке, за 2024–2025 год произвел $\approx 1,8$ млн тонн;

– Гана: доля на мировом рынке составляет около 13 %, производство за 2024–2025 год – $\approx 617\,500$ тонн;

– Эквадор: около 10 % от мирового производства какао, крупнейший производитель какао в Латинской Америке. За 2024–2025 год – $\approx 470\,000$ тонн какао;

– Нигерия: около 7 % от мирового производства какао. За 2024–2025 год – $\approx 320\,000$ тонн какао;

– Индонезия: около 4 % от общего объема мирового производства какао, весьма значимый игрок на азиатском рынке. За 2024–2025 – $\approx 180\,000$ тонн какао [19].

Несмотря на кажущиеся большими цифры, по сравнению с другим сырьем рынок какао бобов довольно скромен по объемам производимого сырья (табл. 4).

Таблица 4

Объем произведенных какао-бобов за 2020–2025 гг.

Сельскохозяйственный год	Объем в тоннах
2020–2021	$\approx 5,1$ млн
2021–2022	$\approx 4,8$ млн
2022–2023	≈ 5 млн
2023–2024	$\approx 4,3$ млн
2024–2025	$\approx 4,7$ млн

Источник: составлено по [11].

Мы можем видеть, что объемы постоянно увеличиваются и уменьшаются. Одним из главных факторов данных изменений, как и в случае с сахаром, служат погодные условия. Как пример, уже упомянутый ураган Эль-Ниньо вызвал аномальную засуху в Западной Африке, сильно пострадал Кот-Д'Ивуари Гана. В сезоне 2023–2024 возник исторически рекордный дефицит – около 441 тыс. тонн, крупнейший за последние 60 лет. Это вызвало повышение закупочных цен: весной 2025 года котировки превышали 10 000 долларов США за тонну [7]. Это ведет не только к общему повышению цен на шоколад, но и к экономии на хорошем сырье, а также шринкфляции, когда производители уменьшают плитки шоколада со 100 грамм до условных 75 грамм. Из-за вышеперечисленных факторов рынок остается крайне уязвимым, что побуждает потребителей обращать внимание на другие сегменты рынка кондитерских изделий.

Как уже было упомянуто, рынок кондитерских изделий сильно завязан на эмоциях и психологическом факторе. Сейчас это ощущается сильнее, чем когда-либо. Геополитические конфликты, экономические кризисы, все это – разрушение шаблона «работай усерднее – сможешь позволить себе более

крупные покупки», пока в то же время новый шаблон еще не успел сформироваться. Данный фактор, например, можно наблюдать по среднему возрасту владения собственным жильем, который в последнее время довольно сильно вырос в целом по миру. Например, в Испании, как указано в данных, опубликованных Fotocasa Research, за 2023–2025 гг. доля молодых владельцев жилья сильно упала. Спад особенно заметен в подгруппе молодых людей в возрасте от 25 до 34 лет (с 38 % до 32 % среди тех, кто владеет собственным жильем или имеет право на долевую собственность). Среди молодых людей в возрасте от 18 до 24 лет только 22 % имеют собственное жилье [3].

Интересно, что происходящее повсеместно в мире вписывается в описание «эффекта губной помады» – экономического феномена, описывающего ситуацию, когда во время финансовых кризисов или экономической нестабильности потребители сокращают расходы на крупные и дорогие покупки, такие как автомобили или недвижимость, но увеличивают траты на так называемые «доступные радости» – небольшие предметы роскоши, например, косметику. Хотя концепция подвергается критике, она весьма популярна и позволяет сделать вывод о важности грамотной работы маркетологов. В то же время, с 2020 года мы можем наблюдать трансформацию данной концепции: во время пандемии COVID-19 классический «индекс помады» временно перестал работать, так как из-за различных ограничений люди в целом меньше обращались к макияжу, из-за чего им пришлось обращаться к другим «утешительным товарам» среди которых неминуемо оказалась и еда. Сладкое и кондитерские изделия даже более доступны, чем косметика, дешевле в производстве и более понятны всем группам потребителей, независимо от возраста и пола.

Такой способ порадовать себя можно ярче всего наблюдать в двух формах: увеличение количества пекарен, кофеен и кондитерских, где можно купить пирожные и всевозможную сладкую выпечку недалеко от дома. В России формат небольших пекарен называют самым быстрорастущим в сфере общественного питания. Например, как сообщается «Стройгазетой», в декабре 2022 года в столице работало 1220 пекарен, а в марте 2023 году их уже было 2541. Таким образом, за достаточно короткий срок количество пекарен выросло более чем в два раза [2]. В США газеты также фиксируют «золотой век для американских пекарен», отмечая более выгодные экономические условия работы и более человечный подход к покупателям [17].

Здесь же, следствие того, что пандемия COVID-19 устроила ускоренный переход в онлайн-среду и сильно подняла популярность таких социальных сетей, как TikTok, где новые тренды появляются и разносятся крайне быстро. Яркий пример – дубайский шоколад, который стал вирусным трендом в 2024–2025 годах. Стоимость настоящего дубайского шоколада составляла \$ 20 (примерно 2000 р.), заказать его можно только в Дубае через специальный сервис доставки и иногда приходилось ждать неделями. Однако даже с учетом всех вышеперечисленных условий, это все еще является менее затратным и вызывающим фрустрацию, чем откладывание средств на крупные покупки. Таким образом, из-за не самой лучшей ситуации на рынке жилья и стагнации зарплат поколение Z и многие миллениалы отказываются от мыслей о крупных покупках, но легко тратят деньги на «быстрый дофамин» от чего мы можем отталкиваться при прогнозировании дальнейшего роста рынка кондитерских изделий.

В качестве заключения можно сделать выводы, что мировой рынок сладостей и кондитерских изделий по праву считается одним из самых устойчивых и адаптивных. Данный рынок демонстрирует устойчивость, несмотря на сырьевые шоки, экономическую нестабильность и смену потребительских приоритетов. Тренд на здоровое питание не привел к отказу от сладкого, а сместил акцент в сторону подсластителей, «полезных» добавок и прозрачности состава, хотя эта ниша сопряжена с рисками. Одновременно с этим сохраняется высокий спрос на классические сахаросодержащие продукты, подкреплённый психологическим «эффектом губной помады» когда сладости остаются доступным способом получения удовольствия в кризис. В итоге рынок развивается по двум встречным векторам: функциональное оздоровление продукта и эмоциональная доступность, что в ближайшие годы будет определять стратегии производителей и маркетологов и будет лишь расти в денежном обороте.

Библиографический список

1. Лазарев В. А., Ершова А. Р. Систематизация подслащающих веществ. Характерные особенности подсластителей натурального происхождения // Междисциплинарные исследования: опыт прошлого, возможности настоящего, стратегии будущего. 2020. № 1. С. 31–37. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistematizatsiya-podslaschivayuschih-veschestv-harakternye-osobennosti-podslastiteley-naturalnogo-proishozhdeniya> (дата обращения: 12.05.2026).
2. Подсчитано количество пекарен в Москве // Строительная газета. 2025. 25 июня. URL: <https://stroygaz.ru/news/commercial/podschitano-kolichestvo-pekaren-v-moskve> (дата обращения: 20.05.2026).
3. Процент молодых испанцев, имеющих собственное жилье, сократился // АЗЕРТАДЖ. Баку, 2025. 6 октября. URL: https://azertag.az/ru/xeber/procent_molodyh_ispancev_imeyushchih_sobstvennoe_zhile_sokratilsya-3787439 (дата обращения: 20.07.2026).
4. Романов В. Н., Кириенкова В. М., Володина Ю. А., Сточик А. А. Снижение физической активности и прибавка веса в период карантина COVID-19 // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. 2022. № 4. С. 1105–1108. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/snizhenie-fizicheskoy-aktivnosti-i-pribavka-vesa-v-period-karantina-covid-19> (дата обращения: 10.05.2026).
5. Рынок Кондитерские изделия (2026–2033) // FutureMarketReport.com. 2024. 24 April. URL: <https://www.futuremarketreport.com/ru/industry-report/confectionery-market> (дата обращения: 10.07.2026).
6. Стешиц О. Оценка конъюнктуры мирового рынка сахара и сахаристых кондитерских изделий // Аграрная экономика. 2025. № 8 (363). С. 66–73. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=84218729> (дата обращения: 14.06.2026).
7. Чубаров К. Мировой рынок какао: состояние, цены и тренды 2025 года // РБК Компании. 2025. 16 сентября. URL: <https://companies.rbc.ru/news/wqIB-jUn1fb/mirovoj-ryinok-kakao-sostoyanie-tsenyi-i-trendyi-2025-goda/> (дата обращения: 11.06.2026).
8. Data Bridge Market Research. Global Artificial Sweeteners Market – Industry Trends and Forecast to 2033. URL: <https://www.databridgemarketresearch.com/ru/reports/global-artificial-sweeteners-market> (дата обращения: 05.05.2026).
9. Data Bridge Market Research. Global Natural Sweetener Market – Industry Trends and Forecast to 2033. URL: <https://www.databridgemarketresearch.com/ru/reports/global-natural-sweetener-market> (дата обращения: 05.05.2026).
10. Global Market Insights Inc. Sugar Substitutes Market Size and Share 2025–2034. URL: <https://www.gminsights.com/ru/industry-analysis/sugar-substitutes-market> (дата обращения: 06.05.2026).

11. International Cocoa Organization // ICCO. URL: <https://www.icco.org/> (дата обращения: 13.06.2026).
12. International Sugar Organization sees global deficit of 3.580 million tonnes in 2024–25 // ChiniMandi.com. 2024. 30 August. URL: <https://www.chinimandi.com/iso-sees-global-deficit-of-3-580-million-tonnes-of-sugar-in-2024-25/> (дата обращения: 16.06.2026).
13. International Sugar Organization. Sugar Yearbook // ISO Sugar Organization. URL: <https://isosugar.org/publications/1/sugar-yearbook> (дата обращения: 16.06.2026).
14. Kanyemba B. Global Sugar Crisis: Can Zimbabwe Leverage Opportunity? // Equity Axis. 2023. 25 September. URL: <https://equityaxis.net/post/17718/2023/9/global-sugar-crisis-can-zimbabwe-leverage-opportunity> (дата обращения: 18.06.2026).
15. Market Research Intellect. Рынок синтетических подсластителей. Размер и прогноз по продукту, применению и региону. Тенденции роста. URL: <https://www.marketresearchintellect.com/ru/product/synthetic-sweeteners-market/> (дата обращения: 06.05.2026).
16. Sugar No. 11 (SB/USX) Price History (futures | lbs) // TradersUnion.com. URL: <https://tradersunion.com/currencies/price-history/sugar/> (дата обращения: 20.07.2026).
17. The golden age of American bakeries is upon us; here's why // Las Vegas Sun. 2024. 25 December. URL: <https://lasvegassun.com/news/2024/dec/25/the-golden-age-of-american-bakeries-is-upon-us-her/> (дата обращения: 05.07.2026).
18. Univ Datos Market Insights. Рынок натуральных подсластителей: текущий анализ и прогноз (2021–2027). URL: <https://univdatos.com/ru/reports/natural-sweeteners-market> (дата обращения: 07.05.2026).
19. Which Country Produces The Most Cacao? // The Cocoa Circle. 2024. 27 May. URL: <https://cocoacircle.com/blogs/insights/which-country-produces-most-cacao> (дата обращения: 11.06.2026).

РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 330.3; 332.1

С. В. Ключина, А. М. Пронина, Т. А. Стоянова

АНАЛИЗ ИНДИКАТОРОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ЦЕНТРАЛЬНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Аннотация. В статье рассматриваются особенности оценки инновационного развития регионов на примере субъектов ЦФО. Проведен сравнительный анализ отдельных индикаторов инновационного развития регионов ЦФО, основанный на данных официальной статистики за период 2019–2024 гг. Показаны ежегодные колебания показателей, неустойчивость их динамики, заметная их дифференциация по регионам. С помощью корреляционного анализа измерена теснота связи между обобщающими экономическими показателями и индикаторами инновационной деятельности в регионах.

Ключевые слова: инновационное развитие, показатели инновационной деятельности, инновационная активность, технологические инновации, затраты на инновационную деятельность, инновационные товары, корреляционный анализ.

S. V. Klyuzina, A. M. Pronina, T. A. Stoyanova

ANALYSIS OF INNOVATION DEVELOPMENT INDICATORS IN THE REGIONS OF THE CENTRAL FEDERAL DISTRICT

Abstract. The article examines the specific features of assessing the innovative development of regions, using the constituent entities of the Central Federal District (CFD) as a case study. A comparative analysis of selected indicators of innovative development in the CFD regions is conducted, based on official statistical data for the period 2019–2024. The study highlights annual fluctuations in these indicators, the instability of their dynamics, and significant regional differentiation. Using correlation analysis, the strength of the relationship between general economic indicators and indicators of innovative activity in the regions is measured.

Key words: innovative development, innovation performance indicators, innovation activity, technological innovations, innovation expenditure, innovative goods, correlation analysis.

Приоритетной задачей современного экономического развития является переход к инновационному типу экономики, ускорение внедрения новых технологий во всех сферах экономики и общества, повышение производительности труда. Приоритеты современной инновационной экономики определены в Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ от 28 февраля 2024 г. № 145 [12]. Таким образом, решение проблемы ускорения инновационного развития напрямую связано с достижением национальных целей развития, сокращением межрегионального неравенства, обеспечением долгосрочного устойчивого

роста. Считаем, что проблема исключительно актуальна не только для национальной экономики, но и для регионов, поскольку их дифференциация в уровне социально-экономического и научно-технологического развития углубляется.

Отметим, что в современной системе регионального управления вопросам инновационного развития отводится значительная роль. Это связано, прежде всего, с необходимостью обеспечения экономического роста, а с другой стороны, с необходимостью продвижения регионального продукта внутри и за пределы региона. В современных условиях санкционного давления все большее внимание должно быть уделено вопросам использования инновационных технологий развития производства, что обеспечивает рост основных экономических показателей региона и усиление его позиций в масштабе национальной экономики. Можно утверждать, что инновационное развитие в настоящее время становится приоритетным в экономической политике.

В современной экономической литературе авторы достаточно подробно рассматривают вопросы анализа и оценки инновационного потенциала региона, механизмы и инструменты стимулирования его развития, факторы, влияющие на инновационное развитие территории и проблемы формирования региональной инновационной системы; анализируются составляющие инновационной инфраструктуры в регионе и системы государственной поддержки инновационной деятельности на уровне региона (см., например, [11, 13, 14] и др.). Однако, по нашему мнению, недостаточное внимание уделяется анализу и оценке влияния инновационной деятельности в регионе, ее отдельных направлений на экономическое развитие территории. Считаем, что необходимо более основательно рассмотреть эти аспекты.

Как известно, в теории этого вопроса описаны модели, определяющие разные подходы к стимулированию инновационной активности в регионе [1].

1. Первая группа моделей основана на предположении о том, что существует линейная зависимость между объемом научных исследований и разработок в регионе, объемом их коммерциализации, с одной стороны, и темпами экономического развития, с другой. Другими словами, данная модель исходит из наличия прямой связи между количеством фундаментальных исследований, уровнем развития науки в регионе, интенсивностью внедрения передовых технологий и ростом валового регионального продукта.

Основным недостатком данной модели, как нам представляется, является то, что достаточно сложно измерить взаимосвязь между развитием науки и процессом внедрения научных достижений в практику. Кроме того, важно отметить, что инновации могут внедряться и без участия научных исследователей, а исходя из потребностей регионального рынка.

Анализ индикаторов инновационного развития региона показал, что такая модель присуща регионам, где превалирует военно-промышленный комплекс, в остальных регионах, как правило, данная модель проявляется не так заметно [2].

2. Другая модель определяет взаимосвязь между рыночными потребностями, отраслевой спецификой региона, региональными маркетинговыми исследованиями, возможностями региона. Таким образом, инновационные предложения подстраиваются под региональный рыночный спрос. В этой модели инновационный потенциал оценивается и развивается с учетом рыночного спроса на продукцию региона. В системе регионального управления появляются тенденции анализа и оценки рыночных потребностей, которые

потом создадут фундамент диверсификации отраслевой структуры и, соответственно, повышения уровня конкурентоспособности региона. Данная модель связана, прежде всего, с тем, что стратегия регионального развития определяется спросом на товары, работы, услуги или созданием нового продукта, который определит уникальность региона и создаст условия для его продвижения в рейтинге инновационного регионального развития.

Для выбора той или иной модели (или разработки смешанной модели) необходимо изучение основных факторов, динамики показателей, определяющих возможность ее применения. Важным является определение системы показателей, с помощью которой можно обосновать и применить инновационную модель для конкретного региона, а также оценить воздействие инновационной деятельности и ее результатов на показатели экономического развития.

Подчеркнем, что оценка инновационной активности и уровня инновационного развития экономики региона (и всей национальной экономики) – сложная задача. Проблема состоит в многоаспектности данных понятий, включающих множество составляющих. В строгом понимании, система индикаторов должна отражать характеристики всех компонентов инновационного процесса, всех стадий инновационного цикла – от затрачиваемых ресурсов до получаемых результатов на этапах научных исследований и разработок, производства новшества, его коммерциализации.

Кроме того, существует высокая дифференциация субъектов РФ по уровню инновационного развития. Для решения этой проблемы требуется выявлять ее причины, находить «узкие места» для каждого субъекта.

Все это привело к появлению различных методов анализа, наборов индикаторов и рейтинговых систем оценки уровня инновационного развития регионов. Они различаются составом индикаторов, оценкой значимости конкретных показателей и, как правило, несопоставимы между собой.

Преимущество рейтинговых оценок состоит в том, что они имеют интегрированный характер, объединяя показатели различных сфер, влияющих на инновационные процессы и их результаты (наука, инновационная деятельность, производство, кадры, финансовые ресурсы, государственная поддержка и др.). Кроме того, они формируются регулярно (чаще – ежегодно), что позволяет осуществлять мониторинг развития и выявлять основные причины, повлиявшие на динамику, т. е. в разрезе каждого региона выявлять «узкие места» и достижения.

Наибольшую известность получил Рейтинг инновационного развития субъектов РФ, разработанный Институтом статистических исследований и экономики знаний Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики» [7]. Данный подход предполагает, что формируемый по каждому субъекту РФ Российский региональный инновационный индекс (РРИИ) состоит из 5 тематических блоков¹, которые, в свою очередь, включают 15 специализированных рубрик с набором конкретных показателей, всего их примерно 55. Источниками информации для расчета показателей служат данные

¹ Тематические блоки данного рейтинга: социально-экономические условия инновационной деятельности; научно-технический потенциал; инновационная деятельность; экспортная активность; качество инновационной политики. По каждому тематическому блоку рассчитываются отдельные индексы, позволяющие увидеть слабые и сильные стороны региона в данной сфере.

Росстата, Минобрнауки, Минпросвещения, Роспатента, Федеральной таможенной службы, Минэкономразвития, Минпромторга, Минцифры и др. Таким образом, система показателей Рейтинга представляет собой многоуровневую иерархическую структуру, отражающую инновационные процессы в регионах и в стране в целом.

Также известен Рейтинг российских регионов по научно-техническому развитию, который разрабатывается Центром экономических исследований «РИА Рейтинг», начиная с 2022 года. На основе данных Росстата и Роспатента агрегируются значения 19 показателей, которые сгруппированы по блокам: кадры и материально-техническая база в сфере науки и технологий; результативность научно-технической деятельности (патенты, публикации, внедренные разработки); масштабы деятельности (объем отгруженных инновационных товаров и услуг); вклад высокотехнологичных отраслей в ВРП [9].

Иной подход применяется Ассоциацией инновационных регионов России (АИРР). С 2012 года Ассоциация совместно с Министерством экономического развития России разрабатывает «Региональную шкалу развития инноваций» (I-Scale), в которой итоговый балл региона не формируется, а оценки производятся по отдельным направлениям (кадровый потенциал, финансовая поддержка, инновационная инфраструктура, коммерциализация и трансфер технологий) [8]. По каждому направлению регионы ранжируются и группируются, это позволяет обнаружить их сильные и слабые стороны.

В данной статье проведем сравнение отдельных показателей инновационной деятельности регионов Центрального федерального округа, публикуемых Росстатом на официальном сайте, а также в статистическом ежегоднике «Регионы России». Цель анализа – выявление возможных тенденций в инновационной сфере на уровне региона.

При проведении анализа примем следующие упрощения.

1) Рассмотрим показатели стадии производства инновационных товаров (работ, услуг), исключив стадию научно-исследовательских разработок. 2) Ограничим наше исследование ключевыми показателями, отражающими затраты и результаты инновационной деятельности хозяйствующих субъектов. 3) В соответствии с методиками расчета данных показателей, применяемыми Росстатом, большинство показателей формируется по кругу крупных и средних предприятий. Таким образом, на данной стадии исследования сектор малого предпринимательства исключим. 4) В условиях высокой ежегодной колеблемости одних и тех же показателей в разрезе регионов будем рассматривать их средние значения за 6-тилетний период 2019–2024 гг.

Следует также подчеркнуть, что методики расчета данных показателей основаны на международных стандартах измерения инновационной деятельности².

Рассмотрим некоторые из показателей применительно к субъектам Центрального федерального округа за период 2019–2024 гг.

Показатель «уровень инновационной активности организаций», рассчитывается как «отношение числа инновационно активных организаций к общему числу обследованных в отчетном году организаций» [5, с. 909]. Он

² Основополагающий документ – IV редакция Международного руководства по статистическому измерению инноваций («Руководства Осло»), 2018. Первая редакция данного документа, закрепившая методы и принципы статистического измерения инновационной деятельности, была принята странами ОЭСР в 1992 г.

отражает отношение субъектов хозяйствования к инновациям, степень их восприимчивости к нововведениям, степень участия в осуществлении инновационной деятельности в течение года³. Однако заметим, что при формировании данного показателя существуют риски неполного охвата (по тем или иным причинам) организаций, подлежащих обследованию; кроме того, инновационная активность субъектов малого предпринимательства в данном показателе не учитывается, что может привести к искажению получаемого результата.

Данный показатель был проанализирован по 18 субъектам ЦФО за период 2019–2024 гг., он продемонстрировал ежегодную колеблемость в границах каждого субъекта и, конечно, различия между регионами. Какой-либо однонаправленной тенденции в динамике данного показателя на уровне отдельного региона не наблюдалось. За весь исследуемый период (6 лет) в 11 субъектах произошел небольшой рост данного показателя, но в 7 регионах имело место его сокращение. В целом же по Центральному округу показатель инновационной активности организаций в 2019–2024 гг. возрос на 3,3 п.п. (с 10,8 до 13,9 %).

Были рассчитаны средние значения уровня инновационной активности для каждого региона ЦФО в анализируемом периоде. В ранжированном виде они отражены на рис. 1.

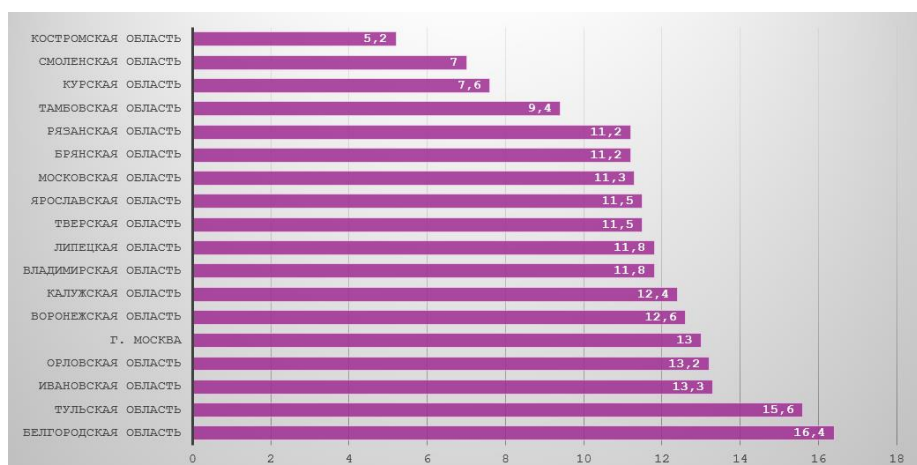


Рис. 1. Средний уровень инновационной активности организаций в регионах ЦФО за период 2019–2024 гг., %.

Рассчитано и составлено по данным [5; 6]

Среди регионов ЦФО минимальное среднее значение за весь период имела Костромская область (5,2 % от общего числа обследуемых организа-

³ Признаки инновационно активной организации: 1) наличие в отчетном году фактических затрат на инновационную деятельность; 2) выполнение в отчетном году научных исследований и разработок, включая прикладные и поисковые научные исследования, экспериментальные разработки для достижения практических целей и решения конкретных задач при создании новых технологий, товаров, выполнении работ, оказании услуг; 3) отгрузка в отчетном году инновационной продукции (товаров, работ, услуг) собственного производства (см. [4]).

ций региона), максимальное – Белгородская область (16,4 %). Таким образом, размах вариации показателя составил 3,1 раза.

По рис. 1 можно заметить, что значительное число регионов (12 субъектов) имели достаточно близкие срединные значения уровня инновационной активности – в интервале 11–13 %.

Была проведена более детализированная группировка субъектов ЦФО по уровню данного показателя. На основании применения формулы Стерджесса регионы были объединены в 5 групп, интервал внутри каждой группы составил 2,5 % (табл. 1).

