

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

## № 3 (37) 2021

Журнал издается с сентября 2012 г.  
Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи  
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс E29460)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,  
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

**Свидетельство о регистрации:**

ПИ № ФС 77-67657 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):**

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

В журнале публикуются результаты научных исследований по экономике и управлению. Журнал адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным отраслям и направлениям экономических наук.

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

**При перепечатке ссылка на издание обязательна**

Редакция журнала «Экономическая среда»:  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12  
Телефон: +7 (4862) 255037;  
e-mail: economicsreda@mail.ru  
<https://orelgiet.ru/sveden/ekonomicheskaya-sreda>  
© ОрелГУЭТ, 2021

Подписано в печать 17.12.2021 г.  
Дата выхода в свет 24.12.2021 г.  
Заказ № 39. Формат 60x84<sup>1</sup>/<sub>8</sub>  
Усл. печ. л. 7,5. Тираж 1000 экз.  
Свободная цена

Отпечатано с готового оригинал-макета  
на полиграфической базе ОрелГУЭТ  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

**Главный редактор:**

**Парушина Н.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Редакционный совет:**

- Агаркова Л.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
- Богатая И.Н.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
- Воробьева Е.И.** доктор экономических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Глотко А.В.** доктор экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»
- Зенкина И.В.** доктор экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
- Карлина Е.П.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
- Кузнецова А.Р.** доктор экономических наук, доцент  
ГАНУ «Институт стратегических исследований Республики Башкортостан»
- Лочан С.А.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Лытнева Н.А.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Нижегородцев Р.М.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБУН Институт проблем управления им. В.А. Трапезникова РАН
- Пласкова Н.С.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Проняева Л.И.** доктор экономических наук, профессор  
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Рудакова О.В.** доктор экономических наук, профессор  
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Симченко Н.А.** доктор экономических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Сироткина Н.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»
- Цёхла С.Ю.** доктор экономических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Чеглакова С.Г.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный радиотехнический университет имени В.Ф. Уткина»
- Чекулина Т.А.** доктор экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Шманев С.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
- Юрзинова И.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**Ответственный редактор:**

**Жучков А.А.** кандидат технических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Литературный редактор:**

**Зайцева Н.Н.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

**Переводчик:**

**Лепешкина Г.Г.** старший преподаватель  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

---

# СОДЕРЖАНИЕ

## РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

**Илюхина Н.А.**

Результаты участия вузов Орловской области в программах развития российской экономики и социальной сферы 4

**Семенов И.А.**

ТСО модель для процесса сезонной закупки сырья в пищевой промышленности 12

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

**Антинескул Е.А., Южакова А.С.**

Интегрированные маркетинговые коммуникации производителя деревянной игрушки: тенденции и перспективы 17

**Антинескул Е.А., Ремнева М.А.**

Анализ служб доставки продуктов питания 26

## ФИНАНСЫ

**Рыкова И.А., Уварова Е.Е.**

Анализ рынка банковских продуктов и услуг на примере ПАО «Банк Уралсиб» 33

**Спиридонова А.В., Рыкова И.А.**

Формирование портфеля ценных бумаг для частного инвестора 40

**УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ 53**

## РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

DOI: 10.36683/2306-1758/2021-3-37/4-11

УДК 378(470.319):33(470)

Илюхина Н.А.

### РЕЗУЛЬТАТЫ УЧАСТИЯ ВУЗОВ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ В ПРОГРАММАХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

**Илюхина Наталья Александровна**

кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12  
e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

Начальным этапом глобальных изменений российской экономики и социальной сферы России ряд аналитиков считают старт национальных проектов. Это тот период, в соответствии с которым по поручению Президента РФ был разработан и внедрен целый комплекс программ во исполнение целей и задач по реформированию всех сфер деятельности в нашей стране. По состоянию на конец 2021 года действуют 14 национальных проектов, один из них – «Цифровая экономика Российской Федерации». В рамках указанного национального проекта реализуется ряд федеральных проектов, в том числе «Кадры для цифровой экономики». В 2021 году значимым событием в указанном направлении стали результаты программы «Приоритет-2030», инициированной федеральным проектом «Кадры для цифровой экономики». Программа «Приоритет-2030» направлена на формирование группы университетов, которые будут занимать лидирующие позиции в создании новых знаний и технологий для последующей интеграции в разные области экономической и социальной сферы страны, в том числе будут вырабатывать решения и для системы высшего образования, распространяя лучшие исследовательские и инновационные практики, делая тем самым регионы привлекательными для жизни и работы [2].