Таблица 1

Группировка регионов ЦФО по среднему уровню инновационной активности в 2019–2024 гг.*

Группы регионов	Величина интервала, в %	Регионы ЦФО
I	15,2–17,7	Белгородская, Тульская области
II	12,7–15,2	г. Москва, Ивановская, Орловская области
III	10,2–12,7	Брянская, Владимирская, Воронежская, Калужская, Липецкая, Московская, Рязанская, Тверская, Ярославская
IV	7,7–10,2	Тамбовская область
V	5,2–7,7	Костромская, Курская, Смоленская области

*Рассчитано и составлено по данным: [5; 6]

Таким образом, наиболее многочисленной по уровню инновационной активности организаций стала III группа, включающая 9 регионов ЦФО.

Другой статистический показатель, характеризующий инновационную активность и формируемый на региональном уровне, – удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных организаций (в %). Данный показатель является, на наш взгляд, адекватной характеристикой степени инновационности производственного сектора экономики. В соответствии с определением, применяемым Росстатом, технологическая инновация – это новый либо усовершенствованный продукт или услуга, внедренный на рынке; новый либо усовершенствованный процесс или способ производства (передачи) товаров, услуг, используемый в практической деятельности. К организациям, осуществляющим технологические инновации, относятся организации, занимающиеся производством товаров (работ, услуг). В то же время в расчет показателя не входят хозяйственные товарищества, кооперативные хозяйства, производственные кооперативы (кроме сельскохозяйственных), крестьянские (фермерские) хозяйства, некоммерческие организации, казенные и частные учреждения [3]. Отметим, что данный показатель имеет стратегическое значение, его повышение до уровня 50 % от общего числа организаций является одной из национальных целей, указанных в Стратегии научно-технологического развития России до 2030 г.

Если анализировать ежегодную долю организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций по субъектам ЦФО, можно отметить заметные колебания данного показателя в каждом регионе. Они наблюдаются как в сторону роста, так и в сторону уменьшения, т. е. устойчивой динамики показателя нет. Поэтому были рассчитаны средние значения данного показателя за период 2019–2024 гг. по каждому региону

(средние уровни ряда). Размах вариации средних значений данного показателя по регионам за период 2019–2024 гг. был также существенным, он составил 3,35 раза, – от 10,4 % в Костромской области до 34,9 % – в г. Москве.

По среднему уровню показателя субъекты ЦФО были проранжированы (рис. 2).

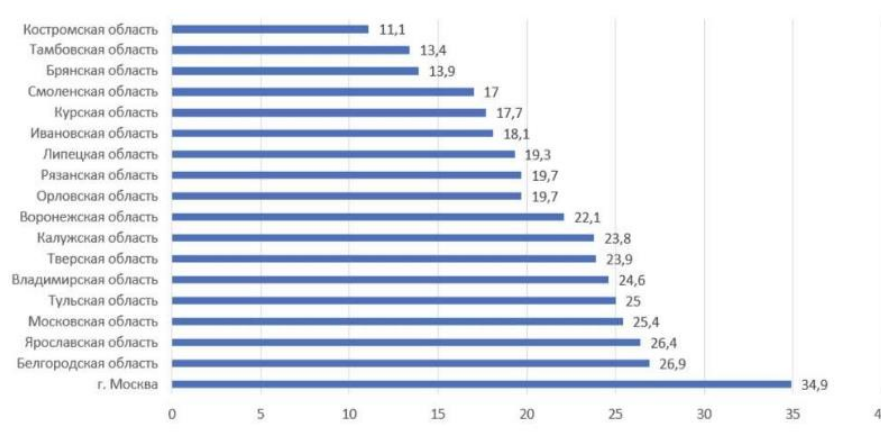


Рис. 2. Распределение субъектов ЦФО по показателю «Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в % к общему числу организаций».

Рассчитано и составлено по данным [5; 6]

Можно отметить лидерство с существенным отрывом г. Москвы по данному показателю (в среднем за исследуемый период 34,9 % организаций столицы осуществляли технологические инновации), а также отставание от других регионов Костромской, Тамбовской, Брянской областей.

В ходе группировки регионов Центрального округа по среднему уровню показателя «Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации» в анализируемом периоде, были выделены 5 групп регионов, шаг интервала составил 5 %-ную долю (табл. 2).

Таблица 2

Группировка регионов ЦФО по среднему уровню показателя «Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций» в 2019-2024 гг.*

Группы регионов	Величина интервала, в %	Регионы ЦФО
I	30,4–35,4	г. Москва
II	25,4–30,4	Белгородская, Тульская области
III	20,4–25,4	Владимирская, Воронежская, Ивановская, Калужская, Липецкая, Московская, Рязанская, Тверская, Ярославская
IV	15,4–20,4	Брянская, Курская, Смоленская, Тамбовская, Орловская области
V	10,4–15,4	Костромская область

*Рассчитано и составлено по данным: [5; 6]

Следует отметить, что наибольшее число регионов ЦФО вошло в среднюю, третью группу, с долей организаций, осуществляющих технологические инновации, – 20,4–25,4 %. Лидер ЦФО по данному показателю – г. Москва.

Масштабы инновационной деятельности в регионе отражаются в абсолютных стоимостных показателях – «Затраты на инновационную деятельность» и «Объем инновационных товаров, работ, услуг». Поскольку все субъекты России различаются природным и экономическим потенциалом, структурой экономики и другими факторами, для сравнения корректнее, на наш взгляд, применять не абсолютные, а относительные показатели. В целях нашего исследования можно проанализировать публикуемые Росстатом показатели: «Затраты на инновационную деятельность в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг», «Объем инновационных товаров в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг» [5; с. 904, 906].

Если рассматривать в разрезе регионов уровень, динамику, степень колеблемости доли затрат на инновационную деятельность в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг за 2019–2024 гг., можно отметить их довольно низкие значения во всех субъектах ЦФО, их изменчивость по годам, как в сторону увеличения, так и в сторону сокращения, а также неустойчивую динамику. Так, максимальный уровень данного показателя отмечался в 2024 г. в г. Москве (4,8 %), по остальным регионам он колебался от 0,2 % в Ивановской области до 3,5 % в Ярославской. Небольшое абсолютное увеличение доли за весь период наблюдалось в 7 регионах (от 0,1 п.п. в Ивановской области до 2,2 п.п. в Ярославской). В 10 регионах имело место снижение данного показателя (в интервале 0,1–4,7 п.п.), в одном субъекте РФ показатель не изменился (Тверская область).

В связи с ежегодной колеблемостью показателя во всех регионах, были рассчитаны средние значения доли затрат на инновационную деятельность в общем объеме отгруженных товаров, работ, услуг по каждому региону за период 2019–2024 гг. (рис. 3) и проведена их группировка. Шаг интервала составил 0,7 % (табл. 3).

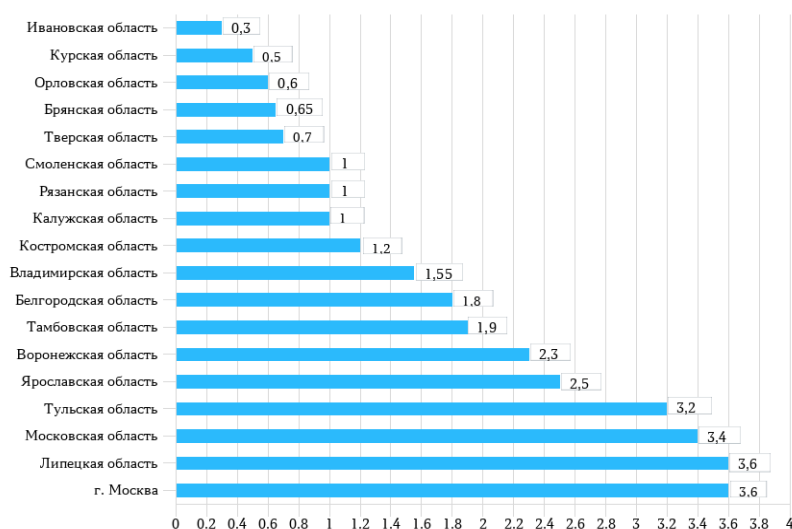


Рис. 3. Затраты на инновационную деятельность в % от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг (средние значения за период 2019–2024 гг.).

Рассчитано и составлено по данным [5; 6]

Анализируя данные рис. 3, можно отметить, что в 8 регионах ЦФО доля затрат на инновационную деятельность в среднем за весь период не превышала 1 % и только в 4 субъектах ЦФО с развитым потенциалом инновационной деятельности данный показатель составлял 3,2–3,6 % объема отгруженных товаров, работ, услуг. Это г. Москва, Липецкая, Московская и Тульская области. В целом, размах вариации среднего значения показателя за период 2019–2024 гг. по субъектам ЦФО составил 12-ти кратную величину.

Группировка субъектов ЦФО по уровню данного показателя позволила объединить их в 5 групп (табл. 3). Наиболее многочисленной является пятая группа с наименьшими значениями показателя.

Таблица 3

Группировка регионов ЦФО по среднему уровню показателя «Затраты на инновационную деятельность, в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг» за период 2019–2024 гг.*

Группы регионов	Величина интервала, в %	Регионы ЦФО
I	3,1–3,8	г. Москва, Тульская, Московская, Липецкая области
II	2,4–3,1	Ярославская область
III	1,7–2,4	Белгородская, Воронежская, Тамбовская области
IV	1,0–1,7	Владимирская, Костромская области
V	0,3–1,0	Ивановская, Калужская, Брянская, Курская, Орловская, Рязанская, Тверская, Смоленская области

*Рассчитано и составлено по данным [5; 6]

Таким образом, рассматривая соотношение затрат на инновационную деятельность и общего объема отгруженной продукции (выполненных работ, услуг) в 2019–2024 гг., отметим значительную группу регионов ЦФО, где затраты на инновации очень малы по сравнению с объемами производимой продукции и не превышают 1 %. На наш взгляд, это может быть связано с ограниченностью финансовых ресурсов предприятий, направляемых на инновационную деятельность, недостаточной заинтересованностью части хозяйствующих субъектов в развитии этой деятельности, сложностью сферы управления процессами разработки и производства инноваций.

Индикатором масштабов инновационной деятельности и одновременно ее результатов является показатель объема инновационных товаров, произведенных в регионе, в абсолютном стоимостном выражении и в процентах к общему объему отгруженных товаров. При этом под инновационными товарами понимаются товары, работы или услуги, новые или подвергавшиеся в течение последних трех лет разной степени технологическим изменениям [5, с. 909].

Если анализировать динамику абсолютного показателя объема инновационных товаров по регионам в 2019–2024 гг., можно отметить ее неустойчивый характер по большинству субъектов ЦФО; исключение составили г. Москва, Калужская и Тульская области, где наблюдалось поступательное наращивание данного показателя. При этом г. Москва и Московская область имели существенный отрыв по масштабам данного показателя по сравнению со всеми другими регионами.

Для межрегионального сравнения более удобен, на наш взгляд, относительный показатель – объем инновационных товаров в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг (рис. 4). Данный рисунок показывает, что распределение субъектов ЦФО по этому индикатору несколько изменилось по сравнению с показателем затрат на инновационную деятельность в процентах к общему объему отгруженной продукции, отраженном на рис. 3. Наибольшую долю инновационных товаров в объеме отгруженной продукции имели Белгородская, Тульская и Московская области, и данные регионы можно считать наиболее результативными в сфере внедрения инновационной продукции. Город Москва оказался далеко от лидеров. В состав регионов с наименьшими значениями данного показателя вошли Орловская, Костромская и Калужская области.

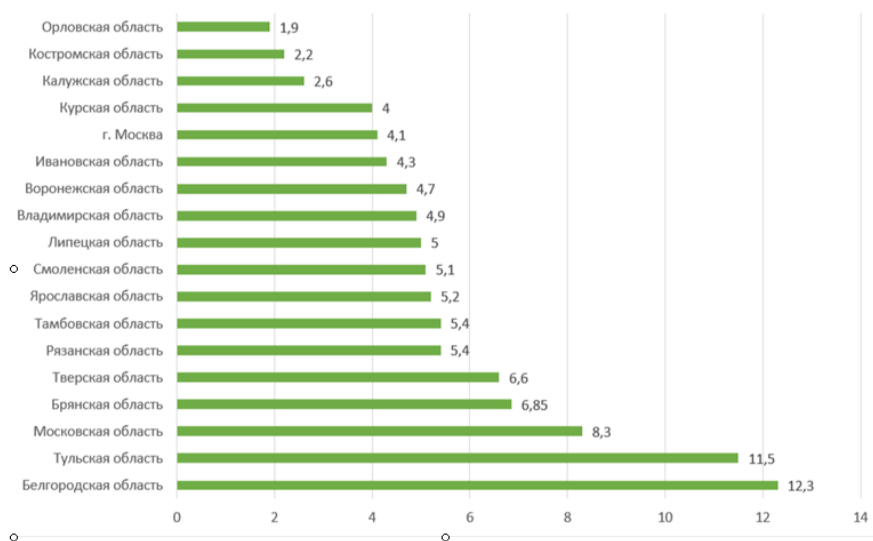


Рис. 4. Средние значения объема инновационных товаров в % от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг по регионам ЦФО за период 2019–2024 гг.

Рассчитано по данным [5; 6]

Размах вариации данного показателя между регионами ЦФО составил 6,5 раз.

Все регионы были сгруппированы в зависимости от удельного веса объема произведенных инновационных товаров в общем объеме отгруженной продукции, среднего за анализируемый период 2019–2024 гг. Шаг интервала составил 2,1 % (табл. 4). Можно видеть, что 10 субъектов оказались в IV, предпоследней, по уровню данного показателя группе, у них данный показатель не превышал 6,1 %.

Таблица 4

Группировка регионов ЦФО по среднему уровню показателя «Объем инновационных товаров в процентах от общего объема отгруженных товаров, выполненных работ, услуг» за период 2019–2024 гг.*

Группы регионов	Величина интервала, в %	Регионы ЦФО
I	10,3–12,4	Белгородская, Тульская области
II	8,2–10,3	Московская область
III	6,1–8,2	Брянская, Тверская области
IV	4,0–6,1	Рязанская, Тамбовская, Ярославская, Смоленская, Липецкая, Владимирская, Воронежская, Ивановская области, г. Москва, Курская область
V	1,9–4,0	Калужская, Костромская, Орловская области

*Рассчитано и составлено по данным [5; 6]

Обобщая приведенные группировки показателей, характеризующих инновационную деятельность в субъектах ЦФО, можно отметить, что состав групп регионов по разным показателям изменчив, абсолютного лидерства тех или иных регионов по всем показателям инновационного развития не наблюдается. Тем не менее, обнаруживаются лидеры: в первую или вторую группу с наивысшими значениями показателей г. Москва входила по 3 показателям, Белгородская область – по 3 показателям, Тульская область – по всем 4 показателям. Также достаточно сильные позиции в анализируемом периоде по рассмотренным показателям имела Московская область.

Можно отметить модальные интервалы регионов ЦФО по каждому показателю. По уровню инновационной активности модальный интервал составил 10,2–12,7 %, в данный интервал вошли 9 регионов. Наиболее многочисленный интервал значений показателя «удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации», – 20,4–25,4 %, в данном интервале значений – также 9 регионов. Указанные интервалы показателей одновременно были и медианными (серединными). По уровню затрат на инновационную деятельность в процентах к общему объему отгруженных товаров самой многочисленной оказалась пятая группа регионов, с наименьшими значениями показателя – 0,3–1,0 % (8 регионов). По доле инновационных товаров в общем объеме отгруженных товаров наиболее многочисленная группа регионов оказалась в четвертом интервале – 4,0–6,1 % (10 субъектов ЦФО).

Представляет несомненный интерес оценка тесноты связи между показателями инновационной деятельности и обобщающими показателями экономического роста региона, такими, как ВРП, индекс физического объема ВРП, темпы роста промышленного производства. Был проведен корреляционно-регрессионный анализ, позволяющий выявить и измерить количественную связь между обобщающими показателями экономического роста и индикаторами инновационного развития.

В качестве результативных, объясняемых переменных были определены показатели: валовой региональный продукт (ВРП) субъекта РФ (в текущих ценах); индекс физического объема ВРП; темпы роста промышленного производства.

Среди показателей, образующих систему индикаторов инновационной активности организаций, были отобраны следующие: 1) объем инновационной продукции в стоимостном выражении; 2) удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций; 3) уровень инновационной активности организаций; 4) затраты на инновационную деятельность в процентах от общего объема отгруженных товаров; 5) удельный вес инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров. Они играют роль объясняющих переменных.

Проведенные расчеты показали очень тесную связь между объемами ВРП и инновационных товаров, выраженными в абсолютных значениях. Коэффициент парной линейной корреляции показателей составил 0,947. Таким образом, объем производства инновационных товаров является очень значимым фактором объема ВРП.

Связь объема ВРП и удельного веса инновационных товаров в общем объеме отгруженной продукции не установлена, коэффициент корреляции составил 0,09.

Связь, которую можно характеризовать как среднюю (заметную), была выявлена между темпом роста промышленного производства и удельным весом организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций. Коэффициент парной линейной корреляции Пирсона составил 0,53. Величина рассчитанного фактического значения коэффициента корреляции больше его критического значения для данного объема выборки на уровне значимости, не превышающем 5 %.

Эконометрическая модель парной линейной регрессии зависимости темпов роста промышленного производства от удельного веса организаций, осуществляющих технологические инновации, имеет вид:

$$Y = 96.6 + 0.5 X + E$$

где:

Y – темпы роста промышленного производства, в % к предыдущему году;

X – удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций, %;

E – случайная компонента.

Содержательная интерпретация математической модели следующая: увеличение удельного веса организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций на 1 % ведет соответственно к увеличению темпов роста промышленного производства в среднем на 0,5 процентных пунктов.

Уровень инновационной активности организаций существенного влияния на темпы роста промышленного производства не показал, коэффициент корреляции составил 0,23. Теснота связи оценивается как слабая.

Также была измерена связь индекса физического объема ВРП с выделенными факторами, она оказалась либо умеренной, либо слабой. Получены следующие коэффициенты парной линейной корреляции.

Между индексом физического объема ВРП и удельным весом организаций, осуществляющих технологические инновации, установлена умеренная связь, о чем свидетельствует коэффициент корреляции, равный 0,4. Результат является статистически значимым на уровне, не превышающем 10 %.

Между индексом физического объема ВРП и затратами на инновационную деятельность в процентах от общего объема отгруженных товаров

рассчитанный коэффициент корреляции составил 0,33, что также позволяет рассматривать связь между показателями как умеренную. Однако его достоверность не подтверждена полученными результатами корреляционного анализа.

Между индексом физического объема ВРП и уровнем инновационной активности связь практически отсутствует (рассчитанный коэффициент корреляции равен 0,04).

Полагаем, что исследования взаимосвязей между индикаторами инновационной деятельности и показателями экономического развития регионов требуют продолжения. Они необходимы и на уровне отдельных регионов с учетом особенностей и перспектив развития каждого субъекта РФ.

Библиографический список

1. Антонов А. В. Системный анализ. Методология. Построение моделей: учеб. пособие по курсу «Системный анализ». Обнинск: ИАТЭ, 2001. 272 с.
2. Буров М. П. Региональная экономика и управление территориальным развитием. М.: Дашков и К, 2019. 446 с.
3. Методика расчета показателя «Удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе обследованных организаций». Утв. Приказом Росстата от 20.12.2019 г. № 788 (Ред. от 18.12.2020). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344201/ (дата обращения: 22.07.2026).
4. Методика расчета показателя «Уровень инновационной активности организаций». Утв. Приказом Росстата от 27.12.2019 г. № 818. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_344264/ (дата обращения: 22.07.2026).
5. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2025: стат. сб. / Росстат. М., 2025. 1035 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2025.pdf (дата обращения: 20.07.2026).
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2022: стат. сб. / Росстат. М., 2022. 1122 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2022.pdf (дата обращения: 20.07.2026).
7. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Вып. 10 / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, С. В. Артёмов, и др.; под ред. Л. М. Гохберга, Е. С. Куценко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: ИСИЭЗ ВШЭ, 2025. URL: <https://issek.hse.ru/news/1068199937.html> (дата обращения: 19.06.2026).
8. Рейтинг инновационных регионов России // Ассоциация инновационных регионов России. URL: <https://i-regions.ru/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya/> (дата обращения: 19.06.2026).
9. Рейтинг регионов по научно-технологическому развитию – итоги 2024 г. // РИА Рейтинг. URL: <https://riarating.ru/infografika/20251020/630287865.html> (дата обращения: 19.06.2026).
10. Терехова С. В., Иванов С. Л. Оценка вклада инновационных организаций в экономику российских регионов // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12. № 4. С. 2249–2268.
11. Угрюмова, А. А., Ерохина Е. В., Савельева М. В. Региональная экономика и управление: учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 517 с. // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. URL: <https://urait.ru/bcode/536865> (дата обращения: 22.07.2026).
12. Указ Президента РФ от 28.02.2024 № 145 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_470973/ (дата обращения: 22.07.2026).

13. *Франк Е. В.* Инновации как фактор эффективного развития и экономического роста: монография. Самара: Самарский гос. экон. ун-т, 2016. 163 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/90500/details> (дата обращения: 22.07.2026).
14. Экономический рост и инновационное развитие в регионах РФ: инструменты активизации: коллективная монография / Бурак П. И., Ростанец В. Г., Манюшис А. Ю. и др. / под ред. П. И. Бурака. 2-е изд. М.: Научный консультант, 2024. 310 с. // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. URL: <https://www.iprbookshop.ru/books/140442/details> (дата обращения: 22.07.2026).

УДК 331.1

*К. Е. Лобанова, Е. С. Здрожай, А. Б. Берендеева***РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ «5 ШАГОВ ДЛЯ ГОРОДОВ»
НА ПРИМЕРЕ МОСКОВСКОЙ И ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТЕЙ**

Аннотация. Рассмотрены цели федеральной программы «5 шагов для городов», разработанной ВЭБ.РФ и КБ «Стрелка», её суть и ключевые особенности её реализации. Данная методика применена для городов и исторических поселений Московской и Ивановской областей – выделены 14 типов городов и их характеристики. Цель – показать, как универсальные механизмы программы могут быть эффективно применены в городах Подмосковья и Ивановской области с учётом их специализации, конкурентных преимуществ и запросов жителей. На основе Стратегии социально-экономического развития Московской области на период до 2030 года раскрыты цели, ключевые приоритеты, особенности полицентричного развития. Показано разнообразие городских типов городов Подмосковья. На примере Ивановской области типы и характеристики городов и исторических поселений увязаны с народными промыслами и ремеслами, проводимыми фестивалями, брендами городов.

Ключевые слова: программа «5 шагов для городов», типология городов, исторические поселения, 14 типов городов, Московская область, Ивановская область.

*К. Е. Lobanova, E. S. Zdrozhai, A. B. Berendeeva***IMPLEMENTATION OF THE PROGRAM «5 STEPS FOR CITIES»
ON THE EXAMPLE OF THE MOSCOW AND IVANOV REGION**

Abstract. The objectives of the federal program «5 steps for cities», developed by VEB.RF and KB Strelka, its essence and key features of its implementation are considered. This technique is applied for cities and historical settlements of the Moscow and Ivanovo regions – 14 types of cities and their characteristics are highlighted. The goal is to show how the universal mechanisms of the program can be effectively applied in the cities of the Moscow region and the Ivanovo region, taking into account their specialization, competitive advantages and the needs of residents. Based on the Strategy for the socio-economic development of the Moscow Region for the period up to 2030, goals, key priorities, and features of polycentric development are disclosed. Shows the variety of urban types of cities in the Moscow region. On the example of the Ivanovo region, the types and characteristics of cities and historical settlements are linked to folk crafts and crafts held by festivals and brands of cities.

Key words: «5 steps for cities», typology of cities, historical settlements, 14 types of cities, Moscow region, Ivanovo region.

В настоящее время развивается институциональная среда поддержки малых городов и исторических поселений [10, с. 278–305].

Исследуется реализация ESG-повестки в российских регионах, малых городах [6, с. 232–276], разрабатывается система ESG-рейтингов регионов

и городов, в том числе экологическая повестка и развитие эко-городов и поселений [1].

В современной России вопросы качества городской среды, комфорта проживания и устойчивого развития стоят особенно остро. Молодое поколение предъявляет новые запросы к пространству вокруг себя: оно должно быть не только функциональным, но и экологичным, креативным, безопасным, дающим возможности для самореализации и досуга. Ответом на эти вызовы стала федеральная программа «5 шагов для городов», разработанная ВЭБ.РФ и КБ «Стрелка» [4]. Одновременно каждый регион формирует собственную стратегию, учитывающую местную специфику. Как подчеркнул министр иностранных дел Российской Федерации С. Лавров, «Московская область – это один из самых динамично развивающихся субъектов РФ, где представлены практически все современные типы городов» [5]. Понимание того, как федеральные инструменты могут быть адаптированы под конкретные типы поселений, становится ключевой задачей регионального управления.

Программа «5 шагов для городов» составлена на основе масштабного социологического исследования запросов молодёжи. Её главная цель – быстрые и позитивные преобразования городской среды, ощутимые для каждой семьи. В программе участвуют 378 городов России, и к концу 2023 г. было реализовано более 18 тыс. проектов.

Суть программы заключается в комплексном подходе к развитию городов через пять взаимосвязанных направлений («шагов»):

1. «Город рядом» (или «Город в шаговой доступности») – создание комфортной среды и функциональное разнообразие сервисов рядом с домом. Приоритетные проекты: ремонт подъездов, площадки для выгула собак, «карманные» парки. Другие направления: благоустройство витрин магазинов, остановочных павильонов, почтовых отделений. В рамках этого шага реализовано 4289 проектов, из которых 2644 – по обустройству подъездов.

2. «Сохрани планету» (устойчивый город) – снижение вредного воздействия на природу, развитие экологического мышления и экопривычек. Приоритетные проекты: пункты раздельного сбора отходов, посадка и уход за деревьями, установка фандоматов. Дополнительно: экологические уголки в учебных заведениях, экотропы, очистка берегов водоёмов. Этот шаг оказался наиболее популярным – 8938 проектов, из которых 7330 связаны с организацией пунктов раздельного сбора мусора.

3. «Вдохни жизнь» (гибкий город) – возрождение городской айдентики, уличное искусство, благоустройство заброшенных территорий, создание молодёжных центров. В числе приоритетов: паблик-арт с участием жителей, временное благоустройство парковок, районные молодёжные центры. Также тестовое благоустройство пустырей, городские артефакты, временные пешеходные зоны. Реализовано 707 проектов, большинство (421) – в форме паблик-арта.

4. «Добавь энергии» (здоровый город) – популяризация здорового образа жизни, создание условий для занятий спортом, повышение доступности правильного питания. Приоритетные проекты: развитие велоинфраструктуры, фермерские рынки и общественные огороды, инклюзивные спортивные площадки. Также: сервисные пункты в парках, площадки для экстремальных видов спорта, объекты для зимних видов спорта. Реализовано 673 проекта.

5. «Собери своих» (интересный город) – организация событий разного формата во вновь созданных местах притяжения. Приоритетные проекты:

кинопоказы, экологические лекции и мастер-классы, экологические прогулки. Дополнительно: городские лаборатории, экскурсии, фестивали здорового питания.

Ключевые особенности реализации программы заключаются в том, что команды городов реализуют три проекта внутри одного шага (два приоритетных и один на выбор), а также могут предлагать собственные креативные инициативы. Целевые показатели для каждого города зависят от численности населения, динамики роста, средней зарплаты и климата.

Однако, как показывает практика, успешная реализация федеральных программ невозможна без учёта региональной специфики. Именно поэтому важно рассмотреть, как общие принципы «5 шагов» могут быть адаптированы к условиям конкретного субъекта Федерации – в данном случае Московской области, которая обладает уникальной структурой расселения и разнообразием городских типов.

Стратегия социально-экономического развития Московской области на период до 2030 года, утверждённая постановлением Правительства Московской области от 28 декабря 2018 года № 1023/45 [13] ориентирована на достижение следующих целей:

- трансформация региона в территорию высокого уровня и качества жизни;
- развитие эффективной экономики, развитой социальной сферы и чистой экологической среды;
- создание пространства для всестороннего развития и самореализации каждого жителя.

Среди ключевых приоритетов:

- Цифровое Подмосковье – ускоренная цифровизация экономики и социальной сферы, развитие «умных» технологий, создание дата-центров, применение технологий обработки и хранения данных, развитие промышленного интернета и интернета вещей. Это соотносится с концепцией «умного города». В регионе реализуется 38 проектов с использованием искусственного интеллекта, оцифрованы все массовые госуслуги;

- Сбалансированное пространственное развитие – минимизация территориальных диспропорций в социальной сфере, экономических условиях, качестве жизни и нагрузке на окружающую среду;

- Развитие социальной сферы – улучшение условий для семей с детьми, развитие образования, здравоохранения, культуры и спорта. Например, портал «Стань мамой в Подмосковье» был отмечен на премии «Умный город»;

- Устойчивая инфраструктура – формирование инфраструктуры с учётом экономико-географического положения региона, включая транспортно-логистические узлы;

- Чистое Подмосковье – рациональное природопользование и снижение экологической нагрузки.

Московская область демонстрирует полицентричное развитие, в ней представлены практически все современные типы городов, каждый из которых развивается в соответствии со своим потенциалом. Как отмечает министр благоустройства Московской области Михаил Хайкин, подход региона к городскому планированию основан на определении территорий, которые необходимо благоустроить, с учётом запросов жителей и разделении объектов по типологии охвата.

Прежде чем перейти к анализу того, как программа «5 шагов» может быть применена в Подмосковье, необходимо детально разобраться в типологии городов региона. Ведь именно разнообразие городских типов определяет спектр возможных решений и приоритетных направлений развития.

В рамках стратегии выделены различные типы городов. ГАУ МО «НИИПИ градостроительства» разрабатывает пилотные концепции для пяти городов, отражающих разные типологии: Балашиха (полицентрический высокоурбанизированный город), Видное (полицентрический смешанный), Хотьково (город с историческим ядром), Дубна (наукоград), Яхрома (город с природно-экологическим каркасом) и др. Ниже представлена типология городов Московской области на основе различных источников (табл. 1).

Таблица 1

Типология городов Московской области

Тип города	Характеристики	Примеры городов
1. Умный город	Внедрение цифровых технологий в управление городом, инфраструктуру, услуги. Развитие IT-сектора, дата-центров, «умных» систем ЖКХ, видеонаблюдения, транспорта	Королёв (космический кластер), Фрязино (радиоэлектроника), Химки (высокотехнологичные производства), Дубна (научный центр), др.
2. Безопасный город	Низкий уровень преступности, развитая система видеонаблюдения, безопасные общественные пространства, эффективная работа экстренных служб	Красногорск (современная инфраструктура), Пушкино (низкая плотность застройки), др.
3. Город для детей	Развитая социальная инфраструктура: детские сады, школы, центры развития, безопасные пространства для игр и прогулок, программы поддержки семей	Реутов (много детских садов и школ), Мытищи (парки и игровые зоны), Балашиха [8] (программы для семей с детьми), др.
4. Креативный город	Поддержка творческих индустрий, арт-пространства, фестивали, развитие культурного туризма, креативных кластеров	Сергиев Посад (Троице-Сергиева Лавра, музеи), Коломна (Кремль, культурные мероприятия), Зарайск (исторический центр), др.
5. Наукоград	Ориентация на научные исследования и разработки, наличие НИИ, вузов, технопарков, высокотехнологичных производств	Дубна, Жуковский, Королёв, Протвино (входит в состав г.о. Серпухов), Пушкино, Реутов, Фрязино, Черноголовка, Троицк, Оболенск (все имеют статус наукограда), др. [9]
6. Промышленный город	Развитие обрабатывающей промышленности, промышленных парков, производственных кластеров. Наличие крупных предприятий и рабочих мест в промышленности	Электросталь (тяжёлое машиностроение), Ступино (металлургия), Орехово-Зуево (текстильная промышленность), Клин (химическая промышленность), др.
7. Туристический город	Развитая туристическая инфраструктура, исторические и природные достопримечательности, событийный туризм	Сергиев Посад, Коломна, Зарайск, Истра (Новоиерусалимский монастырь), Звенигород (исторические памятники), др.

8. Транспортно-логистический хаб	Расположение вблизи крупных транспортных узлов, аэропортов, железнодорожных станций. Развитие логистики, складов, распределительных центров	Химки (аэропорт Шереметьево), Домодедово (аэропорт), Люберцы (транспортные развязки), Подольск (железнодорожный узел), др.
9. Эко-город (устойчивый город)	Приоритет экологической безопасности, зелёные технологии, отдельный сбор отходов, парки и зелёные зоны, энергоэффективность	Протвино (входит в состав г. о. Серпухов, чистая среда), Пушкино (научный эко-город), др.
10. Город-спутник	Расположен вблизи мегаполиса (Москвы), выполняет функцию жилого пригорода с маятниковой миграцией. Развитая транспортная связь с центром	Мытищи, Балашиха, Химки, Люберцы, Красногорск, Одинцово, др.
11. Здоровый город	Популяризация здорового образа жизни, развитая спортивная инфраструктура, парки, велодорожки, доступность правильного питания	Одинцово (спортивные комплексы), Красногорск (парки), Долгопрудный (велодорожки), Реутов (фитнес-центры), др.
12. Индустриальный парк / ОЭЗ	Территория с особым экономическим режимом, привлекающая инвестиции в производство и инновации. Наличие резидентов, льготных условий для бизнеса	ОЭЗ «Дубна», ОЭЗ «Исток» (Фрязино), ОЭЗ «Ступино Квадрат», индустриальные парки в разных округах, др.
13. Аграрный город	Ориентация на сельское хозяйство, переработку сельхозпродукции, агротуризм. Поддержка фермерских хозяйств и местных производителей	Луховицы (овощеводство), Кашира (агропромышленный комплекс), Зарайск (фермерские хозяйства), др.
14. Культурно-исторический город	Сохранение и развитие исторического наследия, музеев, памятников архитектуры. Проведение тематических фестивалей и экскурсий	Коломна (Кремль), Зарайск (крепость), Звенигород (монастыри), Серпухов (исторические здания), др.

Понимание этой типологии открывает возможность для точной настройки федеральных инструментов под нужды каждого конкретного города. Теперь мы можем перейти к главному – сопоставлению программы «5 шагов» и выделенных типов городов, чтобы увидеть, как универсальные механизмы программы работают в конкретных условиях Подмоскovie.

Программа «5 шагов» предлагает универсальные проектные решения, однако их эффективность напрямую зависит от учёта специфики конкретного города. Рассмотрим, как шаги программы могут быть адаптированы под различные типы городов Московской области:

Для «умных городов» (Королёв, Фрязино и др.) особую актуальность приобретает шаг «Добавь энергии» в части внедрения «умных» спортивных площадок с цифровыми сервисами, а также шаг «Город рядом» – оснащение остановок интеллектуальными табло, внедрение систем умного освещения. Цифровизация ЖКХ и видеонаблюдение, характерные для умного города, коррелируют с проектами шага «Сохрани планету» (например, умные контейнеры для отдельного сбора).

Для «городов для детей» (Реутов, Мытищи и др.) приоритетны шаги «Город рядом» (безопасные и современные детские площадки, ремонт подъездов с учётом потребностей семей) и «Собери своих» (детские праздники, мастер-классы, семейные кинопоказы).

«Креативные города» (Коломна, Сергиев Посад и др.) могут активно использовать шаг «Вдохни жизнь»: паблик-арт, временные арт-объекты, фестивали, благоустройство пустырей под творческие кластеры. Шаг «Собери своих» здесь реализуется через культурные события, экскурсии, исторические реконструкции.

«Эко-города» (Протвино, Пущино и др.) идеально вписываются в шаг «Сохрани планету» – развитие экотроп, раздельный сбор, озеленение, экологическое просвещение. Также востребован шаг «Добавь энергии» через создание условий для здорового образа жизни на природе.

Промышленные города (Электросталь, Ступино и др.) нуждаются в шаге «Сохрани планету» для снижения экологической нагрузки, а также в шаге «Вдохни жизнь» – для преобразования заброшенных промышленных зон в общественные пространства. Например, в Электростали был реализован проект очистки берегов Западного пруда и благоустройства парка «Авангард», ставший победителем в шаге «Сохрани планету» [3].

Города-спутники (Балашиха, Люберцы и др.) остро нуждаются в шаге «Город рядом», чтобы снизить маятниковую миграцию и создать полноценную среду для жизни «у дома». Шаги «Собери своих» и «Вдохни жизнь» помогают сформировать локальную идентичность и сообщества.

М. Хайкин, министр благоустройства Московской области в 2021 г. на Всероссийском форуме малых городов и исторических поселений говорил о важности вовлечения жителей в процесс благоустройства территорий: «инструмент вовлечения жителей – крайне важный элемент благоустройства, так как с каждым годом мы убеждаемся, насколько важно вовлекать людей в процесс благоустройства территорий» [7].

Применим программу «5 шагов» на Ивановской области. В Стратегии социально-экономического развития Ивановской области разработан инновационный сценарий, предусматривающий сочетание развития традиционного промышленного потенциала с инновационными возможностями, дальнейшее формирование диверсифицированной структуры экономики и улучшение качества жизни на основе устойчивого роста ВРП и активной реализации кластерной политики [12].

Ивановская область – это регион с уникальной идентичностью, текстильная столица России, сочетающая богатое историческое наследие с современными производствами и туристической инфраструктурой.

Города Ивановской области обладают самобытностью, сильно отличающейся от Подмоскovie. В основном это бывшие текстильные столицы, города с богатой историей и уникальной культурой.

Применяя программу «5 шагов», адаптированную к социально-экономическим особенностям региона, мы можем выделить следующие типы городов и их характеристики (табл. 2).

Таблица 2

Типология городов Ивановской области

№ п.п.	Тип города	Примеры городов
1	Умный город	Иваново (областной центр), с. Новоталицы (Ивановский район) [11]
2	Безопасный город	Иваново (муниципальная программа «Безопасный город»), Кохма (муниципальная программа «Безопасный город»)
3	Город для детей	Кинешма (достаточное количество детских садов и школ, высокая инвестиционная активность в социальную сферу, благоустройство общественных пространств с детскими площадками)
4	Креативный город	Юрьевец (Международный кинофестиваль «Зеркало», креативное пространство «Лабаз», площадка для проведения российской креативной недели), Шуя (фестиваль «Русское рождество», локальные бренды (Шуйская водка, шуские ситцы, шуйское мыло), площадка для проведения российской креативной недели) Палех (Арт-центр «Мастерские», лаковая миниатюра, иконопись, Сельская биеннале современного искусства «Преображение») [2] Плёс (Фестиваль моды «Плёт на Волге. Льяная палитра», фестиваль «Хоровое лето в Плесе», мастерская «Хохломы»)
5	Наукоград	-
6	Промышленный город	Кинешма (машиностроение, легкая промышленность, химическая промышленность), Шуя (легкая промышленность, деревообработка (Эггер), производство электроники (Аквариус)) Легкая промышленность (Вичуга, Родники, Фурманов, Приволжск, Тейково, Южа, Наволоки)
7	Туристический город	Юрьевец, Плес, Шуя, Палех (Уникальное культурно-историческое наследие (памятники архитектуры, музеи), живописное расположение. Высокий туристический потенциал)
8	Транспортно-логистический хаб	Иваново-Лежнево (крупные сортировочные центры Wb, Ozon) Иваново-Шуя («Деловые линии») Кинешма (крупный транспортный узел по Волге)
9	Эко-город (устойчивый город)	Родники, Пучеж, Кинешма (Преобразование территорий в зеленые рекреационные зоны благодаря федеральным грантам)
10	Город-спутник	Кохма
11	Здоровый город	Шуя (центр зимних видов спорта), Кинешма (академическая гребля)
12	Индустриальный парк / ОЭЗ	Родники (текстильные и швейные производства)
13	Аграрный город	Гаврилов-Посад
14	Культурно-исторический город	Юрьевец (Международный кинофестиваль «Зеркало», креативное пространство «Лабаз», площадка для проведения российской креативной недели),

		Шуя (фестиваль «Русское рождество», локальные бренды (Шуйская водка, шуские ситцы, шуйское мыло), площадка для проведения российской креативной недели) Палех (Арт-центр «Мастерские», лаковая миниатюра, иконопись, Сельская биеннале современного искусства «Преображение») [2] Плес (Фестиваль моды «Плёт на Волге. Льянная палитра», фестиваль «Хоровое лето в Плесе», мастерская «Хохломы»)
--	--	---

Программа «5 шагов» предлагает многочисленные проектные решения, но их результативность зависит от характеристик определенного города. Рассмотрим, как эти шаги будут адаптированы под разные типы городов в Ивановской области:

Для умных городов (Иваново (областной центр), с. Новоталицы (Ивановский район) может быть применим такой шаг, как «Город рядом» – например, введение умных остановок со встроенным Wi-fi модулем, что особенно актуально для Ивановской области.

Для безопасных городов Иваново и Кохма (где реализуются муниципальные программы «Безопасный город») может быть актуален снова такой шаг как «Город рядом», проявляющийся в данном случае во введении системы видеонаблюдения во дворах и парках, а также завершения программы «Светлый город».

В городах для детей, например, в Кинешме (где достаточное количество детских садов и школ, высокая инвестиционная активность в социальную сферу, благоустройство общественных пространств с детскими площадками) также может быть внедрен такой шаг как «Город рядом», предполагающий создание современных и безопасных детских площадок.

Шаги «Вдохни жизнь» и «Собери своих» являются актуальными для креативных, культурно-исторических и промышленных городов (Юрьево, Шуя, Палех, Плёт) Они предполагают восстановление исторических неиспользуемых, заброшенных территорий и пространств под знаковые городские события и арт-объекты. В этих ивановских городах развиваются народные художественные промыслы и ремесла (лаковая миниатюра, иконопись, др.), проходит много фестивалей: «Русское рождество», фестиваль моды «Плёт на Волге», «Льянная палитра», «Хоровое лето в Плесе», др. Развиваются локальные бренды: Шуйская водка, Шуйские ситцы, Шуйское мыло, др. Созданы площадка для проведения российской креативной недели, Арт-центр «Мастерские», мастерская «Хохломы», сельская биеннале современного искусства «Преображение» и т. д. [2]

Шаг «Город рядом» будет актуален для туристических городов (Юрьево, Плёт, Шуя, Палех). Он будет включать в себя создание комфортной городской среды, благоустройство ключевых общественных пространств и знаковых мест в городах.

Такие шаги как «Сохрани планету» и «Добавь энергию» характерны для эко-городов и здорового города (Родники, Пучеж, Кинешма, Шуя). Они заключаются в создании эко-маршрутов через экологически чистые места города, развитие велоспорта и вело инфраструктуры.

Шаг «Город рядом» характеризует для такого типа города как индустриальный парк – это Родники, где развиты текстильные и швейные произ-

водства. Он подразумевает в себе благоустройство прилегающей к нему территории и строительство инфраструктуры необходимых для проживания.

Выводы

Таким образом, гибкость программы «5 шагов» позволяет каждому городу выбрать те проекты, которые максимально соответствуют его типу и стратегическим приоритетам.

Интеграция федеральной программы «5 шагов для городов» и региональной стратегии Московской области открывает широкие возможности для устойчивого и сбалансированного развития городов Подмоскovie. Программа предлагает готовые, апробированные решения, ориентированные на запросы молодёжи, а типология городов региона позволяет адаптировать эти решения под конкретные условия развития: экономические, социальные, экологические и культурные.

Ключевым фактором успеха становится вовлечение жителей в преобразование городской среды, что заложено в самой философии «5 шагов».

Для Московской области, с её полицентричной структурой и разнообразием городских типов, такой подход особенно важен: он позволяет не только улучшить качество жизни в каждом конкретном городе, но и усилить его конкурентные преимущества, будь то научный потенциал Дубны, туристическая привлекательность Коломны или инновационный статус Королёва.

Дальнейшее развитие должно идти по пути синхронизации федеральных и региональных инструментов, а также обмена лучшими практиками между городами разных типов. Это позволит Подмоскovie оставаться территорией высокого уровня жизни и примером эффективного пространственного развития для других регионов России.

На примере Ивановской области мы увидели, что программа «5 шагов» предлагает широкие проектные решения, которые могут быть адаптированы под специфику любого региона Российской Федерации.

Библиографический список

1. Берендеева А. Б. ESG-рейтинги российских регионов // Вестник Иван. гос. ун-та. Сер.: Экономика. 2024. № 2. С. 7–18.
2. Визит Иваново. Сельская биеннале современного искусства «Преображение». URL: <https://visitivanovo.ru/preobrazhenie> (дата обращения: 05.04.2026).
3. ВЭБ.РФ. ВЭБ.РФ подвёл итоги программы городского развития. URL: https://russia.ru/news/piat-sagov-dlia-gorodov-vebrf-podvel-itogi-programmy-gorodskogo-razvitiia?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 12.04.2026).
4. ВЭБ.РФ. Пять шагов для городов. URL: <https://вэб.рф/five-steps/> (дата обращения: 05.04.2026).
5. Лавров: Подмоскovie – один из самых динамично развивающихся регионов. URL: <https://radio1.ru/news/obschestvo/lavrov-podmoskove-odin-iz-samyh-dinamichno-razvivayushih-sya-regionov-23253/> (дата обращения: 12.04.2026).
6. Малые города Ивановской области: штрихи к социологическому портрету: науч. изд. / под общ. ред. Е. В. Панкратовой. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2025. 323 с.
7. Михаил Хайкин рассказал о городском планировании Подмоскovie на Всероссийском форуме малых городов и исторических поселений. URL: <https://minblag.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/25-08-2021-13-24-01-mikhail-khaykin-rasskazal-o-gorodskom-planirovanii> (дата обращения: 12.04.2026).
8. Молодые семьи из городского округа Балашиха смогут улучшить жилищные условия. URL: <https://minzhil.mosreg.ru/sobytiya/novosti-ministerstva/13-11-2023->

- 09-05-52-molodye-semi-iz-gorodskogo-okruga-balashikha-smogu (дата обращения: 12.04.2026).
9. Научноградская область Московской области. URL: <https://mosregdata.ru/article/naukogrady-moskovskoy-oblasti> (дата обращения: 12.04.2026).
 10. Потенциал малых городов Ивановской области: социолого-экономический анализ: коллективная монография / под общ. ред. Е. В. Панкратовой. Иваново: Иван. гос. ун-т, 2026. 487 с.
 11. Проектная дирекция Минстроя России. 1 место в номинации «Умный город» конкурса «Лучшая муниципальная практика» занял проект из Ивановской области. URL: <https://pdmstroy.ru/vedomstvennyy-proekt-umnyy-gorod/tpost/udgmd-muih1-1-mesto-v-nominatsii-umnii-gorod-konkurs> (дата обращения: 12.04.2026)
 12. Смоляк Р. Г., Горелова П. И., Берендеева А. Б. Направления реализации инновационного сценария развития Ивановской области // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2026. № 1. С. 17–26. URL: <https://ivanovo.ac.ru/upload/medialibrary/76e/76e9a572ecb77132a890e3c159b40b65.pdf> (дата обращения: 20.05.2026).
 13. Стратегия социально-экономического развития Московской области на период до 2030 года. URL: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?doc_itself=&backlink=1&nd=112371786&page=1&rdk=0#I0 (дата обращения: 05.04.2026).

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 334.7:338.45

С. С. Игнатьев, Е. Е. Иродова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КЛАСТЕРНОЙ И ЭКОСИСТЕМНОЙ МОДЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности промышленных кластеров и промышленных экосистем. Анализируются их определения на основе мнения авторов, исследующих данный вопрос, функции и рассматриваются отличительные признаки. Разбирается организационная структура кластеров и экосистем, определяются отличительные черты. В ходе исследования автор определил критерии сравнения: принцип взаимодействия участников, характер взаимоотношений участников, организационная структура, адаптивность структуры к внешним факторам, влияние современных технологий, характер экономических связей, масштабирование, обмен информацией. Отмечаются отличительные черты промышленных кластеров и промышленных экосистем, определяются сильные и слабые стороны представленных концепций. По итогам проведенного анализа автор делает выводы по кластерам и экосистемам.

Ключевые слова: промышленные экосистемы, промышленные кластеры, промышленность, конкурентоспособность, цифровые платформы.

S. S. Ignatiev, E. E. Irodova

COMPARATIVE ANALYSIS OF CLUSTER AND ECOSYSTEM MODELS OF INDUSTRIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT

Abstract. This article examines the characteristics of industrial clusters and industrial ecosystems. Their definitions, functions, and distinctive features are analyzed based on the opinions of authors researching this issue. The organizational structure of clusters and ecosystems is examined, identifying their distinctive features. During the study, the author identified comparison criteria: the principle of participant interaction, the nature of participant relationships, organizational structure, the structure's adaptability to external factors, the influence of modern technologies, the nature of economic ties, scalability, and information exchange. Distinctive features of industrial clusters and industrial ecosystems are highlighted, and the strengths and weaknesses of the presented concepts are identified. Based on the analysis, the author draws conclusions regarding clusters and ecosystems.

Key words: industrial ecosystems, industrial clusters, industry, competitiveness, digital platforms.

Современный этап развития экономики характеризуется структурными изменениями, связанными с усложнением производственных цепочек, структурными изменениями и глобализацией рынков.

Одной из наиболее распространенных моделей организации взаимодействия предприятий принято считать промышленные кластеры.

Зарождение теории кластерного развития началось в конце XX века профессором Гарвардской школы бизнеса Майклом Портером. В своих исследованиях он проводил анализ ведущих отраслей экономики различных стран через призму их конкурентоспособности. По мнению М. Портера, кластер – особая форма совокупности территориально локализованных взаимосвязанных хозяйствующих субъектов, включающих поставщиков, производителей и посреднические структуры, образовательные учреждения и органы государственной власти, функционирующие в рамках определенной отрасли и обеспечивающие взаимное дополнение и усиление экономической деятельности друг друга [6].

М. Портер делал вывод, что конкурентоспособность государства целесообразно анализировать не с позиции отдельных компаний, а через уровень международной конкурентоспособности кластеров, состоящих из взаимосвязанных предприятий различных отраслей. При этом ключевое значение приобретает способность кластеров эффективно использовать свои внутренние ресурсы для формирования устойчивых конкурентных преимуществ.