Вовлечение региональных вузов и созданных при их участии консорциумов в программу «Приоритет-2030» является первостепенной целью в реализации национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации». Активная позиция высшей школы, взаимовыгодное партнерство вузов друг с другом, общественными институтами, государством, бизнесом станут предпосылками для глобального изучения данного вопроса учеными, практиками и общественностью. В работе были использованы методы сравнения, группировки и обобщения данных.

**Ключевые слова:** национальный проект, цифровая экономика, система образования, квалифицированные кадры, Орловская область

Илюхина Н.А. Результаты участия вузов Орловской области в программах развития российской экономики и социальной сферы // Экономическая среда. – 2021. – №3 (37). – С. 4-11. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/4-11>

**Ilyukhina Natalia Alexandrovna**

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor  
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation  
e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

A number of analysts consider the start of national projects to be the initial stage of global changes in the Russian economy and Russia social sphere. It is the period in accordance with which, a whole set of programs were developed and implemented on behalf of the President of the Russian Federation in fulfillment of the goals and objectives of reforming all spheres of activity in our country. Judging by the end of 2021, there are 14 national projects. One of them is the Digital Economy of the Russian Federation. Within the framework of this national project, a number of federal projects are being implemented, including Personnel for Digital Economy. In 2021, the results of the Priority 2030 Program initiated by the federal project Personnel for the Digital Economy became a significant event in this direction. The Priority 2030 Program is aimed at forming a group of universities that will take a leading position in creating new knowledge and technologies for further integration into various areas of the economic and social sphere of the country, including developing solutions for the higher education system, spreading the best research and innovative practices, thereby making the regions attractive for life and work [2]. The involvement of regional universities and consortia created with their participation in the Priorities–2030 Program is the primary goal in implementation of the national project Digital Economy of the Russian Federation. Active position of higher school, mutually beneficial partnership of universities, public institutions, the state and business will become prerequisites for global study of this issue by scientists, practitioners and the public using methods of comparison, grouping and generalization of data.

**Keywords:** national project, digital economy, education system, qualified personnel, Orel region.

Ilyukhina N.A. Results of participation of Orel region universities in the development programs of Russian economy and social sphere. *Economic environment*. 2021; 3 (37): 4-11. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/4-11>

**Введение.** Ускоренное внедрение цифровых технологий в экономике и социальной сфере создает условия для высокотехнологичного бизнеса, повышает конкурентоспособ-

ность страны на глобальном рынке, укрепляет национальную безопасность и повышает качество жизни людей. Все это является неотъемлемыми тезисами национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации» и реализуется через комплекс мер, связанных с подготовкой кадров для цифровой экономики. Совершенствование системы образования обеспечит подготовку квалифицированных кадров для цифровой экономики, а граждане получают новые возможности и мотивацию для освоения цифровых компетенций. Планируется, что 200 тыс. россиян получат возможность освоить цифровые компетенции по специальным программам дополнительного образования на условиях полной или частичной компенсации затрат; 50 тысяч госслужащих пройдут обучение компетенциям в сфере цифровой трансформации государственного и муниципального управления; до 120 тыс. человек в год будет увеличен прием на бюджетные места в вузах на программы в сфере информационных технологий; 80 тысяч преподавателей высшего и среднего профессионального образования пройдут повышение квалификации по новым программам для ИТ-специальностей и различных предметных отраслей [2].

В этой связи актуальна цель программы «Приоритет-2030» – сформировать широкую группу университетов, которые станут лидерами в создании нового научного знания, технологий и разработок для внедрения в российскую экономику и социальную сферу. Университеты, ставшие участниками программы, будут вырабатывать и распространять по всей системе высшего образования лучшие практики научно-исследовательской, инновационной и образовательной деятельности, повысят привлекательность жизни и работы в регионах России, в том числе для иностранных студентов и зарубежных ученых. Они позволят сформировать у выпускников российских университетов навыки и умения, необходимые для их успеха на современном рынке труда и в будущем в условиях стремительного научно-технологического прогресса [2].

**Материалы и методы.** Самыми достоверными источниками информации по заявленной тематике являются публичные данные в сети Интернет, это сайты и порталы, аккумулирующие массив информации по продвижению и реализации национальных и федеральных проектов, программ и мероприятий как на федеральном, так и на региональном уровне. Д.И. Бойко обращает внимание на значимость и необходимость развития национального проекта «Цифровая экономика» в современной России [6]. Исследователи В.Я. Белобрагин, Т.А. Салимова и Л.И. Бирюкова считают, что национальные проекты – это стратегические драйверы обеспечения устойчивого развития [7]. А.В. Табах и А.В. Подругина, наоборот, в своих публикациях придерживаются мнения, что проблемы в реализации национальных проектов снижают темп экономического роста. Публикации ряда ученых подтверждают тот факт, что реализация целей одного национального проекта неразрывно связана с реализацией мероприятий в рамках других национальных проектов. Так, В.Д. Самойлов делает попытки определить место и роль российского профессора в реализации национальных проектов в сфере науки и образования [8]. А принимая во внимание тот факт, что программа «Приоритет-2030» предусмотрена в рамках нацпроекта «Цифровая экономика», а реализуется посредством университетов, данные публикации актуальны. А.Е. Корж, С.Н. Сычанина характеризуют современные системы взаимодействия органов власти с гражданскими институтами в условиях цифровизации экономики [9]. Анализируя этапность выполнения программы «Приоритет-2030», целесообразно отметить, что взаимодействие предусмотрено по ряду министерств и ведомств от этапа инициирования законодательного акта, который является основанием для финансирования университетов, до этапа контроля за целевым использованием полученных средств.

**Результаты и обсуждение.** Результаты программы «Приоритет-2030» объявлены в октябре 2021 года и направлены на формирование группы университетов-лидеров в создании новых знаний и технологий для внедрения в экономику. Они будут вырабатывать решения и для системы высшего образования, распространяя лучшие исследовательские и инновационные практики, сделают регионы привлекательными для жизни и работы. Предполагаемый

срок реализации программы «Приоритет-2030» составляет десять лет, реализация будет проходить в два этапа: 2021-2025 годы и 2025-2030 годы.

Основные этапы программы «Приоритет-2030» обобщены в таблице с информацией о степени участия вузов Орловской области в данной программе. Первоначально вышло постановление Правительства Российской Федерации №729 от 13 мая 2021 г. «О мерах по реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030»» вместе с «Правилами проведения отбора образовательных организаций высшего образования для оказания поддержки программ развития образовательных организаций высшего образования» и «Правилами предоставления грантов в форме субсидий из федерального бюджета на оказание поддержки программ развития образовательных организаций высшего образования» [1].

Таблица 1 – Мероприятия и порядок участия вузов Орла и Орловской области в рамках программы «Приоритет-2030»

Временной период	Мероприятия, приходящиеся на конкретный временной период	Степень участия региональных университетов и результаты
13 мая 2021	Выход постановления Правительства Российской Федерации №729 от 13 мая 2021 г. «О мерах по реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030»»	Издание приказов Минобрнауки России, предусмотренных постановлением Правительства РФ, в том числе после завершения процедуры межведомственного согласования, независимой антикоррупционной экспертизы соответствующих проектов приказов на regulation.gov и их государственной регистрации в Минюсте России
Июнь 2021	Объявление Минобрнауки России о проведении отбора университетов для участия в программе «Приоритет-2030». Опубликование образца программы развития в составе конкурсной документации, утверждение показателей эффективности реализации программ развития	Поданы заявки и программы развития: 1. Консорциум вузов: Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина, Орловский государственный институт культуры, Всероссийский научно-исследовательский институт селекции плодовых культур и Федеральный научный центр зернобобовых и крупяных культур (ОГУ им. И.С. Тургенева). 2. Среднерусский институт управления РАНХиГС (филиал РАНХиГС при Президенте РФ)
Август 2021	Завершение приема заявок на участие в программе «Приоритет-2030»	Приняты заявки и программы развития: 1. Консорциум вузов: Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина, Орловский государственный институт культуры, Всероссийский научно-исследовательский институт селекции плодовых культур и Федеральный научный центр зернобобовых и крупяных культур (ОГУ им. И.С. Тургенева). 2. Среднерусский институт управления РАНХиГС (филиал РАНХиГС при Президенте РФ)