Рассмотрим, как определяют понятие «промышленный кластер» авторы, исследовавшие эту тему. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Определение понятия «промышленный кластер» и авторы

№	Определение	Автор
1	Совокупность компаний, осуществляющих деятельность в рамках одной отрасли, территориально расположенных в непосредственной близости друг от друга [12]	Лоурен Э. Янг
2	Современная форма реализации преимуществ отраслевой концентрации предприятий и эффективного регионального управления, основанная на углубленном взаимодействии бизнеса и государства [9]	Вестон Э. Прайс
3	Совокупность взаимосвязанных отраслей промышленности, обладающих устойчивой специализацией и высокой конкурентоспособностью в системе международного разделения труда [5]	А. В. Бирюков
4	Сеть взаимосвязанных и относительно независимых производственных предприятий, сервисных организаций, рыночных институтов и потребителей, взаимодействующих в рамках единой экономической системы [3]	М. Афанасьев Л. Мясникова
5	Объединение, включающее предприятия взаимосвязанных отраслей, государственные структуры, образовательные, финансовые и общественные организации [4]	К. Кетелс

Можно сделать вывод, что отличительной особенностью промышленного кластера является территориальная локализация участников. Сокращенное территориальное расстояние между участниками кластера способствует снижению транспортных и транзакционных издержек. Дополнительно между участниками формируется сеть обмена информацией, знаниями и опытом,

позволяющая эффективно развиваться и качественно влиять на производственный процесс. Это одна из функций промышленного кластера.

Также в качестве функций промышленного кластера можно выделить:

- создание совместных технологий и программ, их ускоренное внедрение;
- формирование благоприятной среды для развития многопрофильной структуры экономики;
- активное взаимодействие бизнеса и научных центров, стимулирующее инновационное развитие;
- обеспечение населения рабочими местами с постоянным повышением квалификации персонала;
- стимулирование привлечения частного и иностранного капитала в экономику;
- рост конкурентоспособности предприятий на мировых рынках за счет улучшения качества продукции [1].

Опираясь на определение понятия «промышленный кластер» можно отметить, что организационная структура кластера представляет собой устойчивую систему взаимодействия между предприятиями, в которой все участники сохраняют самостоятельность, но в тот же момент находятся в активном сотрудничестве друг с другом.

Представим организационную структуру промышленного кластера на рис. 1.



Рис. 1. Организационная структура промышленного кластера

Важное значение в функционировании кластеров играют научно-исследовательские центры, органы государственной власти и финансовые институты. Они формируют среду инновационного развития и ресурсного обеспечения, позволяющую организовать устойчивое взаимодействие всех участников и повысить их конкурентоспособность.

На текущий момент кластерный подход обладает актуальностью в высокотехнологичных отраслях, машиностроении, металлургии и химической

промышленности. Количество промышленных кластеров в Российской Федерации увеличивается с каждым годом, динамика представлена на рис. 2.

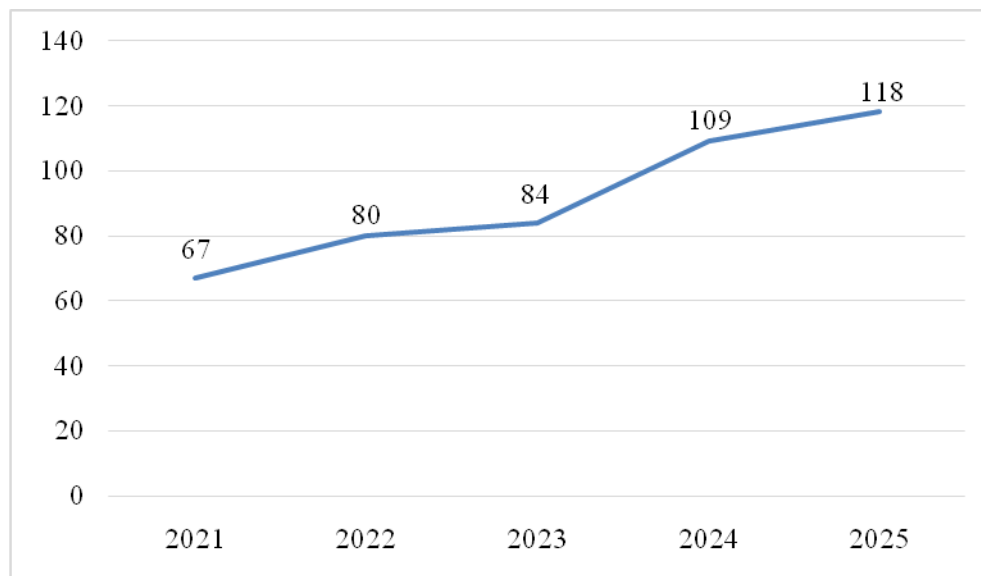


Рис. 2. Динамика промышленных кластеров Российской Федерации за 2021–2025 годы [2]

Активный рост количества кластеров можно объяснить тем, что с каждым годом увеличивается пакет льгот для участников. Так, например, в 2023 году, изменилось налоговое и таможенное администрирование, снизилась фискальная нагрузка по страховым взносам на фонд оплаты труда, было введено льготное кредитование.

Можно сделать вывод, что в настоящее время кластерный подход обладает актуальностью и востребованностью, однако стоит отметить, что с течением времени и активными изменениями в экономике, возникали новые тренды, в том числе и экосистемный подход.

Впервые об экосистемах в экономике заговорил Дж. Ф. Мур, обозначив понятие «экосистема», как экономическое сообщество, в состав которого входят субъекты, взаимодействующие между собой [7].

Рассматривая промышленные экосистемы, хочется отметить позиции авторов, изучающих данный вопрос.

В своей работе Г. Б. Клейнер определял, что промышленная экосистема – это «устойчивые социально-экономические образования, органически сочетающие черты кластеров, холдингов, финансово-промышленных групп, технопарков и бизнес-инкубаторов» [8]. Стоит отметить, что данный вид экосистем является многоуровневой сетью взаимодействий, сочетающую рыночные, иерархические и сетевые механизмы координации. Подобная форма организации позволяет обеспечить адаптацию к технологическим изменениям и обеспечить генерацию новых продуктов.

Е. В. Попов отмечает, что промышленная экосистема определяется взаимодействием экономических субъектов, на основе специальных площадок, созданных промышленным архитектором [11].

Представим организационную структуру промышленной экосистемы на рис. 3.

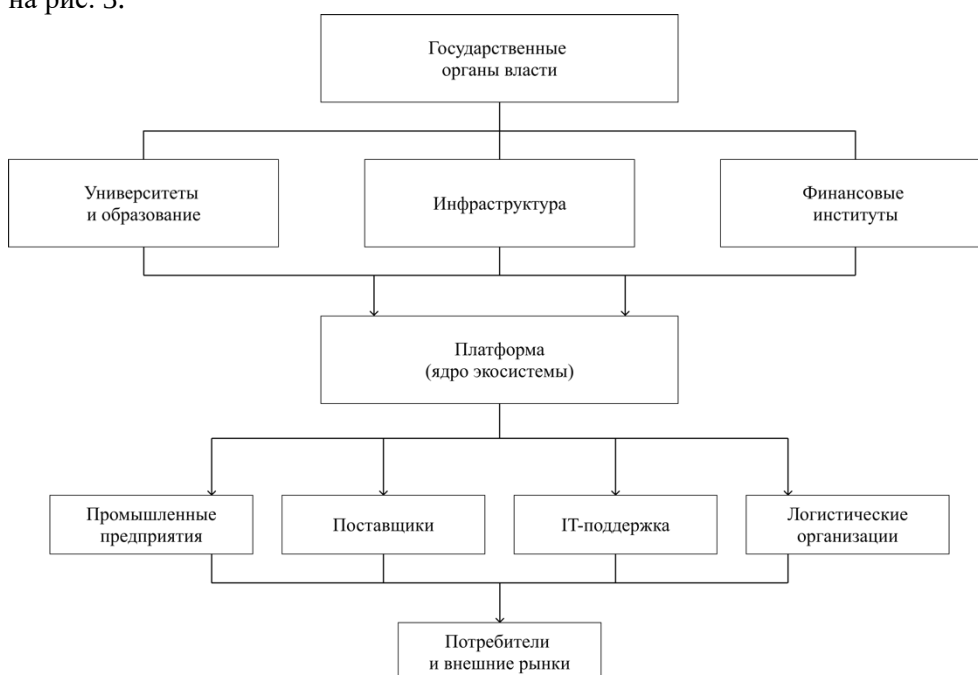


Рис. 3. Организационная структура промышленной экосистемы

Внутри экосистемы принято выделять ядро, которое представляет конкретного участника, технологию или платформу. Этот лидер экосистемы организует взаимодействие участников, обмен инновациями, знаниями и опытом.

Стоит отметить, что в промышленных экосистемах выделяют активных и пассивных субъектов. Среди активных субъектов выделяют участников, способствующих развитию технологий внутри экосистемы. Они формируют новые направления деятельности. Пассивные субъекты характеризуются потреблением уже существующих технологических решений. Но даже при таких условиях они позволяют обеспечить устойчивость среди других участников [10].

По данной структуре можно сделать вывод, что к функциям промышленных экосистем можно отнести:

- повышение эффективности производства за счет оптимизации затрат участников экосистемы;
- выстраивание производственных процессов, опираясь на устойчивое, в рамках установленных правил, взаимодействие участников;
- ускоренная адаптация к влияющим на производство внешним факторам;
- инновационное развитие всех участников производственного процесса;
- упрощение входа для новых участников.

Функции промышленных систем идут напрямую от признаков, присущих им. Здесь можно выделить присутствие четких механизмов координации между участникам, что позволяет сократить риски при реагировании на

внешние факторы. Устойчивость самой системы определяется рядом правил и норм, которые принимают участники при входе в промышленную экосистему. Также стоит отметить, что устойчивость и эффективность взаимодействия участников экосистемы обеспечивается за счет снижения трансакционных издержек.

Можно сделать вывод, что объединяющей чертой промышленных кластеров и промышленных экосистем является формирование устойчивого развития участников, входящих в эти объединения.

Резюмируем отличительные черты промышленных кластеров и экосистем по критериям в таблице 2.

Таблица 2

**Отличительные черты промышленных кластеров
и промышленных экосистем**

Критерий	Промышленный кластер	Промышленная экосистема
Принцип взаимодействия участников	Производственная кооперация по территориальному признаку	Платформенное взаимодействие
Характер взаимоотношений участников	Территориально сконцентрированная форма взаимодействия	Сетевая форма взаимодействия
Организационная структура	Устойчивая и стабильная структура	Легко изменяющаяся структура за счет выстроенных механизмов
Адаптивность структуры к внешним факторам	Средний	Высокий
Влияние современных технологий	Инновации позволяют поддерживать стабильность существующей системы	Инновации играют ключевую роль в существовании и развитии системы
Характер экономических связей	Стабильно выстроенные связи между участниками	Изменяющиеся под потребность участников связи
Масштабирование	Низкий уровень, связанный с территориальными признаками	Высокий уровень масштабирования
Обмен информацией	Низкая скорость передачи	Высокая скорость передачи, связана с наличием цифровой платформы

Можно сделать вывод, что промышленный кластер и промышленная экосистема имеют как свои отличительные плюсы, так и недостатки. По таблице 2 видно, что ключевым отличием между кластером и экосистемой является принцип взаимодействия участников. Кластерная модель ограничивается территориальным признаком, что не позволяет ей масштабироваться и обеспечить гибкое взаимодействие участников. Однако создание подобных производственных агломераций может положительно сказываться на накоплении опыта и более тесном взаимодействии между участниками во внедрении новых технологий, что снижает риск непредсказуемости. Экосистемный подход не ограничивается территориальным признаком, за счет развитой цифровой платформы он объединяет в себе множество участников, взаимодействующих через цифровые сети. Такой подход позволяет легко масштабироваться,

внедрять новые технологии в производство и обеспечивать гибкое взаимодействие между участниками, исходя из их запросов. Также здесь можно отметить и минус такого построения взаимодействия в виде зависимости участников от цифровой платформы, играющей ключевую роль во взаимодействии элементов экосистемы. Это повышает риск монополизации и потребность постоянных инвестиций в развитие цифровой инфраструктуры.

Стоит отметить и характер экономических связей между участниками кластера и экосистемы. Внутри кластерной системы, за счет сниженной возможности входа новых участников, формируется устойчивая система взаимодействия, которая может ограничивать возможность повышать эффективность производства, перенимать новый опыт и выходить на новые рынки. Взаимодействие с научными центрами и институтами не всегда позволяет получать ожидаемый результат. Экосистемы отличаются от кластеров, за счет сетевого формата взаимодействия, широкой возможностью получения новых данных и технологий. Экономический характер взаимодействия внутри экосистемы характеризуется возможностью участников подстраиваться под цели и под конкретные задачи производства, элементы экосистемы могут взаимозаменять друг друга, что делает процесс эффективнее, а инновационную активность выше.

Также экосистемный подход обеспечивает более высокую адаптивность к изменениям и воздействию внешних факторов. За счет сетевого взаимодействия обеспечивается гибкость участников, а при необходимости в производственный процесс могут быть интегрированы новые элементы. Кластерная система не обладает такой возможностью, она ограничивается территориальным признаком и сложностью внесения изменений в свои процессы.

Таким образом, можно сделать вывод, что промышленные кластеры и промышленные экосистемы обладают как сильными сторонами, так и имеют свои слабости. Определение подхода, наиболее точно закрывающего потребности производственного процесса, исходит из целей, внешних факторов и отрасли производства.

Библиографический список

1. *Артикова Ш. И.* Значение промышленных кластеров в развитии структурной структуры экономики // *Journal of marketing, business and management*. 2025. № 9 (3). С. 46–47.
2. Атлас промышленности. Государственная информационная система промышленности (ГИСП). URL: <https://gispr.gov.ru/gisip/#/?lng=ru> (дата обращения: 12.05.2026).
3. *Афанасьев М.* Мировая конкуренция и кластеризация экономики // *Вопросы экономики*. 2005. № 4. С. 75–86.
4. *Березовский Д. С.* Промышленные кластеры: определение, сущность и особенности формирования // *Вестник МГУП имени Ивана Федорова*. 2012. № 2. С. 20–32.
5. *Бирюков А. В.* Кластерная политика как фактор повышения конкурентоспособности предприятий оборонных отраслей промышленности // *Микроэкономика*. 2009. Т. 5. С. 70–75.
6. *Бузыкина Т. А.* Кластерная теория М. Портера и ее практическое применение в российском опыте // *Журнал экономической теории*. 2011. № 1. С. 118–122.
7. *Каленов О. Е.* Цифровые экосистемы организаций // *Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова*. 2022. № 1 (121). С. 139–147.

8. Клейнер Г. Б. Промышленные экосистемы: взгляд в будущее // Экономическое возрождение России. 2018. № 2 (56). С. 53–62.
9. Погодина Е. А. Теоретические подходы к сущности понятий «экономический кластер» и «кластерная политика» // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. Т. 10, № 37 (274). С. 54–66.
10. Попов Е. В. Межфирменные взаимодействия. М.: Юрайт, 2024. 276 с.
11. Попов Е. В. Структура промышленных «экосистем» в цифровой экономике // Менеджмент в России и за рубежом. 2019. № 4. С. 3–11.
12. Янг Лоурен Э. Технопарки и кластеры фирм. К.: ПЕРУ, 1995. 7 с.

УДК 659.11

Н. В. Балабанова, А. А. Валинурова, К. Т. Валинурова

РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ К РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА – ЛИДЕРА РЫНКА

Аннотация. Разработка рекламной стратегии банка – это всегда сложный многоступенчатый процесс, учитывающий особенности целевой аудитории. Особенно сложной для рекламного продвижения является молодёжная аудитория, запросы которой постоянно меняются. Новый сегмент банковского бизнеса с долгосрочными целями – образовательные проекты, опосредованно формирующие имидж банков. В работе проведён конкурентный анализ трёх крупнейших игроков банковского рынка на предмет работы с молодёжной аудиторией, были выявлены сильные и слабые стороны рекламного продвижения в данном сегменте. Решая задачу оценки рекламной деятельности организации АО «Альфа-банк», было выявлено, что, несмотря на верный выбор каналов коммуникации и ориентацию на целевую аудиторию, продвижение платформы «Альфа-Будущее» демонстрирует ряд существенных недостатков. К ним относятся информационная перегруженность телевизионных роликов, недостаточная информативность контекстной рекламы, наличие отвлекающих элементов на сайте, а также дисбаланс между рациональной и эмоциональной составляющей коммуникаций. Предложен ряд решений.

Ключевые слова: реклама, анализ конкурентов, рекламные коммуникации, банковские продукты.

N. V. Balabanova, A. A. Valinurova, K. T. Valinurova

DEVELOPING RECOMMENDATIONS FOR THE ADVERTISING ACTIVITIES OF THE MARKET LEADER BANK

Abstract. Developing a bank's advertising strategy is always a complex, multi stage process that takes into account the characteristics of the target audience. The youth audience is particularly challenging for advertising promotion, as its needs are constantly changing. A new segment of the banking business with long term goals is educational projects, which indirectly shape banks' image. The study conducted a competitive analysis of the three largest players in the banking market in terms of their work with the youth audience and identified the strengths and weaknesses of advertising promotion in this segment. In addressing the task of evaluating the advertising activities of JSC «AlfaBank», it was revealed that, despite the correct choice of communication channels and focus on the target audience, the promotion of the «AlfaFuture» platform demonstrates a number of significant shortcomings. These include the information overload in TV commercials, insufficient informativeness of contextual advertising, the presence of distracting elements on the website, and an imbalance between the rational and emotional components of communications. A number of solutions have been proposed.

Key words: advertising, competitor analysis, advertising communications, banking products.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях высокой конкуренции на рынке банкинга рекламная деятельность становится важным инструментом поддержания лояльности существующих клиентов и привлечения новых. Современный потребитель ежедневно сталкивается с большим количеством рекламных сообщений, поэтому фирмам приходится «бороться» за внимание аудитории. В этих условиях необходима продуманная рекламная стратегия. Особую значимость приобретает визуальная идентичность, позволяющая бренду выделиться в перенасыщенном информационном пространстве.

В банковской сфере рекламные коммуникации традиционно направлены на продвижение финансовых продуктов и сервисов [1]. Однако сейчас коммуникационное поле начинает расширяться, в него включаются образовательные инициативы.

СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОТРАСЛИ БАНКИНГА

Российский рынок банкинга сейчас представляет собой национальный рынок финансовых услуг с чертами олигополии. По механизму функционирования это высокорегулируемый рынок с интенсивной конкуренцией. Ключевую роль играет ограниченное число системно значимых игроков. С точки зрения соотношения спроса и предложения рынок является избыточным – предложение банковских услуг превышает спрос и при этом он остаётся полностью легальным. Характеризуется сочетанием розничных операций по обслуживанию физических лиц с оптовыми услугами для корпоративных клиентов и государственных учреждений.

В 2025 году российские банки окончательно перестроили свою работу, перейдя на собственные технологические решения. Уход международных платёжных систем стимулировал развитие национальных альтернатив. Карта «Мир» достигла 419 млн выпущенных экземпляров, а Система быстрых платежей (СБП) показала следующие объёмы – свыше 4,6 трлн р. в первом квартале 2025 года. Доля QR-платежей в обороте малого бизнеса выросла до 20 % (обусловлено более низкими комиссиями) [2].

Трендом в банковском секторе выступает трансформация классических банков в многофункциональные экосистемы. Этому переходу способствовало развитие цифровых технологий и внедрение искусственного интеллекта. В рамках экосистемы банки эффективнее собирают и обрабатывают данные о клиентах, что позволяет предлагать персонализированные продукты с меньшими издержками [3, с. 351].

Основными игроками на рынке являются универсальные банки с государственным участием (такие как «Сбера», «ВТБ»), крупные частные банки («Альфа-Банк», «Т-Банк»), а также специализированные и региональные кредитные организации. Значительную роль также играют небанковские кредитные организации, предлагающие отдельные расчётные и платёжные услуги [4].

Специфика рекламной деятельности в банковской отрасли заключается в высокой конкуренции и «рекламном шуме». Это создает особые препятствия для небольших или новых банков с ограниченным бюджетом, вынуждая их тщательно просчитывать отдачу от каждого инструмента и выбирать наиболее результативные каналы продвижения [5, с. 36].

Основными инструментами коммуникаций и продвижения в банковском секторе являются: реклама в прессе (рекламные объявления и обзорно-рекламные публикации в газетах, журналах); печатная реклама (подарочные издания); аудиовизуальная реклама (теле- и радиоролики); рекламные сувениры (фирменные изделия, упаковочные материалы); а также прямая почтовая реклама (директ-мейл).

«АЛЬФА-БУДУЩЕЕ» КАК УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ БАНКОВСКОГО РЫНКА

«Альфа-Банк» является единственным крупным российским банком, который реализует масштабный образовательный проект «Альфа-Будущее». Проект объединяет программы поддержки студентов и преподавателей, грантовые инициативы, формирование бесплатных магистратур, создание кафедр и многое другое [6].

Проблема исследования заключается в отсутствии устоявшихся подходов к рекламному продвижению образовательных проектов внутри банковской сферы. Платформа «Альфа-Будущее» является уникальной для российского рынка и отсутствие прямых аналогов приводит к тому, что невозможно опираться на готовые отраслевые модели продвижения. Эффективность рекламной деятельности проекта может быть оценена только через анализ того, насколько выбранные коммуникационные решения согласуются с целевой аудиторией, задачами платформы и современными тенденциями в образовательной среде.

«Альфа-Будущее» скорее можно отнести к услуге, чем к продукту, поскольку он представляет собой динамичную экосистему возможностей, а не статичное предложение.

Этот проект предлагает разнообразный ассортимент форматов взаимодействия: обучающие программы, стажировки, конкурсы, экскурсии в офисы банка, кейс-чемпионаты, гранты, стипендии и лекции. Значимость этой услуги для потребителя заключается в становлении «Альфа-Будущего» как социального лифта, решающим важные задачи: проект предоставляет прямую финансовую поддержку через гранты и стипендии, финансирует обучение в магистратуре, а также через всероссийские хакатоны даёт практические навыки [7].

Визуальное оформление проекта, представленное на рис. 1 и 2, отражает его динамичный характер.



Рис. 1. Сайт «Альфа-Банка» с проектом «Альфа-Будущее» № 1 [7]

На Рис. 1.1 показан раздел «Альфа-Будущее» с чётким навигационным меню, включающим такие категории, как: «Стажировки», «Образование», «График», «Статистика», «Мероприятия» и «Карьера». Это создаёт впечатле-

ние структурированного и профессионального портала. Однако призыв «Даже больше с Альфа-Картой», повторяющийся в бегущей строке, создаёт когнитивный диссонанс, поскольку не имеет прямой смысловой связи с образовательной тематикой проекта. Данный рекламный элемент, ориентированный на продвижение банковского продукта, может отвлекать пользователей от основного контента, создавая визуальный шум.

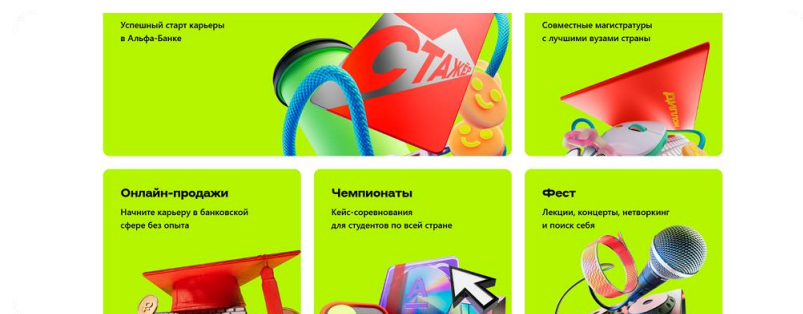


Рис. 2. Сайт «Альфа-Банка» с проектом «Альфа-Будущее» № 2 [7]

Рис. 2 визуализирует конкретные направления проекта, такие, как «Успешный старт карьеры в Альфа-Банке», «Совместные магистратуры с лучшими вузами страны», «Онлайн-продажи» для начала карьеры без опыта, чемпионаты как кейс-соревнования и «Фест» с лекциями, концертами и нетворкингом. Этот визуальный ряд передаёт многообразие путей развития, доступных участнику.

Потребительский спрос на услугу «Альфа-Будущее» характеризуется как высокий, что подтверждается количеством вузов-партнёров (300 по всей стране) и студентов (3 млн человек). Состояние спроса является растущим со стороны двух основных групп: студентов, испытывающих дефицит практического опыта и карьерных траекторий, и вузов, заинтересованных в усилении прикладной составляющей образования и трудоустройстве выпускников. Реальные покупатели услуги (в контексте бесплатного для пользователя проекта, где «покупка» выражается в вовлечении и инвестиции времени) – это студенты старших курсов бакалавриата и магистратуры, а также выпускники вузов, имеющие амбиции. Их вкусы и привычки сформированы цифровой средой: они ценят персонализацию, возможность получить измеримый результат – будь то сертификат, приглашение на стажировку или победа в чемпионате. Их ключевой навык – умение ориентироваться в большом потоке информации и отбирать релевантные возможности. Однако они часто испытывают трудности с переходом от теории к практике и построением профессиональных связей.

Потенциальными покупателями являются студенты курсов помладше, начинающие задумываться о карьере, а также молодые специалисты с опытом, ищущие возможности для переквалификации/карьерного роста. Основным источником информации о «Альфа-Будущем» для них служат цифровые каналы: официальный сайт и социальные сети «Альфа-Банка» (например, в Telegram), партнёрские вузы, которые интегрируют информацию о проекте в свою образовательную среду, и сарафанное радио в студенческих сообществах. Ёмкость рынка огромна и оценивается практически всем студенческим контингентом России, составляющий несколько миллионов человек.

Услугами-субститутами выступают несколько категорий. Во-первых, это платформы по поиску работы (например, «HeadHunter»), предлагающие трудоустройство, но не обеспечивающие образовательного пути. Во-вторых, это отдельные образовательные платформы (например, «Яндекс Практикум»), которые дают знания, но часто без гарантированной интеграции с работодателем и финансовой поддержки. В-третьих, это стипендиальные программы отдельных фондов (например, «Потанин»), которые решают вопрос финансирования, но не всегда связаны с последующим трудоустройством и практикой. Ключевое преимущество «Альфа-Будущего» в этой конкурентной среде – его комплексность, объединяющая все составляющие. Это уникальное ценностное предложение, слабо покрываемое субститутами.

Ситуация потребления услуги возникает на финальных этапах профессионального становления молодого человека: когда студент ищет практическое применение своей теоретической базе. Он выбирает дальнейшую образовательную траекторию, а молодой специалист нуждается в нетворкинге. Уникальным свойством услуги является ее комплексность – она объединяет финансовую поддержку с практико-ориентированными форматами развития. Основное отличие от конкурентов заключается в интеграции образовательных возможностей с ресурсами финансового института: функционально это выражается в прямом доступе к работодателю, возможности участия в реальных бизнес-процессах; эмоционально – в уверенности в карьерных перспективах.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БАНКА

Целевая аудитория проекта «Альфа-Будущее» структурно разделена на два сегмента: студенты и молодые профессионалы [6].

Студенты в возрасте от 18 до 22 лет представляют гендерно-нейтральную аудиторию, преимущественно не состоящую в браке и не имеющую детей. Их образ жизни, сфокусирован на учёбе, поиске стажировок и первых попытках повышения дохода через нерегулярные подработки (основной источник финансирования – стипендии или поддержка родителей). Географическая концентрация в крупных городах-миллионниках, таких, как Москва, Санкт-Петербург и Екатеринбург, обусловлена расположением ведущих вузов. Стиль жизни характеризуется осторожным финансовым поведением с активным поиском выгодных предложений, кешбэка, скидок, при этом досуг сводится к доступным развлечениям: стриминговым сервисам, видеоиграм и недорогому спорту. Их базовые ценности включают: стремление к саморазвитию, желание быть частью сообщества, обрести финансовую независимость от родителей и находить решения, экономящие время и дающие быстрый результат. Ожидания от проекта связаны с получением первого профессионального опыта, возможностью «примерить» на себя работу в крупной компании и получить знания от экспертов в неформальном формате. Их мотивы: желание добавить в резюме первые серьёзные строчки, понять интересующее направление профессии через экскурсии, нетворкинг и в целом практический опыт. Основные выгоды для этой группы носят как рациональный характер – бесплатный доступ к знаниям, возможность получения стипендии, так и эмоциональный – преодоление страха перед карьерой, чувство принадлежности к кругу перспективных специалистов и признание талантов. Существующее отношение к проекту положительное: студенты отмечают, что платформа помогает развиваться и получать возможности для реализации идей. В мае 2025 года участники стажировок подчеркивали

профессионализм наставников, который прививает любовь к профессии [6]. «Альфа-Банк» воспринимается как современный бренд, дающий реальный шанс, в то время как конкуренты видятся как обычные банки, интересные лишь за счёт рекламы/кешбэка. В идеале студенты видят платформу персонализированной, подбирающей стажировки и курсы по интересам. Причём всё это должно быть бесплатно и понятно.

Молодые профессионалы в возрасте от 23 до 27 лет также представляют гендерно-нейтральную аудиторию, но, в отличие от студентов, чаще состоят в браке, хотя всё ещё без детей. Они уже завершили образование, начав карьеру на начальных позициях с низким или средним уровнем дохода, что сопровождается ростом финансовой ответственности. Их стиль жизни сфокусирован на быстром профессиональном росте и повышении дохода, что выражается в поиске углублённых знаний, возможностей для карьерного рывка, а нетворкинг становится более целенаправленным – через профессиональные сообщества и конференции. Финансовое поведение остается осторожным, но они уже готовы инвестировать в качественное образование при условии отдачи. Досуг включает более структурированные форматы: фитнес-центры, рестораны, кино и сериалы на стриминговых сервисах. Базовые ценности этой группы включают: стремление к свободе, понимаемой как финансовая самостоятельность, и саморазвитие как инструмент для карьерного скачка. Их ожидания от проекта связаны с получением экспертных знаний, решением сложных кейсов для демонстрации своих способностей и получением прямого предложения о работе на более высокую позицию. Мотивами являются переход в компанию-партнёр через победу в конкурсе/стажировку, доступ к знаниям бесплатно, закрепление в компании, которая инвестирует в их долгосрочное развитие. Рациональные выгоды для них включают прямой путь к трудоустройству в ведущую компанию, доступ к узкоспециализированным программам, нетворкинг с лидерами, а эмоциональные – чувство, что их ценят и в них инвестируют. Молодые профессионалы отмечают, что проект объединяет лидеров в креативное комьюнити, которое помогает продвигать идеи «Альфа-Будущего» в университетах и мотивирует их на дальнейшие достижения [6]. При этом Альфа-Банк воспринимается как потенциальный работодатель, а «Альфа-Будущее» – как эффективный социальный лифт, в то время как конкуренты видятся лишь как поставщики финансовых услуг с разной степенью технологичности. В идеале молодые профессионалы видят в участии не просто строчку в резюме, а статусное подтверждение компетенций и признанное на рынке труда.

АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНКУРЕНТОВ

Основными конкурентами «Альфа-Банка» в сегменте привлечения молодой аудитории являются «Сбер» и «Т-Банк». Выбор этих игроков обусловлен их рыночными позициями и стратегиями охвата целевой группы.

«Сбер», будучи крупнейшим универсальным банком России, лидером по числу клиентов и объёму активов, представляет собой системного конкурента. Он обладает большим рекламным бюджетом и возможностями для кросс-промоушена внутри своей разветвлённой экосистемы [8]. Это позволяет ему удерживать аудиторию и привлекать новую.

В свою очередь, «Т-Банк», как ведущий цифровой банк без отделений, составляет конкуренцию за счёт исторически сложившегося влияния именно в молодёжной аудитории. Она вовлекается через цифровую рекламу, технологичные продукты, геймификацию и образ современной компании [9]. Это

делает его рекламные стратегии нацеленными на ту же целевую группу, что и проект «Альфа-Будущее».

На рисунке 3 изображены «Альфа-банк» и его конкуренты: «Сбер», «Т-Банк», «Рокет», «ВТБ», «Почта Банк» и «Россельхозбанк».



Рис. 3. Карта брендов

Качество банковских услуг «Альфа-Банка» и его основных конкурентов («Сбер» и «Т-Банк») находится на высоком уровне, что характерно для крупнейших игроков рынка, вынужденных соответствовать строгим стандартам и ожиданиям клиентов. «Сбер» в восприятии уступает более агрессивным в инновациях игрокам, что связано с его масштабом и историей. Он обладает эксклюзивными договоренностями, например, с Пенсионным фондом России, что является уникальным продуктом, но в целом его ассортимент может восприниматься как более стандартизированный. Индивидуализация услуг – слабая сторона «Сбера» из-за его огромной клиентской базы и исторически массового подхода к обслуживанию, в то время как «Т-Банк» и «Альфа-Банк» могут демонстрировать большую гибкость в работе с клиентами.

Стоимость обслуживания в «Сбере» может быть ниже благодаря эффекту масштаба, однако это компенсируется не самыми выгодными ставками по вкладам, которые он может устанавливать в силу своего доминирующего положения. «Т-Банк» и «Альфа-Банк», не обладая такой же рыночной властью, могут проявлять большую гибкость в переговорах с корпоративными клиентами и при разработке тарифных планов.

«Сбер» обладает самой развитой сетью физических отделений в стране. «Альфа-Банк» не уступает ему и развивает собственную сеть. «Т-Банк» не имеет филиалов, он полностью цифровизирован. В онлайн-каналах «Сбер» может уступать в восприятии удобства и технологичности более молодым и цифровым банкам.

По итогам конкурентного анализа на основе экспертной оценки была составлена таблица 1.

Таблица 1

Конкурентный анализ трёх крупнейших банков

1. Продукт и сервис	Организация – «Альфа-Банк»	Конкурент № 1 – «Т-Банк»	Конкурент № 1 – «Сбер»
Качество банковских услуг	5	5	5
Уровень цифровизации	5	5	4
Уникальность продуктов	5	5	4
Индивидуализация услуг	4	5	3
2. Ценовая политика	«Альфа-Банк»	«Т-Банк»	«Сбер»
Стоимость обслуживания	5	5	4
Процентные ставки и комиссии	4	5	5
Гибкость тарифов	4	5	4
3. Каналы обслуживания и дистрибуции	«Альфа-Банк»	«Т-Банк»	«Сбер»
Онлайн-каналы	5	5	4
Физические точки	5	1	5
Удобство обслуживания	5	4	4
4. Продвижение и коммуникации	«Альфа-Банк»	«Т-Банк»	«Сбер»
Рекламная активность	5	5	4
Работа с имиджем	5	5	4
PR и партнёрства	5	5	5
5. Общий итог (оценка конкурентных позиций)	«Альфа-Банк»	«Т-Банк»	«Сбер»
	62	60	55

Организация «Альфа-Банк» демонстрирует стратегию рационально-эмоционального позиционирования и получает наивысший общий результат (62 балла). Это говорит о сбалансированно сильных позициях по всем направлениям. «Т-Банк» занимает второе место с результатом в 60 баллов, незначительно уступая лидеру. Его преимуществом является ценовая политика и высокий уровень индивидуализации услуг. Компания «Сбер» имеет наименьший итоговый балл (55). Она придерживается стратегии массового рыночного лидера, чьё позиционирование строится на рациональной доступности.

Фирменный стиль «Сбера» отличается высокой степенью проработанности, что является следствием понимания его роли как мощного рекламного инструмента и основы всей коммуникационной политики фирмы. В его основе лежит строгий и узнаваемый товарный знак «СБЕР» и лаконичный логотип, которые формируют основу визуальной идентичности и выполняют идентифицирующую функцию, позволяя потребителю безошибочно узнать бренд. Важным элементом стиля является продуманная система семантических цветов, которая выполняет коммуникативную функцию: каждый цвет несёт конкретное сообщение пользователю, что способствует формированию единства восприятия и облегчает процесс выбора для клиента [10, с. 2–3]. Это создаёт интуитивно понятное визуальное пространство во всех точках взаимодействия с клиентом. Использование фирменного шрифта SB Sans Text, маскотов (корпоративных героев) и других элементов обеспечивают целостность восприятия бренда на всех уровнях, противопоставляя его предложения предложениям конкурентов. Таким образом, фирменный стиль «Сбера» можно

охарактеризовать как системный и ориентированный на удобство пользователя, что в конечном итоге формирует положительный имидж и повышает престиж компании [10, с. 3–5].

Фирменный стиль «Т-Банка» строится на динамичном и современном подходе, который нацелен на выделение бренда из общей массы аналогичных. Его основу формируют контрастная чёрно-желтая цветовая палитра, запоминающийся товарный знак, а также слоган «Т-БАНК – он такой один», который подчеркивает уникальность бренда и является важным элементом системы фирменного стиля. В отличие от классических брендов, «Т-Банк» активно использует непостоянных коммуникантов – популярных личностей, которые регулярно меняются в рекламных кампаниях. Это позволяет оставаться в тренде и усиливать эмоциональное взаимодействие с ЦА, повышая эффективность рекламы и ее запоминаемость [17, с. 3]. Отсутствие фирменной одежды является логичным следствием позиционирования как цифрового банка, что демонстрирует адаптацию элементов стиля под конкретную бизнес-модель и каналы дистрибуции. Таким образом, фирменный стиль «Т-Банка» можно охарактеризовать как гибкий, ориентированный на вовлечение и легко адаптируемый под текущие рекламные задачи, что соответствует одной из целей фирменного стиля – выделению продуктов фирмы из общей массы конкурентов [10, с. 4, 11].

Можно заключить, что оба конкурента обладают проработанным фирменным стилем. Это соответствует трендам современного банковского рынка, где визуальная идентичность играет ключевую роль в укреплении узнаваемости и доверия к бренду. Также можно сделать вывод, что в банковской отрасли на современном этапе наиболее востребованными элементами фирменного стиля являются: символы и визуальные элементы, обеспечивающие мгновенную узнаваемость бренда; слоганы, которые доносят ключевые ценности и эмоциональные послы.

Следующим этапом анализа является рассмотрение рекламной деятельности конкурентов. Реклама компании «Сбер» заключается в комплексном подходе. Основные средства рекламы, используемые компанией, включают: контекстную рекламу, рекламу в социальных сетях (например, в Telegram-каналах), рекламу на сайте и телевизионную рекламу.

Пример рекламы на сайте демонстрирует ориентацию на молодёжную аудиторию 14–24 лет с акцентом на выгоду продукта «Молодёжная СберКарта». Лаконичный дизайн в фирменных цветах «Сбера», акцент на цифрах и фактах соответствуют рациональным запросам этого сегмента клиентов. Однако отсутствие яркой эмоциональной составляющей может ограничивать вовлечение.

Пример рекламы в Telegram-канале, напротив, ориентирован на создание ажиотажа через личностный подход. Он анонсирует мероприятие с участием медийной личности. Минималистичный дизайн и акцент на доступности соответствуют формату платформы.

Пример контекстной рекламы «Сбера» иллюстрирует подход бренда к привлечению молодёжи. Цель рекламы – привлечение клиентов возрастной категории 14–25 лет через предложение эксклюзивного продукта. Объектом рекламы являются лимитированные дизайны банковских карт. Стиль рекламы отличается ярким дизайном с акцентом на визуальную составляющую. Это демонстрирует отход от традиционных банковских цветов в пользу трендовых решений.

Специфика рекламной деятельности «Сбера» заключается в необходимости сочетания массового охвата через традиционные каналы с таргетированным воздействием на цифровые сегменты. В проанализированных материалах наблюдается перекося в сторону рациональных аргументов.

Рекламная деятельность «Т-Банка» строится на многоканальной стратегии, ориентированной на разные сегменты аудитории через цифровые платформы. Основные средства рекламы включают рекламу на сайтах, в мессенджерах, контекстную рекламу и ТВ-кампании с элементами геймификации.

Реклама на сайте предлагает модульный подход к выбору услуг, где клиент может самостоятельно формировать пакет под свои нужды, что демонстрирует ориентацию на персонализацию. Однако отсутствие конкретных цифр по кешбэку или ставкам снижает убедительность предложения для рационально мыслящих клиентов.

В рекламе в Telegram-канале акцент сделан на партнёрской акции с ювелирным брендом SOKOLOV, где основным методом привлечения становится количество призов (20 000). Этот подход усиливает вовлечённость существующих клиентов, но не работает на привлечение новых, так как не раскрывает базовых преимуществ банка.

Телевизионная реклама использует масштабные розыгрыши (квартиры, призы) и геймификацию, создавая ажиотаж. При этом возникает риск восприятия банка как организатора лотереи, что может подрывать доверие к его основным финансовым услугам.

Контекстная реклама для предпринимателей предлагает услугу открытия ИП, но отсутствие деталей тарифов или экспертизы не позволяет сформировать чёткие преимущества перед конкурентами.

Специфика рекламной деятельности «Т-Банка» заключается в сочетании массовых эмоциональных триггеров (розыгрыши, геймификация) с узконаправленными рациональными предложениями (бизнес-услуги). Это позволяет охватывать широкую аудиторию, включая молодых клиентов и предпринимателей, но создаёт риск размывания имиджа из-за чрезмерного акцента на развлекательной составляющей.

Проведённый анализ позволил комплексно оценить рыночную среду, позиции компании, специфику услуги, целевую аудиторию и деятельность ключевых конкурентов, что является основой для разработки эффективной рекламной стратегии проекта «Альфа-Будущее».

Компания «Альфа-Банк» использует такие средства рекламы как: официальный сайт организации, телевизионная реклама, контекстная реклама и реклама в социальных сетях.

Телевизионная реклама направлена на привлечение внимания молодой аудитории и формирование имиджа банка, представляет образовательный проект. В ролике говорится о платформе «Альфа-Будущее», которая создана для развития студентов и университетов по всей стране. В неё входят гранты и стипендии, магистратуры и кафедры, а также возможность работать в лучшей компании. Баста (медийная личность), поворачивается в течение ролика и на каждый из поворотов описывает платформу «Альфа-Будущее». Её креативная идея строится на слогане «Для умных и свободных», который отражает ценности поколения Z – свободу выбора, независимость, и реализуется через современный визуальный стиль с использованием медийной личности (Баста). Фирменный стиль выдержан в минимализме: красный фон, белые крупные буквы. Соответствие целевой аудитории, представленной студентами

и молодыми профессионалами 18–27 лет, достигается за счёт контрастных цветов, современного шрифта, запоминающегося слогана и привлечения популярной персоны. Содержание рекламы носит имиджевый характер. Однако в рекламе присутствуют недостатки: отсутствие динамичности, перегруженность цифрами, плохое восприятие искажённого текста и статичная поза спикера.

Контекстная реклама ставит своей целью привлечь внимание к стипендиальной программе «Альфа-Будущее». Креативная идея строится на демонстрации крупной суммы поддержки для студентов России. Фирменный стиль использует яркий фон, крупный шрифт, что в целом соответствует целевой аудитории, поскольку обещание стипендии является прямым попаданием в их интересы. Для привлечения внимания используются такие методы, как: акцент на большой сумме («150 000 000 Р»), яркий цветовой контраст и минимализм. Содержанием рекламы является информирование о стипендии от банка. К основным недостаткам можно отнести отсутствие информации о критериях участия, фон, который будто не соответствует общему стилю, и плохую читаемость шрифта.

Реклама на примере Telegram направлена на привлечение студентов и активной молодёжи к участию в кейс-чемпионате от платформы «Альфа-Будущее». Креативная идея использует мотивацию «превратить идеи в реальный финтех-продукт». Фирменный стиль выполнен в минималистичном дизайне с использованием фирменного красного цвета «Альфа-Банка» и чёткого шрифта. Полностью соответствует целевой аудитории. Для привлечения внимания используются упоминание «масштабного кейс-чемпионата», привлекательное место проведения и прямой призыв к участию с понятными перспективами. Содержанием рекламы является презентация образовательного проекта банка. К недостаткам относятся: отсутствие эмоциональной визуализации события/его результатов, сдержанный дизайн, который может не полностью соответствовать ожиданиям аудитории.

Можно сделать вывод, что в банковской отрасли доминируют четыре основных вида рекламы: присутствие в социальных сетях, использование корпоративных сайтов, телевизионная реклама и контекстная реклама. На основании анализа составлена таблица. Все три банка-конкурента используют схожий набор каналов, но с разными акцентами.

Таблица 2

Коммуникационный анализ конкурентов компании «Альфа-банк»

Средство рекламы	Предприятие	Конкуренты	
		«Сбер»	«Т-Банк»
Социальные сети Telegram	Наличие: да Кол-во подписчиков: 1 млн+ ER: средний LR: средний	Наличие: да Кол-во подписчиков: 804.000+ ER: средний LR: средний	Наличие: да Кол-во подписчиков: 337.000+ ER: средний LR: средний
Сайт	Визуальное оформление: Минимализм, красный цвет, чёткий шрифт Тип контента: Образовательный, карьерный	Визуальное оформление: зелёный цвет, чёткий шрифт Тип контента: Информационный Юзабилити: Высокое, но есть отвлекающие	Визуальное оформление: чёрный и жёлтый цвета, чёткий шрифт Тип контента: Информационный Юзабилити: Высокое,

	Юзабилити: Высокое, но есть отвлекающие элементы Навигация: Чёткая структура	элементы Навигация: Чёткая структура	но есть отвлекающие элементы Навигация: Чёткая структура
Рекламные ролики на ТВ	Имиджевая реклама, слоган «Для умных и свободных», минимализм, привлечение Басты. Статичность, перегруженность цифрами	Эмоциональные сюжеты (оплата улыбкой), но слабая информативность	Масштабные розыгрыши, риск восприятия как лотереи
Контекстная реклама	Акцент на сумме стипендии (150 млн Р), цветовой контраст. Отсутствие критериев участия, плохая читаемость	Яркий дизайн карт для молодежи, но нет информации о тарифах	Лаконичные предложения для бизнеса, отсутствие деталей

Основные недостатки рекламной деятельности «Альфа-Банка» включают: информационную перегруженность телевизионных роликов, недостаточную информативность контекстной рекламы, наличие отвлекающих элементов на сайте, а также дисбаланс между рациональной и эмоциональной составляющей коммуникаций. При этом рекламная деятельность «Альфа-Банка» в целом соответствует специфике образовательного продукта «Альфа-Будущее», целевой аудитории студентов и молодых специалистов и законодательным требованиям. Однако для повышения эффективности требуется улучшение качества коммуникации через устранение выявленных недостатков.

ВЫВОДЫ

Таким образом, проведенный анализ позволяет сделать ряд ключевых выводов. Фирменный стиль «Альфа-Банка» представляет собой целостную и продуманную систему, соответствующую современным требованиям брендинга. Его сильными сторонами являются лаконичный и узнаваемый логотип, эффективный слоган «Банк для умных и свободных», работающий на эмоциональном уровне, а также строгая цветовая палитра и использование цифровых персонажей (Котик Дзынь, помощник Пуш), которые делают бренд более человечным и адаптированным к цифровой среде. Однако рекламная деятельность, направленная на продвижение образовательной платформы «Альфа-Будущее», несмотря на верный выбор каналов коммуникации и ориентацию на целевую аудиторию, демонстрирует ряд существенных недостатков. К ним относятся информационная перегруженность и статичность телевизионных роликов, недостаточная информативность и проблемы с читаемостью контекстной рекламы, а также общий дисбаланс между рациональной и эмоциональной составляющей в коммуникациях. Конкурентный анализ показал, что более внимательно стоит отнестись к предложениям других банков для данной целевой аудитории.

Библиографический список

1. Банковская реклама и ее использование для продвижения услуг // Образовательный портал «Справочник». URL: https://spravochnick.ru/bankovskoe_delo/bankovskaya_reklama_i_ee_ispolzovanie_dlya_prodvizheniya_uslug/ (дата обращения: 10.09.2026).
2. Банковский ритейл и платежная индустрия 2025: тренды эпохи технологического суверенитета // PLUSWORLD+. URL: <https://plusworld.ru/journal/2025/plus-9-329-2025/bankovskiy-riteyl-i-platezhnaya-industriya-2025-trendy-epokhi-tekhnologicheskogo-suvereniteta/> (дата обращения: 10.09.2026).
3. Седых Н. В., Маркин П. А. Развитие экосистем как тренд трансформации банковского бизнеса // Естественнo-гуманитарные исследования. 2023. № 45 (1). С. 351–353.
4. Виды банков в России: чем они отличаются и как выбрать / М. Стрельникова, И. Солдатенкова, В. Григорьев // Рамблер/личные финансы. URL: <https://finance.rambler.ru/finansovaya-gramotnost/55454439-vidy-bankov-v-rossii-chem-oni-otlichayutsya-i-kak-vybrat/> (дата обращения: 11.11.2025).
5. Адылбаева Г. В. Рекламная кампания в продвижении услуг в банковской сфере: учеб. пособие. Екатеринбург: Уральский гос. пед. ун-т, 2016. 82 с.
6. HR-директор Альфа-банка Марат Исмагулов: как банк строит отношения со студентами // Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/club/548132-umnye-i-svobodnye-kak-al-fa-bank-stroit-perspektivnye-otnosenia-so-studentami> (дата обращения: 10.09.2026).
7. Альфа-Будущее: платформа для развития студентов и университетов по всей России // Альфа-Банк. URL: <https://alfabank.ru/alfafuture/> (дата обращения: 13.09.2026).
8. Экосистема Сбера // ТАСС. Спецпроекты. URL: <https://spec.tass.ru/sber180/ekosistema-sbera> (дата обращения: 14.09.2026).
9. TCS Group Holding PLC: официальный сайт // Т-Банк. URL: <https://www.tbank.ru/invest/research/review/tcs/> (дата обращения: 14.09.2026).
10. Фирменный стиль в создании благоприятного имиджа компании // КиберЛенинка. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/firmennyy-stil-v-sozdanii-blagopriyatnogo-imidzha-kompanii/viewer> (дата обращения: 15.09.2026).
11. Валинурова А. А., Валинурова К. Т. Сравнение и оценка психологических аспектов рекламы крупнейших маркетплейсов // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2025. № 4 (66). С. 75–85.

УДК 338:502.3

А. У. Джумашалиева, У. Т. Чортомбаев

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ОХРАНУ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И РАЦИОНАЛЬНОЕ ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ: ОПЫТ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Аннотация. В работе анализируется экономическая целесообразность инвестиций по охране природы и эффективному использованию природно-ресурсного потенциала на примере Кыргызстана. Обоснование актуальности работы связано с потребностью увеличения эффективности использования инвестиционного ресурса при увеличении антропогенного воздействия на земли и воды, изменении климата и недостатке бюджетных средств. Цель работы – анализ тенденций развития экологических инвестиций; выявление зависимости от величины капиталовложений экономических и экологических эффектов; разработка путей совершенствования инвестиционного процесса в области охраны окружающей среды. Материалом для исследования послужили статистические отчеты Национального статистического комитета КР (2020–2024), данные международных финансовых институтов, отчетность о выполнении природоохранных и климатических мероприятий. Методологический аппарат включает методы динамического, структурного, сравнительного анализа; метод группировок, обобщений; оценка эффективности инвестиций. Выявлено увеличение объема инвестиций в основной капитал по направлению ОЭиРПН за период 2020–2024 годы – с 1263,8 млн до 3112,8 млн сом., однако увеличение сумм инвестиционных затрат не говорит об увеличении эффективности природоохранных мероприятий. Наибольшее значение для результативности инвестиций имеют структура вложений, продолжительность реализации проектов, предотвращение экономических потерь от деградации природных ресурсов, снижение климатических рисков и возможность привлечения частного капитала. Обоснована необходимость перехода от оценки экологических инвестиций преимущественно по объему финансирования к комплексной системе оценки их экономических и экологических результатов.