Август 2021	Экспертиза программ развития университетов	Программы развития региональных участников успешно прошли многофакторную и многоэтапную экспертизу
10 сентября 2021	Начало отбора университетов для участия в программе «Приоритет-2030».	Стали участниками программы и получили базовую часть гранта 100 млн рублей:
27 сентября 2021	Завершение отбора. Объявлен список вузов, ставших участниками программы «Приоритет-2030»	1. Консорциум вузов: Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина, Орловский государственный институт культуры, Всероссийский научно-исследовательский институт селекции плодовых культур и Федеральный научный центр зернобобовых и крупяных культур (ОГУ им. И.С. Тургенева). 2. Среднерусский институт управления РАНХиГС (филиал РАНХиГС при Президенте РФ)
1 октября 2021	Начало отбора университетов для предоставления специальной части гранта	Участие в отборе университетов для предоставления специальной части гранта: 1. Консорциум вузов: Орловский государственный аграрный университет им. Н.В. Парахина, Орловский государственный институт культуры, Всероссийский научно-исследовательский институт селекции плодовых культур и Федеральный научный центр зернобобовых и крупяных культур (ОГУ им. И.С. Тургенева). 2. Среднерусский институт управления РАНХиГС (филиал РАНХиГС при Президенте РФ)
3 октября 2021	Завершение отбора вузов на предоставление специальной части гранта для достижения глобального научного, территориального и (или) отраслевого лидерства	Среднерусский институт управления РАНХиГС в составе РАНХиГС при Президенте РФ получил специальную часть гранта по направлению «Территориальное и отраслевое лидерство» в размере 994 млн рублей до конца 2022 года

В июне 2021 годы были поданы заявки на участие в программе «Приоритет-2030» и представлены действующие программы развития университетов-участников или проекты такой программы, в которую должны входить целевая модель, стратегические проекты, мероприятия и показатели эффективности. Принципиально, что в критериях отбора делался акцент на способность университетов привлекать финансирование, а это предполагает работу в кооперации с промышленными партнерами, понимание современных рынков и продуктов. Оценка показателей эффективности осуществлялась на основе таких параметров, как объем исследований и разработок, доля профессорско-преподавательского состава в возрасте до 39 лет, число студентов, получивших дополнительную квалификацию или обучающихся по

программам, связанным с получением цифровых навыков, также учет публикаций и объем доходов от интеллектуальной деятельности.

Правительство и Минобрнауки впервые выстроили систему работы с заявками в онлайн-режиме: личный кабинет, вебинары – весь документооборот проходил в закрытой электронной системе и фиксировался через цифровую подпись. Все работало по системе четко организованной обратной связи и информирования участников программы «Приоритет-2030». В итоге состоялось семь вебинаров, проводились индивидуальные онлайн-консультации, публиковались информационно-разъяснительные материалы. При отборе оценивались программы развития вузов, которые отвечают на современные вызовы, коррелируют со стратегией научно-технологического развития. Упор делался на готовность учреждения к трансформации и интеграции в экономическую и социальную повестку региона, за счет широкого географического охвата программа будет способствовать сбалансированному развитию науки и университетов всех регионов.

Форма участия вузов в программе «Приоритет-2030», заявленная в соответствии с постановлением Правительства №729, может предусматривать создание консорциума и возможность передачи части средств гранта юридическим лицам – участникам консорциума. Требования к соглашениям, по которым средства гранта могут передаваться иным лицам, установлены пункте 6 Правил предоставления грантов, утвержденных постановлением Правительства РФ №729. Указанные соглашения заключаются в соответствии с типовой формой, установленной Министерством финансов Российской Федерации. Следует отметить, что университет при оценке проекта программы (программы развития) получает дополнительные баллы за формирование консорциумов.

Так, в июле 2021 года Губернатор Орловской области Андрей Клычков и руководители высших учебных заведений региона подписали соглашение о создании на базе Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева консорциума вузов для участия в конкурсном отборе на получение грантов в рамках программы «Приоритет-2030» [3]. Мероприятия по созданию консорциумов – часть программы развития в составе заявки (пункт 7 Правил проведения отбора). Допускается, что на момент подачи заявки консорциум может быть не сформирован, что и подтвердила практика создания консорциума вузов Орла и Орловской области: Орловского государственного аграрного университета им. Н.В. Парахина, Орловского государственного института культуры, Всероссийского научно-исследовательского института селекции плодовых культур и Федерального научного центра зернобобовых и крупяных культур (ОГУ им. И.С. Тургенева). Среднерусский институт управления также представляет Орловский регион, являясь участником программы «Приоритет-2030» в составе Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), тем самым используя уникальные возможности своей филиальной сети, что не раз подчеркивал в своих выступлениях ректор академии В.А. Мау.

В конце сентября 2021 года комиссия Минобрнауки России отобрала в программу 106 университетов из 49 городов Российской Федерации. Эти учреждения получили базовую часть гранта в