Ключевые слова: экологические инвестиции, экономическая эффективность, охрана окружающей среды, рациональное природопользование, инвестиционная деятельность, природные ресурсы, зеленая экономика, климатическое финансирование, Кыргызская Республика, устойчивое развитие.

A. U. Dzhumashalieva, U. T. Chortombaev

ECONOMIC EFFICIENCY OF INVESTMENTS IN ENVIRONMENTAL PROTECTION AND RATIONAL USE OF NATURAL RESOURCES: THE EXPERIENCE OF THE KYRGYZ REPUBLIC

Abstract. The paper analyzes the economic feasibility of investments in environmental protection and the efficient use of natural resource potential using the Kyrgyz Republic as a case study. The relevance of the study is justified by the need to increase the efficiency of investment resource utilization amid growing anthropogenic pressure on land and water resources, climate change, and limited budgetary resources. The aim of the study is to analyze trends in the development of environmental investments; identify the relationship between the volume of capital investment and the resulting economic and environmental effects; and develop ways to improve the investment process in the field of environmental protection. The study is based on statistical reports of the National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic for 2020–2024, data from international financial institutions, and reports on the implementation of environmental protection and climate-related measures. The methodological framework includes methods of dynamic, structural, and comparative analysis, grouping and generalization, as well as investment efficiency assessment. An increase in fixed capital investment in the field of environmental protection and rational use of natural resources was identified over the period 2020–2024, from 1,263.8 million to 3,112.8 million soms; however, an increase in investment expenditures does not necessarily indicate an increase in the efficiency of environmental protection measures. The structure of investments, project implementation periods, prevention of economic losses resulting from the degradation of natural resources, reduction of climate risks, and the potential to attract private capital are of greatest importance for investment performance. The study substantiates the need to move from assessing environmental investments primarily by the volume of financing to a comprehensive system for evaluating their economic and environmental outcomes.

Key words: environmental investments, economic efficiency, environmental protection, rational use of natural resources, investment activities, natural resources, green economy, climate finance, Kyrgyz Republic, sustainable development.

Введение

Актуальность темы исследования определяется тем, что развитие экономики Кыргызской республики в настоящее время напрямую зависит от рационального использования природных ресурсов и экологической ситуации. Недостаток земли, воды; зависимость ряда секторов экономики от природно-климатических факторов; деградация почв и рост климатического риска определяют потребность роста капиталовложений не просто в производственные объекты, а также в охрану природы.

В таких ситуациях инвестиция в экологическую безопасность должна быть оценена не просто как затраты по ликвидации ущерба от хозяйствования, но и как мера экономической профилактики возможных убытков, создание условий для устойчивого развития экономики страны. Природоохранные инвестиции позволяют получать эколого-экономический эффект – уменьшение затрат на ликвидацию последствий деградации земель, загрязнения водных и воздушных сред, повреждения объектов инфраструктуры от стихийных бедствий, снижение продуктивности природных ресурсов.

По данным НСК КР, за период 2020–2024 гг. объем инвестиций в основной капитал по направлению «Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов» вырос с 1263,8 млн сом до 3112,8 млн сом [1]. При этом увеличение суммы затрат еще не говорит об их эффективности. Данное условие предполагает сравнение финансовых расходов на достижение экономических, экологических и социальных эффектов от проведения мероприятий.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что данная проблема особенно остро стоит при изменении климата. По данным Всемирного банка, климатический риск уже оказывает негативное влияние на экономику КР (сельское хозяйство, инфраструктура). В случае недостаточных мер – изменение климата может стать причиной больших экономических потерь производства и роста затрат на инвестиции по адаптации [2].

Итак, экономический смысл экологических инвестиций состоит в том, что с одной стороны это всегда затраты (отвлечение финансовых средств), а с другой – это возможность избежать будущих экономических потерь; сохранение воспроизводственного потенциала природных ресурсов; увеличение устойчивости хозяйствования; получение общественных выгод на длительной перспективе.

Примером служит реализация проекта Всемирного Банка «Восстановление устойчивых ландшафтов Кыргызской Республики». Всего на него было выделено 52,4 млн долл. США (в том числе за счет средств Всемирного банка и грантовых ресурсов) [3]. Целью проекта выступает восстановление ландшафта, усиление адаптационных возможностей к изменениям климата, развитие системы мониторинга природных опасностей и обеспечение рационального использования природных ресурсов. Ещё одно направление – это развитие механизмов госуправления эколого-экономическими затратами. Концепция GreenBudgetTagging разработана Министерством финансов КР в 2024 году при поддержке Всемирного банка для систематизации и учета затрат на меры по борьбе с изменением климата (адаптация), уменьшения эмиссии парниковых газов, а также иных природоохранных мероприятий [4]. Данный механизм обеспечивает возможность роста открытости и эффективности в использовании экологического финансирования.

Следовательно, проблема состоит не столько в росте затрат на природоохранные мероприятия, сколько в оценке того, какой экономико-экологический эффект будет получен от каждого потраченного рубля.

Цель работы – провести оценку эффективности инвестиций в природоохранные мероприятия, а также обосновать меры для повышения эффективности природопользования на территории Кыргызстана; разработать рекомендации по росту эффективности экологических инвестиций.

Для реализации цели работы были сформулированы задачи:

- изучить тенденции развития экологического инвестирования в КР;
- определить структуру инвестиций в основных видах природоохранных мероприятий;
- изучение зависимости от величины инвестиционных затрат на достижение экологических и экономических эффектов;
- определим ключевые индикаторы эффективности экологического инвестирования;

- выявление причин снижения эффективности природоохранных инвестиций;
- проанализировать пути увеличения эффективности экологического инвестирования через привлечение международных и частных средств;
- разработать векторы развития системы мониторинга эффективности природоохранного инвестирования.

Научная новизна работы состоит в интегрированном анализе результативности экологических инвестиций по совокупности экономических и экологических показателей. В противовес к доминирующему подходу, ориентируемому на оценку масштабов затрат, автором выдвигается идея рассмотрения экологических инвестиций как факторов предотвращения экономических потерь, сохранения природного капитала, минимизации рисков изменения климата, создания устойчивого социально-экономического потенциала.

Материалы и методы исследования

Материалы исследования – статистические данные НСК КР за период 2020–2024 гг. о величине и структуре инвестиций в основной капитал, направленных на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов; материалы международных финансовых структур, отчетность о выполнении природоохранных и климатических мероприятий в Кыргызской Республике [5].

Объект исследования – инвестиции на сохранение природы и эффективное природопользование. Предмет исследования – эффективность данных инвестиций с экономической и экологической точек зрения. В противовес анализу объемов инвестирования, здесь же инвестиционной эффективностью названо отношение затраченных денег к полученным экономическим, экологическим, социальным эффектам.

Работа выполнена по этапам. На первом этапе выполнен динамика объемов экологического инвестирования за период с 2020 г. по 2024 г. Вычислялись абсолютный прирост, темп роста и темп прироста [6].

Темп роста определялся по формуле:

$$T_p = \frac{I_t}{I_{t-1}} \times 100,$$

где:

I_t – объем инвестиций в текущем периоде;

I_{t-1} – объем инвестиций в предыдущем периоде.

Темп прироста рассчитывался следующим образом:

$$T_{\text{пр}} = T_p - 100$$

Для определения общего изменения объёма инвестиций за исследуемый период использовалось абсолютное отклонение:

$$\Delta I = I_{2024} - I_{2020}$$

На втором этапе применялся структурный анализ, позволяющий определить распределение инвестиционных ресурсов между основными направлениями охраны окружающей среды и рационального природопользования. Рассматривались инвестиции, направленные на охрану и рациональное использование водных ресурсов, охрану атмосферного воздуха, земельных ресурсов и другие природоохранные направления, представленные в официальной статистике [7].

Удельный вес отдельного направления в общем объеме экологических инвестиций определялся по формуле [8]:

$$y_i = \frac{I_i}{I_{\Sigma}} - 100,$$

где:

I_i – объем инвестиций по отдельному экологическому направлению;

I_{Σ} – общий объем инвестиций в охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов.

На 3-м этапе проводился сравнительный анализ – сравнивалась динамика инвестиций, структура распределения и использование средств по направленности. Данный метод дал возможность выяснить, растет ли общий объем инвестиционной составляющей при одновременном росте финансирования отдельных видов природоохранительной деятельности.

Оценка эффективности инвестиций проводилась по методике сравнения затрат с результатами. В связи с тем, что экологические инвестиции способны обеспечить не только прямой экономический эффект, но еще и косвенный – в виде предотвращенных экономических потерь, сохранение природного капитала, уменьшение экологических рисков, увеличение стойкости производства [9].

В общем случае экономическую эффективность инвестиционных проектов можно охарактеризовать так:

$$\varepsilon = \frac{P - Z}{Z} \times 100,$$

где:

P – экономический результат от реализации инвестиционного мероприятия;

Z – инвестиционные затраты.

В связи с тем, что в отчетности отсутствует прямая стоимостная оценка результата данного экологического мероприятия – расчет показателя эффективности выполнен не был. Тогда использован метод сравнения и оценки результатов для определения динамики показателей инвестиций, структуры их источников, возможные направления экономического и природоохранных эффектов [10]. Данное решение исключает произвольную оценку показателей рентабельности без наличия фактических данных.

Отдельно рассматривается категория предотвращенных экономических потерь. Экономическая эффективность экологических инвестиций может

быть отложена во времени – она проявляется в виде избегания будущих расходов на восстановление земель, сохранение качества воды, борьбу с загрязнениями, потерю продуктивности природного капитала, а также ущербом от климатического изменения [11].

Для оценки данного эффекта используется концептуальная зависимость [12]:

$$\mathcal{E}_{\text{пр}} = Y_{\text{без}} - Y_{\text{с}}$$

где:

$\mathcal{E}_{\text{пр}}$ – предотвращённый экономический ущерб;

$Y_{\text{без}}$ – потенциальный ущерб при отсутствии соответствующего природоохранного мероприятия;

$Y_{\text{с}}$ – ущерб после реализации мероприятия.

В ходе изучения ряда крупнейших мировых экологических и климатических проектов использован проектный метод – определение суммы финансирования; цели проекта; ожидаемые экологические эффекты; срок реализации проекта; прогноз воздействия на сохранение природных ресурсов [13].

В работе также применялся метод группировки, с помощью которого факторы эффективности экологических инвестиций объединялись в следующие основные группы [14]:

- экономические условия – размер бюджета, цена проекта, срок выполнения работы, наличие инвестора [15];
- экология – уменьшение загрязнений, возрождение природы; защита от деградации почв, водных ресурсов;
- институциональные условия – эффективность инвестиций, политика государственного управления, контроль и оценка эффективности;
- климатические факторы – уменьшение рисков для экономики от влияния изменения климата, увеличение способности к адаптации.

Методология включает в себя методы динамического, структурного и сравнительного анализа; статистической группировки; оценки эффективности инвестиций; определения предотвращенных экономических потерь. Данные методы позволяют определить как динамику изменения объёма экологических инвестиций КР, так и условия при которых рост объёмов инвестиций обеспечит больший экономический и экологический эффект.

В целях обобщения полученных результатов применены методы системного подхода. С их помощью были рассмотрены экологические инвестиции с точки зрения не просто расходов, а создания перспективы будущего экономического роста за счет сохранения природных ресурсов и уменьшения вероятности возникновения экономических потерь в дальнейшем.

Результаты исследования

Динамика инвестиций в охрану окружающей среды и рациональное природопользование

На основании проведенного анализа по официальным статистическим данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики можно констатировать стабильный рост инвестиций в основной капитал для

охраны природы и использования природно-ресурсной базы страны. За указанный период их объем вырос с 1263,8 млн сом до 3112,8 млн сом (таблица 1). Суммарная величина прироста инвестиций за данный период составила 1849,0 млн сом; коэффициент роста – 2,46 раз.

Таблица 1

**Динамика инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды
и рациональное использование природных ресурсов
в Кыргызской Республике в 2020–2024 гг.**

Год	Инвестиции, млн сомов	Темп роста к предыдущему году, %	Изменение к 2020 г., %
2020	1 263,8	–	100,0
2021	1 556,7	292,9	123,2
2022	1 842,9	579,1	145,8
2023	2 199,2	935,4	174,0
2024	3 112,8	1849,0	246,2

Источник: составлено авторами по данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики.

По сравнению с 2020 годом в 2021 году рост по объему экологического инвестирования составил 292,9 млн сом, за счет роста по сравнению с базисным годом (2020) на 579,1 млн сом в 2022 году и 935,4 млн сом – соответственно, в 2023 году. Максимальный рост произошел в 2024 году – до 3112,8 млн сом.

Однако оценка экономической эффективности экологического инвестирования не может быть сведена к росту объема финансирования. Рост затрат отражает лишь интенсивность инвестиций – он говорит о том, сколько средств было потрачено, а не насколько продуктивно они были задействованы и каковы достигнутые экономические эффекты от их применения.

Особенно важно сопоставить динамику абсолютного объема инвестиций с их долей в общем объеме инвестиций в основной капитал. По данным НСК КР, доля экологических инвестиций составляла 1,0 % в 2020 г., 1,3 % в 2021–2022 гг. и 1,2 % в 2023–2024 гг. [16].

Следовательно, прирост абсолютной величины экологических инвестиций не отражается на изменении доли таких инвестиций от общего объема инвестиций. Отсюда можно заключить, что развитие экологических инвестиций до настоящего времени осуществляется вместе с общим развитием инвестиционного процесса в экономике страны и не связано со структурными сдвигами в структуре инвестиций под воздействием роста значимости проблемы охраны природы.

Структура экологического инвестирования. Влияние структуры на эффективность

Оценки экономической эффективности необходимо учитывать не только общий объем инвестиций, но и направления их использования. Официальная статистика НСК КР выделяет, в частности, инвестиции в охрану и рациональное использование водных ресурсов, охрану атмосферного воздуха и охрану и рациональное использование земель [17].

Таблица 2

**Структура инвестиций по основным направлениям
природоохранной деятельности, млн сомов**

Направление	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Охрана и рациональное использование водных ресурсов	151,9	105,6	192,1	84,7	96,2
Охрана атмосферного воздуха	15,8	11,2	24,6	16,5	8,4
Охрана и рациональное использование земель	875,7	940,1	983,3	708,6	1 454,3

Источник: составлено авторами по данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики.

Самым главным направлением считается защита и эффективное применение земли. Инвестиции в это направление за 2024 год достигли 1454,3 млн сомони – рост к уровню 2020 года составил +578,6 млн сомони (рост около 66,1 %).

Сравнение с инвестициями в области охраны водных ресурсов показывает их более динамичный характер. Так, после роста до уровня 192,1 млн сомов за 2022 год они снизились до значения 84,7 млн сомов в 2023 году и только чуть возросли – до 96,2 млн сомов – в 2024 г.

Ещё более ярко негативный тренд проявляется при рассмотрении инвестиций на защиту атмосферы от загрязнения – снижение с 15,8 млн сом до 8,4 млн сом за период 2020–2024 гг. (почти вдвое) [18].

Данная структура имеет важное экономическое значение. Если увеличение общего объема инвестиций сопровождается сокращением вложений в отдельные экологические направления, то нельзя говорить о равномерном повышении результативности природоохранной политики. Поэтому эффективность должна оцениваться по каждому направлению отдельно, с учетом его экономического и экологического результата.

Оценка эффективности инвестиций

Для целей настоящего исследования целесообразно разграничивать три взаимосвязанных результата экологических инвестиций:

Экономический эффект – снижение затрат как по настоящему времени так и в перспективе, увеличение эффективности использования природного ресурса, недопущение потерь производства.

Экологический эффект – уменьшение экологических проблем, реабилитация почв, водоемов, защита природы.

Социальный эффект – улучшение качества жизни людей; уменьшение влияния экологического фактора на здоровье человека; увеличение адаптивности территории.

Особенностью экологических инвестиций является то, что результат от них обычно выражается не в виде выручки, а в виде избежания возможных убытков. В связи с этим классическая оценка срока окупаемости инвестиционного проекта может быть неприменима.

Например, расходы на предотвращение эрозии почв вряд ли сразу будут иметь экономический эффект. Но зато такие меры обеспечивают сохранение плодородия почвы и предотвращают падение урожайности в будущем.

То же самое относится к инвестициям в воду. Затраты на развитие водного хозяйства позволяют параллельно снизить потери воды, увеличить её эффективное использование и уменьшить экономические потери вследствие нехватки воды.

Актуальность данной проблемы особенно повышается при изменении климата. По данным Всемирного банка, при отсутствии надлежащей адаптации реальный ВВП Кыргызской Республики будет уменьшаться на 2–3 % до 2040 года и на 2–4 % – до 2050 года из-за влияния климатических факторов на агросектор и инфраструктуру страны. Кроме того, потенциальная потеря сельхоздоходов составляет около 5–10 % в год и к середине столетия – до 24 % потребности в орошении не будет обеспечена [19].

Отсюда следует вывод, что инвестиционная деятельность по охране природы обладает помимо экологических функций еще и ярко выраженной антиубыточной функцией. Суть ее состоит в том, что она позволяет избежать экономических потерь на будущее.

Отношение между размером вложений и результатом их реализации

Чтобы объективнее оценить результат экологического инвестирования целесообразно применять комплексный показатель – сочетание финансовых и нефинансовых результатов.

Таблица 3

Предлагаемая система оценки экономической эффективности экологических инвестиций

Группа показателей	Основные показатели	Экономическое содержание
Финансовые	объем инвестиций, темп роста, структура вложений	Масштаб инвестиционной активности
Экономические	предотвращенный ущерб, снижение эксплуатационных затрат, рост производительности	Непосредственный и косвенный экономический эффект
Экологические	снижение загрязнения, восстановление земель и водных ресурсов	Сохранение природного капитала
Социальные	занятость, качество среды проживания, снижение экологических рисков	Общественная отдача инвестиций
Климатические	снижение уязвимости, предотвращение климатического ущерба	Долгосрочная устойчивость экономики

Источник: разработано авторами.

Данный метод дает возможность не ограничиваться расчетом эффективности только в стоимостном выражении (по величине затраченных средств). Так при равных затратах на осуществление двух проектов возможно совершенно разное их экономическое воздействие. В частности проект с большим эффектом уменьшения будущих потерь либо увеличением эффективности применения природного ресурса – это более эффективный общественно-инвестиционный проект. Итак, оценка инвестиционного результата

должна проводиться в форме затрат – экономический эффект – экологический эффект-избежание ущерба.

Региональная неоднородность эффективности инвестиций

Особое значение имеет региональная неравномерность экологических инвестиций. Согласно НСК КР за 2024 г., удельный вес инвестиций в основной капитал для охраны окружающей среды от общего объема инвестиций составил соответственно: 12,6 % – Таласская область; 3,2 % – Ошская область; 1,6 % – Иссык-Кульская область; 0,4 % – Нарынская область; 0,3 % – Чуйская область и 0,4 % – Бишкек [20].

Данное отличие еще вовсе не говорит о том, что у регионов с большей долей инвестиций будет большая экономическая эффективность. Чтобы сделать объективную оценку нужно также принимать во внимание размеры природопользования; размер территории региона; структура экономики региона; количество населения в регионе; величина предотвращенного экологического вреда. Таким образом, мерой эффективности региональных экологических инвестиций будет являться не просто процентное отношение затрат к результату, а размер эффекта от единого ресурса.

Полученные результаты подтверждают, что инвестиции в охрану окружающей среды и рациональное природопользование в Кыргызской Республике имеют выраженную долгосрочную экономическую значимость. Однако существующая статистическая система в большей степени фиксирует объем инвестиционных ресурсов, чем их конечный экономический результат. НСК КР выставляет отдельные показатели по инвестициям, охране природы и иные экологические параметры – это формирует базу данных для построения в дальнейшем интегрированной системы показателей.

Одним из приоритетных направлений развития – переход на эффективное эколого-ориентированное бюджетирование и инвестиционное проектирование. В этом контексте актуальна разработка инструментов GreenBudgetTagging как средство для разделения государственных затрат с точки зрения их природоохранных характеристик.

Всё это WorldBank подчеркивает важность привлечения частных инвестиций как средства поддержки дефицитного государственного бюджета. К мерам относятся – экономические меры стимулирования, выпуск «зеленых» облигаций, преференциальные займы и инструменты минимизации инвестиционного риска.

Следовательно, для роста экономически эффективных экологических инвестиций в Кыргызстане необходимо осуществить следующий переход:

- от оценки размера финансирования – к оценке эффекта;
- от реализации отдельных мероприятий – на проектное управление;
- от преимущественно госфинансов – к смешанным финансам;
- от ликвидации экологического вреда – к предупреждению возможных экономических потерь.

По итогам проведенного исследования было выявлено – рост объемов экоинвестиций в Кыргызстане имеет позитивную динамику, но это еще далеко не показатель роста их экономической отдачи. Важнейшим фактором являются – качество инвестиционных проектов, состав инвестиций, срок окупаемости, избежанный экологический ущерб, сохранность природных ресурсов и потенциал снижения будущих рисков изменения климата.

Заключение

Выполненное исследование дало возможность сделать вывод об экономической эффективности инвестиций в природопользование и охране природы на примере Кыргызстана. Изучение официальной статистики за период 2020–2024 гг. выявило тенденцию к увеличению инвестиций по основным фондам для целей охраны природы от показателя 1263,8 млн сумов (2020) до показателя 3112,8 млн сумов (2024), или почти в 2,5 раза.

Вместе с тем было показано, что рост объемов инвестиций не гарантирует повышение эффективности этих инвестиций. Экологические инвестиции как доля от общего объема инвестиций в основной капитал за исследуемый период имели достаточно постоянный уровень – к 2024 году они составляли порядка 1,2 %. Таким образом можно говорить об устойчивости низкого уровня приоритетности экологии среди всех видов капитальных затрат.

Выявлена структурная неоднородность инвестиционных потоков по видам природопользования – максимальное финансирование приходится на мероприятия по охране земель; меньше всего средств выделяется на защиту водных объектов и атмосферного воздуха. Следовательно, для повышения результативности экологического инвестирования необходимо не просто наращивать сумму инвестиций, а пересматривать структуру инвестиционных потоков исходя из задач экологии и социально-экономического развития государства.

Проведенное исследование выявило особенность экологического инвестирования – это существенная задержка экономического результата. Эффект от инвестиций проявляется не сразу через получение прибыли, а через недопущение возможных экономических убытков в будущем; поддержание продуктивности земельных и водных ресурсов; уменьшение расходов по устранению ущерба от загрязнения среды обитания; усиление адаптивного потенциала экономики перед лицом изменения климата.

В этой связи предложено оценивать эффективность природоохранных инвестиций на основе комплексного подхода, включающего финансовые, экономические, экологические, социальные и климатические показатели. Основным критерием должна выступать не только величина освоенных средств, но и экономический результат, полученный на единицу инвестиционных затрат, включая величину предотвращенного экономического ущерба.

Чтобы повысить эффективность экологических инвестиций необходимо развивать механизм государственного эколого – инвестиционного планирования; применять принцип результативного бюджетирования; улучшать разработку инвестиционных проектов; использовать более широко формы государственно-частного партнёрства. Смешанное финансирование подразумевает использование государственных средств (субвенции, субсидии), международных грантов, льготных кредитов в сочетании с привлечением частных инвестиций.

Следовательно, экономический результат инвестиций в охрану природы и рациональное использование природных ресурсов – это комплексный итог по времени, который выражается через экономические выгоды, сохранение природного ресурса, недопущение его потерь в будущем. Для Кыргызстана трансформация подхода к оценке экологических инвестиций с акцентом на сумму вложений, к результативности (экономической, экологической) выступает одним из условий совершенствования эффективности государственной инвестиционной политики, а также гарантией устойчивого социально экономического развития государства.

Библиографический список

1. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов. Бишкек. Официальные данные НСК КР. URL: <https://stat.gov.kg/ru/opendata/category/307/>
2. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Доля инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды. Бишкек. Официальные данные НСК КР. URL: <https://stat.gov.kg/ru/opendata/category/106/>
3. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Расходы предприятий и организаций на охрану окружающей среды. Бишкек. Официальные данные НСК КР. URL: <https://stat.gov.kg/ru/opendata/category/76>
4. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Окружающая среда в Кыргызской Республике: статистический сборник. Бишкек: НСК КР. Раздел «Окружающая среда». URL: <https://www.stat.gov.kg/ru/statistics/turizm-otdyh-ohrana-okruzhayushej-sredy>
5. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Окружающая среда в Кыргызской Республике 2019–2023. Бишкек, 2024. URL: <https://www.stat.gov.kg/ru/news/podgotovlena-k-pechati-statisticheskaya-publikaciya-okruzhayushaya-sreda-v-kyrgyzskoj-respublike-2019-2023>
6. World Bank. Kyrgyz Republic Resilient Landscape Restoration Project. Washington, DC: World Bank, 2024. Project Appraisal Document. URL: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/099020724162062641>
7. World Bank. World Bank Supports the Kyrgyz Republic in Sustainable Landscape Management and Climate Mitigation and Adaptation. February 27, 2024. World Bank – project information. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2024/02/27/world-bank-supports-the-kyrgyz-republic-in-sustainable-landscape-management-and-climate-mitigation-and-adaptation>
8. Asian Development Bank. ADB to Improve Wastewater Management and Boost Sustainable Tourism in Kyrgyz Republic. June 24, 2024. Asian Development Bank. URL: <https://www.adb.org/news/adb-improve-wastewater-management-and-boost-sustainable-tourism-kyrgyz-republic>
9. Asian Development Bank. Issyk-Kul Environmental Management and Sustainable Tourism Development Project. Project No. 55250-001. Project information. URL: <https://www.adb.org/projects/55250-001>
10. Asian Development Bank. Advancing Green Investment and Resilient Economic Growth Program. Manila: Asian Development Bank.
11. Green Climate Fund. Kyrgyzstan: Country Profile and Climate Finance Portfolio [Electronic resource]. Incheon: Green Climate Fund.
12. Green Climate Fund. Carbon Sequestration through Climate Investment in Forests and Rangelands in Kyrgyz Republic (CS-FOR). Project FP116 [Electronic resource]. Incheon: Green Climate Fund.
13. World Bank. Environment Program in Central Asia: Kyrgyz Republic [Electronic resource]. Washington, DC: World Bank. Environment Program in Central Asia. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/environment/brief/climate-and-environment-program-in-central-asia>
14. United Nations Development Programme. Climate Change and Disaster Risk Reduction in Kyrgyzstan [Electronic resource]. New York: UNDP.
15. FAO. Climate Change and Natural Resource Management in Kyrgyzstan [Electronic resource]. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
16. OECD. Green Finance and Investment: Mobilising Private Finance for Sustainable Development. Paris: OECD Publishing.
17. OECD. Financing Climate Futures: Rethinking Infrastructure. Paris: OECD Publishing, 2018.

18. World Bank. Financing Climate Action: Scaling Up Investment for Climate and Development. Washington, DC: World Bank.
19. United Nations. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: United Nations, 2015.
20. United Nations Environment Programme. Global Environment Outlook – GEO-6: Healthy Planet, Healthy People. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

УДК 336.14:502.17(575.2)

*А. У. Джумашалиева, У. Т. Чортombaев***АНАЛИЗ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ
В ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ СЕКТОР КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Аннотация. В статье выполнен обзор текущего положения и тенденций развития инвестиций в сферу природопользования Кыргызской Республики. Обоснована необходимость роста объемов финансирования природоохранных мероприятий, эффективного использования ресурсов природы, приспособления экономики страны к изменению климата. Цель работы – оценка темпов роста отечественных инвестиций в природоохранные мероприятия; определение основных направлений распределения этих средств; рассмотрение участия иностранных инвестиций в осуществлении экологических мероприятий в Кыргызской Республике. Методы исследования: статистический, сравнительный, группировочный метод, анализ динамических рядов, структурный метод, метод обобщений. Информационное обеспечение работы – официальные статистические отчеты Национального статистического комитета Кыргызской Республики, документы международных финансовых организаций. Установлено, что объем инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов увеличился с 1263,8 млн сомов в 2020 г. до 3112,8 млн сомов в 2024 г. Вместе с тем доля экологических инвестиций в общем объеме инвестиций в основной капитал остается относительно невысокой и в 2024 г. составила 1,2 %. Особое значение для экологического сектора имеют международные финансовые ресурсы, направляемые на восстановление ландшафтов, климатическую адаптацию, рациональное использование природных ресурсов и повышение устойчивости сельских территорий. На основе проведенного анализа предложены направления совершенствования инвестиционной политики в экологической сфере Кыргызской Республики.

Ключевые слова: инвестиции, экологический сектор, Кыргызская Республика, отечественные инвестиции, иностранные инвестиции, охрана окружающей среды, природные ресурсы, зеленая экономика, климатическое финансирование, устойчивое развитие.

*A. U. Dzhumashalieva, U. T. Chortombaev***ANALYSIS OF DOMESTIC AND FOREIGN INVESTMENTS
IN THE ENVIRONMENTAL SECTOR
OF THE KYRGYZ REPUBLIC**

Abstract. This article provides an overview of the current status and development trends of investments in the sphere of environmental management in the Kyrgyz Republic. It substantiates the need for increased funding for environmental protection measures, the efficient use of natural resources, and the adaptation of the country's economy to climate change. The objective of the study is to assess the growth rate of domestic investment in environmental measures; identify the main areas for the distribution of these funds; and examine the participation of foreign investment in the implementation of environmental measures in the Kyrgyz Republic. Research methods include statistical, comparative, grouping methods, dynamic

series analysis, structural method, and generalization method. The work is supported by official statistical reports of the National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic and documents of international financial organizations. It was established that the volume of fixed capital investments for environmental protection and the rational use of natural resources increased from 1,263.8 million soms in 2020 to 3,112.8 million soms in 2024. However, the share of environmental investments in total fixed capital investments remains relatively low, amounting to 1.2 % in 2024. Of particular importance to the environmental sector are international financial resources allocated for landscape restoration, climate adaptation, the rational use of natural resources, and enhancing the resilience of rural areas. Based on the analysis, areas for improving investment policy in the environmental sphere of the Kyrgyz Republic are proposed.

Key words: investments, environmental sector, Kyrgyz Republic, domestic investments, foreign investments, environmental protection, natural resources, green economy, climate finance, sustainable development.

Введение

В условиях современного социально – экономического роста Кыргызстана остро встает проблема увеличения нагрузки по природным ресурсам; потребность эффективной эксплуатации земель и водных ресурсов, сохранение лесных фондов, повышение адаптивности экономики к факторам изменения климата. В такой ситуации инвестиционная поддержка экологии является важным компонентом социально-экономического развития страны [1]. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики ведет отдельный блок статистических показателей по охране окружающей среды, включая инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов, расходы предприятий и организаций на природоохранные мероприятия, а также показатели охраны водных, земельных, лесных ресурсов и атмосферного воздуха [2].

Особенно важен процесс перераспределения инвестиций именно в сферу охраны окружающей среды. По имеющимся данным объем инвестиций в основной капитал по направлению охране окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов вырос с 1263,8 млн сом в 2020 году до 3112,8 млн сом в 2024 году [3]. Инвестиции разбиты на несколько направлений работы по вопросам охраны природы (водные ресурсы; атмосферный воздух; земли) [4].

Особенность экологического инвестирования состоит в том, что оно должно включать в себя внутренние и внешние источники средств. Инвестиции из госбюджета и частных инвестиций направлены на выполнение задач по охране природы страны; а международные инвестиции дают возможность привлечения дополнительных ресурсов для реализации масштабных проектов по адаптации к изменению климата, восстановлению природных систем и рациональному использованию природных богатств [5].

В этой связи показателен опыт реализации проектов при участии международных финансовых организаций. Так, в феврале 2024 г. Всемирный банк одобрил для Кыргызской Республики пакет финансирования в размере 45 млн долл. США, дополненный грантами 5 млн долл. США от Global Partnership for Sustainable and Resilient Landscapes и 2,4 млн долл. США от Korea-World Bank Partnership Facility. Совокупный объем финансирования проекта составил 52,4 млн долл. США [6]. Проект обеспечивает комплексное решение задач по рациональному использованию земель, восстановлению

экосистем, климатостойчивости и созданию систем адаптации к изменениям климата.

На основе проведенного анализа отечественных и иностранных инвестиций сделан вывод о состоянии финансирования экологии в КР; определены приоритеты применения инвестиционного потенциала; выявлены возможности дальнейшего развития эколого-климатического финансирования [7].

Цель работы – изучение тенденций развития внутреннего инвестирования в сфере экологии для КР, характеристика ключевых форм его использования и выявление значимости иностранного капитала при осуществлении мероприятий по охране природы и борьбе с изменением климата.

Для реализации цели работы сформулированы задачи:

- оценка динамики инвестиционных затрат на сохранение окружающей среды и эффективное природопользование;
- определение структуры экологического инвестирования по видам;
- определить значение источников внутреннего финансирования для экологии;
- рассматривать иностранные формы финансирования экологического развития;
- выделить ключевые барьеры для финансирования экологии;
- предложить направления совершенствования инвестиционной политики Кыргызской Республики.

Научная новизна состоит в сравнительной оценке эволюции внутренней экологической инвестиционной деятельности при одновременном анализе инструментов международной поддержки реализации экологических и климатических проектов КР. А не отдельные показатели инвестиций в природу, автором предложено рассматривать природоохранные инвестиции как систему государственных, частных и иностранных финансов [8].

Материалы и методы исследования

Источниками информации стали официальные статистические показатели Национального статистического комитета Кыргызской Республики по вопросам инвестиций в охрану окружающей среды и рациональное природопользование. Период исследования – 2020–2024 годы (выбран именно этот период за наличие сравнительного пятилетнего ряда официальной статистики). Национальный статистический комитет Кыргызской Республики формирует отдельный статистический показатель «Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов», а также осуществляет сбор и публикацию данных по охране атмосферного воздуха, водных и земельных ресурсов, расходам на охрану окружающей среды и другим экологическим показателям [9, 10].

Информационным обеспечением работы послужили статистические материалы НСК КР, среди них – сборник «Окружающая среда в Кыргызской Республике 2020–2024 гг.» с данными по природно-ресурсному потенциалу, экологическим расходам, инвестициям и др. параметрам экологии государства [11].

Для изучения иностранного инвестирования и финансирования в сфере экологии были привлечены источники из международных фондов, информация по проведению экологического и климатического проекта на территории

Кыргызстана, информация о субсидиях и кредитах для природоохранных проектов.

Методы исследования. Использованы статистические методы, метод сравнения, группировка, анализ временных рядов, структурный и сводно-обобщающий методы. Методом динамики был определен рост объемов инвестиционных вложений в экологическую сферу за рассматриваемый период времени. Показатели были оценены через абсолютные и относительные приращения, темпы роста [12].

Темп роста инвестиционных показателей определялся по формуле:

$$T_p = \frac{I_t}{I_{t-1}} \times 100,$$

где:

I_t – объем инвестиций в текущем году;

I_{t-1} – объем инвестиций в предыдущем году.

Для определения общего изменения показателя за исследуемый период использовался показатель относительного отклонения:

$$\Delta = \frac{I_{2024} - I_{2020}}{I_{2020}} \times 100$$

Структурный анализ применялся для определения удельного веса отдельных направлений экологических инвестиций в их общем объеме. В частности, рассматривались инвестиции в охрану и рациональное использование водных ресурсов, охрану атмосферного воздуха, охрану и рациональное использование земель. Именно такие направления представлены в официальной статистике НСК КР.

Также выполнен территориальный сравнительный анализ для выявления разницы в показателе доли экологических инвестиций по регионам Кыргызстана. Согласно данным НСК КР за 2024 год, доля инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды к общему объему инвестиций составила – 1,2 % по стране; при этом существуют большие отличия по областям. Так, в Таласской области этот показатель равен 12,6 %, Ошская область – 3,2 %, Иссык-Кульская область – 1,6 %.

Применялся метод сравнения – для сравнения отечественной и зарубежной системы финансирования, оценки влияния данных систем на создание инвестиционного ресурса экологической сферы; выявление приоритетов международного финансового обеспечения.

На заключительном этапе применялся метод аналитического обобщения, на основе которого определены основные проблемы инвестиционного обеспечения экологического сектора и сформулированы направления совершенствования государственной инвестиционной политики Кыргызской Республики.

Таким образом, данная методика дает возможность оценивать одновременно динамику, структуру и региональную специализацию экологических инвестиций; сравнивать внутренний и внешний капиталы в сфере экологии Кыргызстана.

Результаты исследования

Динамика отечественных инвестиций в экологический сектор Кыргызской Республики

В первой этапе проанализировано изменение показателей по объему инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное природопользование Кыргызской республики. По этому показателю можно судить о величине денежных средств, которые будут направлены непосредственно на решение экологических проблем, а также об изменении уровня инвестирования в данную сферу.

Таблица 1

Динамика инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов в Кыргызской Республике в 2020–2024 гг.

Год	Инвестиции, млн сомов	Темп роста к предыдущему году, %	Изменение к 2020 г., %
2020	1 263,8	–	100,0
2021	1 556,7	123,2	123,2
2022	1 842,9	118,4	145,8
2023	2 199,2	119,3	174,1
2024	3 112,8	141,5	246,1

Источник: составлено авторами по данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики.

Из проведенного анализа видно положительная динамика роста объемов инвестиционных расходов в сфере экологии. За период 2020–2023 гг. ежегодно наблюдается прирост на уровне от 18,4 до 23,2 %. Максимальный темп роста показан за период 2023–2024 годы (на 41,5 %). По данным таблицы № 1, можно увидеть что общий объем инвестиций вырос с 2197,6 млн сомов до 3112,8 млн сомов. Всего за период 2020–2024 годы инвестиции выросли с 1263,8 до 3112,8 миллионов сом – рост в 2,46 раза. Абсолютный прирост – 1849 млн сом.

Динамика показывает тенденцию роста интереса к экологическим инвестициям. Однако при оценке фактического увеличения объемов экологических инвестиций важно учитывать их соотношение с объемом всех инвестиций в основной капитал [12]. Официальная статистика показывает, что по состоянию на 2024 год доля инвестиций для целей охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов – порядка 1,2 % от общего объема инвестиций в основной капитал. То есть это говорит о том, что при росте доли экологии все же незначительна в общем объеме инвестиций страны [13].

Структура экологического инвестирования по видам деятельности

Далее будет рассмотрена структура инвестиций по основным направлениям охраны природы. Данный метод дает возможность оценить объемы финансирования различных направлений природоохранных мероприятий. По данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики, экологические инвестиции включают, в частности, расходы и инвестиции,

связанные с охраной и рациональным использованием водных ресурсов, охраной атмосферного воздуха и охраной и рациональным использованием земель.

Таблица 2

Основные направления инвестиций на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов в Кыргызской Республике
(млн сомов)

Направление	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
Охрана и рациональное использование водных ресурсов	151,9	105,6	192,1	84,7	96,2
Охрана атмосферного воздуха	15,8	11,2	24,6	16,5	8,4
Охрана и рациональное использование земель	875,7	940,1	983,3	708,6	1454,3

Источник: составлено авторами по данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики.

Проанализируем структуру – большая доля инвестиционного ресурса отводится под охрану и рациональное природопользование. Так в 2024 году инвестиции по данной категории составили 1454,3 млн сомони против 796,8 млн сомони по охране водных ресурсов и атмосферного воздуха. При этом инвестиции по охране атмосферного воздуха имеют куда более скромные суммы – за 2024 год их сумма равна 8,4 млн сома против 24,6 млн сома в 2022 году соответственно [14]. То есть при общем росте инвестиций в экологию наблюдается неравномерный рост инвестиционных потоков по всем направлениям охраны природы.

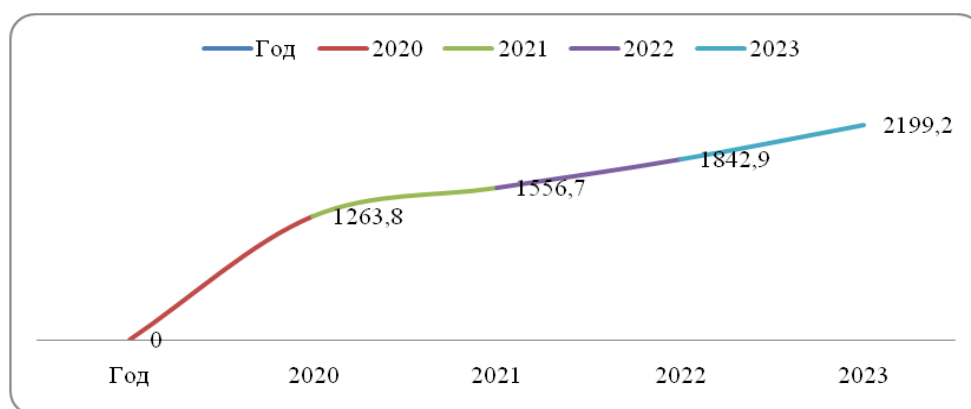


Рис. 1. Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное природопользование, КР за период с 2020 по 2024 год (млн сомов)

Изучение иностранного инвестирования, а также международное финансирование экологии в Кыргызской Республике

Одним из основных источников финансирования экологии КР являются Международные Финансовые Организации и Климатические Фонды. Участие данных организаций особенно актуально для нашей страны в связи с тем, что многие отрасли экономики зависят от наличия воды, земли и иных

природных факторов; есть необходимость приспосабливаться к изменениям климата. В отличие от обычных ПИИ зарубежные инвестиции в сектор окружающей среды имеют свою особенность – большая доля ресурсов поступает как кредиты по льготным ставкам, гранты, техническое содействие и т. д., а также смешанные формы финансирования. Ресурсы направляются в основном на развитие инфраструктуры, рекультивацию природных систем, использование водных ресурсов, меры по борьбе с изменением климата; обеспечение благоприятной инвестиционной среды.

Однако одним из крупных доноров этого проекта выступает Всемирный Банк. В феврале 2024 г. Всемирным банком было предоставлено финансирование на сумму \$ 45 млн на реализацию проекта «Восстановление устойчивых ландшафтов в Кыргызской Республике». Еще один грант – \$ 5 млн от Global Partnership for Sustainable and Resilient Landscapes (PROGREEN), еще один – \$ 2,4 млн от Korea-World Bank Partnership Facility был выделен на этот же проект. Итого получено 52,4 млн долл. США [15]. Средства на развитие территорий с устойчивым управлением ландшафтами; восстановление природного пространства; адаптация населения к изменению климата.

Значительную роль играет также Азиатский банк развития. В 2024 г. банк предоставил Кыргызской Республике 56 млн долл. США для совершенствования управления сточными водами и развития устойчивого и инклюзивного туризма в Иссык-Кульской области. Финансирование включает 25 млн долл. США льготного кредита и 31 млн долл. США гранта Азиатского фонда развития. Проект имеет непосредственное экологическое значение, поскольку существующая система очистки сточных вод в районе Иссык-Куля характеризуется недостаточным охватом населения и туристической инфраструктуры. Другим направлением международной поддержки является формирование институциональных условий для развития зеленого инвестирования и климатического финансирования. В рамках программы Advancing Green Investment and Resilient Economic Growth АБР предусматривается поддержка реформ, направленных на ускорение климатических действий, привлечение устойчивых инвестиций и переход Кыргызской Республики к низкоуглеродной и климатически устойчивой экономике. Первый подпрограмма – 50 млн долларов (из них 10 млн долларов – средства Азиатского фонда развития, 40 млн долларов – льготный кредит).

Отдельное значение имеет Зеленый климатический фонд (GCF). По данным Фонда, для Кыргызской Республики одобрено 7 проектов, а общий объем финансирования GCF составляет около 149 млн долл. США, при этом дополнительно одобрена поддержка готовности в размере 5,3 млн долл. США. Среди направлений финансирования представлены устойчивое управление водными ресурсами, лесами и пастбищами, климатические услуги и повышение устойчивости сельских территорий [16].

Особый интерес представляет проект «Carbon Sequestration through Climate Investment in Forests and Rangelands in Kyrgyz Republic» (CS-FOR). Проект осуществляется совместно с Продовольственной и сельскохозяйственной организацией ООН, цель проекта – наращивание поглощения углерода посредством климатического финансирования лесных ресурсов и пастбищ; уменьшение деградации земель; обеспечение устойчивого природопользования. Итак, международное финансирование экологии в КР носит комбинированный характер – оно идет как прямо на природоохранные меры так ещё и на инфраструктуру, развитие госуправления, укрепление

климатической безопасности и выстраивание системы дофинансирования за счёт частного капитала.

Таблица 3

Основные направления международного финансирования экологического и климатического развития Кыргызской Республики

Международная организация / фонд	Направление	Объем финансирования (млн долл. США)	Основной экологический эффект
Всемирный банк	Устойчивое восстановление ландшафтов	52,4	Восстановление ландшафтов, климатическая устойчивость
АБР	Управление сточными водами и устойчивый туризм	56,0	Улучшение экологической инфраструктуры Иссык-Кульской области
АБР	Зеленые инвестиции и устойчивый экономический рост	50,0	Климатическая политика и мобилизация зеленого финансирования
Зеленый климатический фонд	Климатические проекты в Кыргызстане	149,0*	Климатическая адаптация, природные ресурсы, устойчивость
GCF / FAO	Леса и пастбища, поглощение углерода	—**	Снижение деградации земель и увеличение углеродного поглощения

*Примечание: 149 млн долл. США – совокупный объем финансирования GCF по портфелю Кыргызстана, а не одного проекта.

**По проекту CS-FOR в использованном источнике в данной форме таблицы объем не приводится; поэтому значение не следует искусственно заполнять.

Источник: составлено авторами по материалам Всемирного банка, АБР и Зеленого климатического фонда.

Результаты исследования позволяют сделать вывод, что внешнее финансирование выступает как дополнение внутреннего инвестиционного потенциала страны. Структура внешнего финансирования говорит о сдвиге от точечного природо-ресурсного финансирования на комплексное климатическое и экологическое инвестирование (инфраструктурный компонент, природо-ресурсный менеджмент, институциональное развитие) – формирование предпосылок для последующего вовлечения частных инвестиций [17].

В то же время международные инвестиции нельзя считать эквивалентом ПИИ. Приведенные выше виды средств – это преимущественно кредиты, гранты и программное финансирование международных организаций. В связи с этим отдельно требуется статистика ПИИ по отраслям экономики и по экологическим проектам. Это различие важно сохранить в статье, чтобы не завышать объем зарубежных инвестиций.



Рис. 2. Основные направления международного финансирования экологического сектора Кыргызской Республики

Сравнительный анализ отечественных и зарубежных источников финансирования экологического сектора Кыргызской Республики

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что источники инвестиционного обеспечения развития экологической сферы КР представлены совокупностью отечественных и иностранных средств. Отечественные средства – это в основном финансирование мер по реализации национального инвестпроекта; иностранные средства – преимущественно реализация масштабных экологических, климатических, инфраструктурных проектов [18].

По данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики – инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное природопользование выросли с 1263,8 млн сом (на начало 2020 г.) до 3112,8 млн сом (на конец 2024 г.). В то же время удельный вес экологических инвестиций от общего объема инвестиций в основной капитал по республике составил лишь 1,2 % за 2024 год – это говорит о том, что удельная величина экологической составляющей остается низкой относительно всего объема инвестиций.

В отличие от внутренних инвестиций, международное финансирование экологического сектора характеризуется реализацией отдельных программ и проектов, имеющих многолетний горизонт и значительный объем финансовых ресурсов. Например, в 2024 г. Всемирный банк одобрил для Кыргызской Республики пакет финансирования в размере 45 млн долл. США, дополненный грантами на 5 млн долл. США и 2,4 млн долл. США. Общий размер финансирования проекта на восстановление устойчивого ландшафта – 52,4 млн долларов США [19].

Таким образом, иностранные источники – это не просто дополнительные средства, а также инструменты реализации работ по реабилитации территорий, адаптации к изменениям климата, контролю за состоянием природы, развитию институциональных возможностей. Также важным вектором является включение экологической и климатической политики прямо в меха-

низм госбюджетного планирования. Концепция Green Budget Tagging была разработана Министерством финансов КР вместе с Всемирным Банком в 2024 году для мониторинга и маркировки бюджетных затрат по направлениям – адаптация к изменению климата, сокращение эмиссии парниковых газов и др. [20].

Таблица 4

Сравнительная характеристика отечественных и зарубежных источников финансирования экологического сектора Кыргызской Республики

Критерий	Отечественные источники	Зарубежные источники
Основные источники	Государственный и местные бюджеты, средства предприятий и организаций, внутренние инвестиционные ресурсы	Международные финансовые организации, климатические фонды, грантовые программы
Основное назначение	Природоохранные мероприятия и инвестиции в основной капитал	Экологические и климатические проекты, инфраструктура, восстановление природных ресурсов
Характер финансирования	Преимущественно национальное финансирование	Гранты, льготные кредиты, смешанное финансирование, техническая помощь
Основные направления	Земельные, водные ресурсы, атмосферный воздух и другие экологические направления	Ландшафты, климатическая адаптация, водная инфраструктура, леса, пастбища
Горизонт финансирования	Текущие и среднесрочные инвестиционные расходы	Преимущественно средние и долгосрочные проекты
Дополнительный эффект	Формирование внутреннего инвестиционного потенциала	Передача технологий, институциональное развитие, повышение климатической устойчивости
Основное ограничение	Невысокая доля в общем объеме инвестиций	Зависимость от проектного отбора, условий финансирования и требований доноров

Источник: составлено авторами на основе данных НСК Кыргызской Республики и материалов международных финансовых организаций.

Сравнение выявляет существенную разницу по характеру этих групп источников. Инвестиции отечественных предприятий – это более устойчивая часть существующего инвестиционного потенциала, но при этом их доля к общему потоку инвестиций невелика. Доля инвестиций на цели охраны окружающей среды за период 2020–2024 г. составляла от 1,0 % до 1,3 %, в 2024 году – 1,2 %. Вместе с тем зарубежное финансирование позволяет концентрировать значительные финансовые ресурсы на отдельных стратегических направлениях. Существенная особенность заключается в том, что такие средства не всегда являются прямыми иностранными инвестициями. В большинстве рассмотренных случаев речь идет о грантах, льготных кредитах и программном финансировании международных организаций. Поэтому методологически неправильно объединять их с прямыми иностранными инвестициями в один показатель.

Данная особенность весьма важна при определении инвестиционной емкости экологической сферы КР. Инвестиции внутри страны показываются

в сводной отчетности как инвестиции в основной фонд охраны природы и природопользования; международные – обычно по проектам/программам. НСК КР отдельно выдает данные об объемах экоинвестиций и их удельном весе среди всех инвестиций. Вместе с тем фиксируется региональная дифференциация экологических инвестиций. Для 2024 года доля экоинвестиций в валовом объеме инвестиций в основной капитал составляет: Таласская область – 12,6 %; Ошская область – 3,2 %; Иссык-Кульская область – 1,6 %, для ряда областей этот показатель не превышал даже 0,5 %. Так возникает потребность в большей адресности экомаркетинговых решений по отношению к особенностям развития каждого из регионов страны.

Обобщенно можно сделать вывод о наличии трех уровней инвестиционного обеспечения экологической сферы:

- уровень первый – собственные средства для покрытия затрат на природоохранную деятельность;
- второй уровень – международное проектное финансирование для крупных экологических и климатических проектов;
- третий этап – комбинированный способ финансирования (государственные средства + международные дотации/кредиты), далее – привлекать частный капитал.

Наиболее актуальным является последнее направление. Финансовые институты международного уровня начинают двигаться к поддержке не просто реализации экологических проектов, а формирование инструментов привлечения дополнительного финансирования. С другой стороны применение зелёного бюджетирования в КР позволит повысить прозрачность расходования средств по вопросам климата и охраны окружающей среды.

Таким образом, проблема эколого-инвестиционной сферы Кыргызской Республики заключается именно не в отсутствии каких-то видов финансирования, а в слабой взаимосвязи внутреннего, внешнего и частного капитала для создания единой системы экологического инвестирования. Для решения этой задачи необходимо развивать систему государственных стимулов, улучшать инвестиционные проекты, обеспечить переход от в основном бюджетного/донорского финансирования к смешанным формам экологического инвестирования.

Данный принцип согласуется с логикой двух ранее рассмотренных работ – в работе сначала исследуются особенности инвестиционной динамики, затем определяются факторы, риски и способы совершенствования управления инвестиционным ресурсом; в первом случае оптимизация показана на примере сравнения разных подходов к принятию финансового решения, во втором – анализ инвестиционного проекта и факторов ограничения эффективности его реализации.

Основные проблемы и направления совершенствования

По итогам проведённого исследования выделены основные недостатки:

- малый удельный вес экологического инвестирования в структуре всех инвестиций;
- неравномерное финансирование ряда экологических проблем;
- территориальное расслоение инвестиций;
- ограниченный доступ к частному капиталу;
- высокий уровень зависимости больших экологических проектов от внешнего финансирования;

– необходимость совершенствования инструментов зелёного бюджетирования;

– отсутствует комплексное включение экологического проекта в общую инвестиционную программу.

Поэтому необходимо развивать систему экоинвестиций через комбинацию средств из бюджета, международные займы и гранты, ГЧП – участие государства в бизнесе с частными компаниями, а также собственные средства бизнеса.

Заключение

Выполненное исследование дало возможность проанализировать актуальное положение дел в сфере инвестиционного обеспечения экологической отрасли Кыргызстана, выявить ключевые проблемы развития данной сферы. По результатам анализа официальной статистики за период 2020–2024 годы выявлена тенденция роста объема инвестиций в основной капитал по разделу «охрана окружающей среды и рациональное природопользование». В период 2020–2024 гг. их сумма выросла с 1263,8 млн сом до 3112,8 млн сом (в 2,46 раза). При этом доля экологических инвестиций в общей сумме инвестиций в основной капитал невелика – в 2024 году она составила порядка 1,2 %. Это говорит о том, что существует большой резерв развития экологической составляющей инвестиционной деятельности.

Проведен структурный анализ распределения инвестиционных ресурсов по различным видам охраны природной среды. Инвестиции по охране земель являлись наиболее значимыми в анализируемый период; менее стабильными были инвестиции в области охраны водных ресурсов и атмосферы. То есть это говорит о том, что нужно выстроить систему инвестирования более гармонично с учетом стратегических экологических задач КР.

Исследование зарубежного финансирования показало, что международные финансовые организации и климатические фонды играют существенную роль в реализации крупных экологических и климатических проектов. Международная поддержка направляется на восстановление ландшафтов, рациональное использование природных ресурсов, управление сточными водами, климатическую адаптацию, устойчивое развитие лесов и пастбищ и другие направления. В то же время иностранный капитал во всех приведенных выше случаях имеет форму грантов, кредитов с преференциями или проектного финансирования – следовательно, нужно методически разграничить его от ПИИ.

Сравнение отечественного и зарубежного опыта в сфере финансирования показало следующее: внутреннее финансирование является фундаментом для экологического финансирования; внешнее же финансирование дает возможность реализации масштабных проектов с длительным сроком окупаемости, а также способствует внедрению новых технологий, росту институциональной емкости системы климатического финансирования.

В качестве основных факторов, сдерживающих привлечение инвестиций в экологический сектор, определены ограниченность внутренних финансовых ресурсов, относительно низкая доля экологических инвестиций, недостаточное участие частного капитала, неравномерность инвестиционной активности регионов, недостаточная подготовленность отдельных инвестиционных проектов, высокая стоимость экологических технологий, зависимость

ряда крупных проектов от международного финансирования и конкуренция за климатические финансовые ресурсы.

Поэтому необходимо как приоритетное направление для инвестиционной политики КР создание гибридной формы экологического инвестирования – сочетание государственных средств (грантов, субсидий), международных доноров и кредитов с низкими ставками; приватный капитал; ГЧП. Выделен ряд мер по развитию зеленого финансирования; улучшение состояния разработки экологических инвестиционных проектов; оптимизация системы эколого-климатического бюджетирования; стимулирование инвестиций в частном секторе; увеличение открытости расходования средств.

Таким образом, развитие экологического инвестирования будет состоять не столько в наращивании его абсолютных величин, сколько в оптимизации структуры распределения средств, привлечении частных инвестиций и объединении отечественных с иностранными ресурсами. Данные меры будут направлены на создание надежной инвестиционной базы для обеспечения экологической безопасности, а также обеспечат реализацию стратегических задач в области социально-экономическо – экологического развития Кыргызстана.

Библиографический список

1. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Инвестиции в основной капитал на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов. Бишкек. Официальные данные НСК КР. URL: <https://stat.gov.kg/ru/opendata/category/307/>
2. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Доля инвестиций в основной капитал на охрану окружающей среды. Бишкек. Официальные данные НСК КР. URL: <https://stat.gov.kg/ru/opendata/category/106/>
3. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Расходы предприятий и организаций на охрану окружающей среды. Бишкек. Официальные данные НСК КР. URL: <https://stat.gov.kg/ru/opendata/category/76>
4. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Окружающая среда в Кыргызской Республике: статистический сборник. Бишкек: НСК КР. Раздел «Окружающая среда». URL: <https://www.stat.gov.kg/ru/statistics/turizm-otdyh-ohrana-okrzhayushej-sredy>
5. Национальный статистический комитет Кыргызской Республики. Окружающая среда в Кыргызской Республике 2019–2023. Бишкек, 2024. URL: <https://www.stat.gov.kg/ru/news/podgotovlena-k-pechati-statisticheskaya-publikaciya-okrzhayushaya-sreda-v-kyrgyzskoj-respublike-2019-2023>
6. World Bank. Kyrgyz Republic Resilient Landscape Restoration Project. Washington, DC: World Bank, 2024. Project Appraisal Document. URL: <https://documents.worldbank.org/en/publication/documents-reports/documentdetail/099020724162062641>
7. World Bank. World Bank Supports the Kyrgyz Republic in Sustainable Landscape Management and Climate Mitigation and Adaptation. February 27, 2024. World Bank – project information. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2024/02/27/world-bank-supports-the-kyrgyz-republic-in-sustainable-landscape-management-and-climate-mitigation-and-adaptation>
8. Asian Development Bank. ADB to Improve Wastewater Management and Boost Sustainable Tourism in Kyrgyz Republic. June 24, 2024. Asian Development Bank. URL: <https://www.adb.org/news/adb-improve-wastewater-management-and-boost-sustainable-tourism-kyrgyz-republic>

9. Asian Development Bank. Issyk-Kul Environmental Management and Sustainable Tourism Development Project. Project No. 55250-001. Project information. URL:<https://www.adb.org/projects/55250-001>
10. Asian Development Bank. Advancing Green Investment and Resilient Economic Growth Program. Manila: Asian Development Bank.
11. Green Climate Fund. Kyrgyzstan: Country Profile and Climate Finance Portfolio [Electronic resource]. Incheon: Green Climate Fund.
12. Green Climate Fund. Carbon Sequestration through Climate Investment in Forests and Rangelands in Kyrgyz Republic (CS-FOR). Project FP116 [Electronic resource]. Incheon: Green Climate Fund.
13. World Bank. Environment Program in Central Asia: Kyrgyz Republic [Electronic resource]. Washington, DC: World Bank. Environment Program in Central Asia. URL:<https://www.worldbank.org/en/topic/environment/brief/climate-and-environment-program-in-central-asia>
14. United Nations Development Programme. Climate Change and Disaster Risk Reduction in Kyrgyzstan [Electronic resource]. New York: UNDP.
15. FAO. Climate Change and Natural Resource Management in Kyrgyzstan [Electronic resource]. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
16. OECD. Green Finance and Investment: Mobilising Private Finance for Sustainable Development. Paris: OECD Publishing.
17. OECD. Financing Climate Futures: Rethinking Infrastructure. Paris: OECD Publishing, 2018.
18. World Bank. Financing Climate Action: Scaling Up Investment for Climate and Development. Washington, DC: World Bank.
19. United Nations. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: United Nations, 2015.
20. United Nations Environment Programme. Global Environment Outlook – GEO-6: Healthy Planet, Healthy People. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

Сведения об авторах

Information about the authors

БЕРЕНДЕЕВА Алла Борисовна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики, предпринимательства и менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, abab60@mail.ru

BERENDEEVA Alla Borisovna – Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, abab60@mail.ru

БАЛАБАНОВА Наталья Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, предпринимательства и менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, nvbalabanova@mail.ru

BALABANOVA Natalya Vladimirovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, nvbalabanova@mail.ru

ВАЛИНУРОВА Анна Александровна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры информационных технологий и прикладной математики, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, avalinurova@mail.ru

VALINUROVA Anna Alexandrovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Technologies and Applied Mathematics, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, avalinurova@mail.ru

ВАЛИНУРОВА Карина Тимуровна – студентка бакалавриата, направление подготовки «Реклама и связи с общественностью», Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет (ЛЭТИ), г. Санкт-Петербург, Россия, avalinurova@mail.ru

VALINUROVA Karina Timurovna – bachelor's student, majoring in «Advertising and Public Relations», Saint Petersburg State Electrotechnical University (LETI), Saint Petersburg, Russia; avalinurova@mail.ru

ДЖУМАШАЛИЕВА Айгерим Урустембековна – старший преподаватель кафедры общественного здравоохранения, соискатель по направлению «Экономика», Международная Высшая Школа Медицины, Бишкек, Кыргызстан, Smile_aigerim@mail.ru

DZHUMASHALIEVA Aigerim Urustembekovna – Senior Lecturer at the Department of Public Health, Degree Candidate in Economics, International Higher School of Medicine, Bishkek, Kyrgyzstan, Smile_aigerim@mail.ru

ЗДРОЖАЙ Елизавета Сергеевна – студентка магистратуры, направление подготовки 39.04.01 Социология (комплексные исследования городской среды), Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, lizakachalova1@mail.ru

ZDROZHAI Elizaveta Sergeevna – master's student, field of study 39.04.01 Sociology (comprehensive studies of the urban environment), Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, lizakachalova1@mail.ru

ИГНАТЬЕВ Семён Сергеевич – аспирант, направление подготовки «Региональная и отраслевая экономика», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, shteyns@vk.com

IGNATIEV Semyon Sergeevich – postgraduate student, field of study «Regional and Sectoral Economics», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, shteyns@vk.com

ИРОДОВА Елена Евгеньевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономики, предпринимательства и менеджмента, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, elirodova@yandex.ru

IRODOVA Elena Evgenievna – Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economics, Entrepreneurship and Management, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, elirodova@yandex.ru

КЛЮЗИНА Светлана Владимировна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры экономики, Ивановский филиал РАНХиГС, г. Иваново, Россия, sklyuzina@yandex.ru

KLYUZINA Svetlana Vladimirovna – Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Economics, Ivanovo Branch of RANEPa, Ivanovo, Russia, sklyuzina@yandex.ru

КРУГЛОВА Алёна Павловна – студентка бакалавриата, направление подготовки «Экономика предприятий и организаций», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, kruglovaav0503@yandex.ru

KRUGLOVA Alyona Pavlovna – bachelor's student majoring in «Economics of Enterprises and Organizations», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, kruglovaav0503@yandex.ru

ЛОБАНОВА Карина Евгеньевна – помощник проректора по исследовательской и проектной деятельности, Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, karina.lobanova.ev@mail.ru

LOBANOVA Karina Evgenyevna – Assistant Vice-Rector for Research and Project Activities, Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, karina.lobanova.ev@mail.ru

ПРОНИНА Антонина Михайловна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики, Ивановский филиал РАНХиГС, г. Иваново, Россия, antoninapronina328@gmail.com

PRONINA Antonina Mihaylovna – Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Economics, Ivanovo Branch of RANEPa, Ivanovo, Russia, antoninapronina328@gmail.com

СТОЯНОВА Татьяна Александровна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, Ивановский филиал РАНХиГС, г. Иваново, Россия, tstoy@yandex.ru

STOYANOVA Tatyana Aleksandrovna – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Ivanovo Branch of RANEPa, Ivanovo, Russia, tstoy@yandex.ru

СУХАНОВА Мария Александровна – студентка, направление подготовки «Международные отношения», Ивановский государственный университет, г. Иваново, Россия, mar1asukhanova@yandex.ru

SUKHANOVA Maria Alexandrovna – student, majoring in «International Relations», Ivanovo State University, Ivanovo, Russia, mar1asukhanova@yandex.ru

ЧОРТОМБАЕВ Улан Тыргоотович – доктор экономических наук, доцент, Кыргызский научно-исследовательский институт ирригации при Службе водных ресурсов при Министерстве водных ресурсов, сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Кыргызской Республики, Бишкек, Кыргызстан, ulan.chortombaev@kstu.kg

CHORTOMBAEV Ulan Tyrgootovich – Doctor of Economics, Associate Professor, Kyrgyz Research Institute of Irrigation under the Water Resources Service of the Ministry of Water Resources, Agriculture and Processing Industry of the Kyrgyz Republic, Bishkek, Kyrgyzstan, ulan.chortombaev@kstu.kg

**ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ ЖУРНАЛА
«ВЕСТНИК ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»
Серия «ЭКОНОМИКА»**

УСЛОВИЯ И ПОРЯДОК ПРИЕМА ПУБЛИКАЦИИ

Статьи направляются в редакцию **только в электронном виде** по адресу: politeconom@yandex.ru (кафедра экономики, предпринимательства и менеджмента).

1. Редакция принимает к публикации материалы, соответствующие специализации журнала, отличающиеся высокой степенью научной новизны, теоретической и практической значимости, ранее не опубликованные в других изданиях.

2. Авторами статей могут быть ученые-исследователи, докторанты, аспиранты, соискатели, студенты старших курсов. Для студентов, аспирантов и соискателей обязательно наличие отзыва научного руководителя, при этом отзыв не заменяет рецензию.

3. К публикации принимаются научные статьи, выполненные в строгом соответствии с требованиями к оформлению рукописей. Материалы, не отвечающие предъявляемым требованиям, к рассмотрению не принимаются.

4. Редакция оставляет за собой право распределять статьи по основным рубрикам журнала.

5. Научные статьи принимаются в течение года и в случае положительных результатов внутренней экспертизы (рецензирования) включаются в очередной номер журнала в порядке поступления.

6. Необходимым условием для включения статьи в журнал является получение положительной рецензии от экспертов редакции, признанных ученых в данной области научного знания.

7. Окончательное решение о приеме научной статьи к публикации принимается редакционной коллегией журнала. Извещение о решении редакционной коллегии направляется автору.

8. После выхода в свет журнал размещается в свободном электронном доступе на сайте Научной электронной библиотеки, на официальном сайте Ивановского государственного университета.

ТРЕБОВАНИЯ К ПУБЛИКАЦИИ И ЕЕ ОФОРМЛЕНИЮ

Редакция принимает статьи, оригинальность которых составляет не менее 70 %.

Материалы, представляемые в редакцию, должны быть оформлены в виде следующих файлов:

1) текст статьи с аннотацией и ключевыми словами на русском и английском языке;

2) сведения об авторе (фамилия, имя, отчество; ученые степень и звание, должность и место работы/учебы или соискательства – на русском и английском языках; домашний и служебный адреса, номера контактных телефонов, адрес электронной почты);

3) отзыв научного руководителя/консультанта для аспирантов и соискателей (отсканированный вариант с подписью и с печатью).

Файлы должны быть поименованы по фамилии автора (например, Иванов1, Иванов2, Иванов3).

Электронный вариант статьи выполняется в текстовом редакторе Microsoft Word. Компьютерный набор статьи должен удовлетворять следующим требованиям: формат – А4; поля – верхнее – 2,7 см, левое и правое – 4 см, нижнее – 4,6 см; гарнитура (шрифт) – Times New Roman; кегль – 11; межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1 см.

Минимальный объем текста статьи с аннотацией, ключевыми словами и списком литературы – **не менее 12 тыс. знаков**. Максимальный объем текста статьи – не более 30 тыс. знаков с пробелами. Статьи большего объема могут приниматься в случае мотивированной необходимости представить развернутые результаты исследования, а также при высокой теоретической и/или практической значимости публикации.

Материал должен быть оформлен в следующей последовательности:

В верхнем левом углу индексы УДК.

На следующей строке в верхнем правом углу **полужирным курсивом** (Times New Roman 12) – **инициалы и фамилия автора** статьи на русском и английском языках.

Через интервал название статьи – выравнивание по левому краю, **строчными (малыми) буквами, полужирным шрифтом**, Times New Roman 12 – на русском и английском языках.

Через интервал аннотация на русском и английском языках (150-250 слов) – Times New Roman 10; словосочетание «**ключевые слова**» и «**key words**» – **полужирным курсивом** – Times New Roman 10, сами ключевые слова и/или словосочетания на русском и английском языках (5–6) – Times New Roman 10.

Далее через интервал – основной текст.

После основного текста через 1 интервал следует **Библиографический список** (Times New Roman 10, ФИО авторов **курсивом**). Список литературы формируется **по алфавитному принципу**, нумерация порядковая.

Ссылки в тексте статьи приводятся в квадратных скобках в строгом соответствии с пристатейным списком литературы. Библиографическое описание литературных источников к статье оформляется в соответствии с ГОСТами 7.1–2003, 7.0.5–2008. В выходных сведениях обязательно указание издательства и количества страниц, в ссылке на электронный ресурс – даты обращения.

Дополнительные рекомендации:

- для выделения слов, фрагментов текста можно использовать курсив, подчеркивание. Разбивка не допускается;
- переносы только автоматические;
- сноски для примечаний постраничные, ставятся автоматически;
- между инициалами и фамилией ставится непрерывный пробел (shift + ctrl + пробел);
- при цитировании используются кавычки «», при внутреннем цитировании ставятся " ";
- должно соблюдаться пунктуационное и графическое отличие «–» (тире: ctrl + alt + минус на правой цифровой клавиатуре) от «-» (дефиса);
- для обозначения промежутка между датами, номерами страниц и т.п. используется «—» (тире). Например, 1920–1930 гг., с. 258–259;

Редакция оставляет за собой право осуществлять литературную правку, редактирование и сокращение текстов статей.

ПОРЯДОК РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ РУКОПИСЕЙ СТАТЕЙ

1. Все статьи, поступившие в редакцию, проходят независимое рецензирование.

Статьи студентов, аспирантов и соискателей принимаются и передаются на рецензирование только при наличии положительного отзыва научного руководителя/консультанта. Сопроводительные документы должны быть подписаны и заверены печатью (присылаются сканом на электронную почту).

2. Рукопись научной статьи, поступившая в редакцию журнала, рассматривается ответственным секретарем на предмет соответствия профилю журнала, основным положениям требований к публикациям и их оформлению, утвержденным редакционной коллегией журнала (см. «Требования к публикации и ее оформлению»).

3. О поступлении статьи и ее дальнейшем рецензировании ответственный секретарь сообщает авторам по электронной почте. Если формальные требования к материалу, представленным на публикацию, не выполнены, то статья к публикации не принимается «по формальным признакам» и об этом сообщается автору.

4. Ответственный секретарь направляет статью на рецензирование. Рецензирование проводится конфиденциально для автора рукописи, носит закрытый характер. Рецензенты уведомляются о том, что присланные им рукописи являются частной собственностью авторов и относятся к сведениям, не подлежащим разглашению. Для проведения рецензирования рукописей статей в качестве рецензентов могут привлекаться как члены редакционной коллегии журнала, так и высококвалифицированные ученые и специалисты, в том числе из других организаций, обладающие глубокими профессиональными знаниями и опытом работы по конкретному научному направлению. Рецензентом не может быть соавтор рецензируемой работы.

5. Рецензент оценивает: соответствие содержания статьи ее названию; актуальность и новизну рассматриваемой в статье проблемы, обоснованность и продуктивность методов исследования объекта, оригинальность решения проблемы и значимость полученных выводов, логику и стиль изложения, целесообразность публикации статьи. Рецензии на рукописи статей хранятся в редакционной коллегии в течение пяти лет со дня публикации статей, копии рецензий направляются в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

6. Сроки рецензирования в каждом отдельном случае определяются с учетом создания условий для оперативной публикации статьи, но не более 6 месяцев. Редакция издания направляет автору представленных материалов по его запросу копии рецензии без подписи и фамилии рецензента или мотивированный отказ.

7. Если в рецензии содержатся рекомендации по исправлению и доработке статьи, ответственный секретарь журнала направляет их автору с предложением учесть при подготовке нового варианта статьи или аргументировано (частично или полностью) опровергнуть. Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена в исправленном виде в течение месяца. К переработанной рукописи необходимо приложить письмо от авторов, содержащее ответы на все замечания и поясняющее все изменения, сделанные в статье (отдельным файлом и по тексту статьи выделить изменения цветом). Доработанная (переработанная) автором статья с сопровождающими комментариями повторно направляется на рецензирование. Датой поступления в редакцию считается дата возвращения доработанной статьи.

8. В случае несогласия с мнением рецензента автор статьи имеет право предоставить аргументированный ответ в редакцию журнала.

9. Редакция оставляет за собой право отклонения статей в случае неспособности или нежелания автора учесть пожелания редакции.

10. При наличии отрицательной рецензии на рукопись или на ее доработанный вариант статья отклоняется с обязательным уведомлением автора о причинах такого решения. Статья, не рекомендованная рецензентом к публикации, к повторному рассмотрению не принимается.

11. Не допускаются к публикации в научном журнале статьи:

- содержащие ранее опубликованный материал;
- содержащие недобросовестные заимствования;
- представленные без соблюдения правил оформления публикаций;
- авторы которых отказываются от технической доработки публикации;
- авторы которых не выполняют конструктивные замечания рецензента или аргументировано не опровергают их;
- представляющие собой отдельные этапы незавершенных исследований.

12. В случае положительной рецензии и рекомендации рецензентом материала к публикации рукопись и текст рецензии рассматриваются на заседании редколлегии. Решение о целесообразности публикации принимается редколлегией. После принятия редколлегией решения о допуске статьи к публикации ответственный секретарь журнала информирует об этом автора по электронной почте и указывает возможные сроки публикации.

13. Очередность публикации статей определяется регистрационной датой их поступления в редакцию. Работы, посвященные особо актуальным проблемам науки, а также содержащие принципиально новую информацию, могут, по решению редакционной коллегии, быть опубликованы вне очереди.

14. Редколлегия имеет право на собственное редактирование присланной рукописи без ущерба для ее содержания и авторского стиля.

15. Все материалы проходят проверку на плагиат. Оригинальность принимаемых к публикации материалов должна составлять не менее 70 %.

16. Если публикация статьи повлекла нарушение чьих-либо авторских прав или общепринятых норм научной этики, то редакция журнала вправе изъять опубликованную статью.

17. Редколлегия журнала не хранит и не возвращает рукописи, не принятые к печати. Рукописи, принятые к публикации, не возвращаются.

18. Редакция не вступает с авторами в содержательное обсуждение статей, переписку по методике написания и оформления научных статей и не занимается доведением статей до необходимого научно-методического или технического уровня.

Электронное сетевое издание

**ВЕСТНИК
ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**
Серия «Экономика»
2026. Вып. 3 (69)

[12+]

Издается в авторской редакции

Директор издательства *Л. В. Михеева*
Технический редактор *И. С. Сибирева*
Компьютерная верстка *С. Г. Коноваловой*

Дата размещения на сайте 30.09.2026.

Формат 70 × 108¹/₁₆. Уч.-изд. л. 6,5. Объем 4,2 Мб.

Издательство «Ивановский государственный университет»

✉ 153025 Ивановская обл., г. Иваново, ул. Ермака, 39

☎ (4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru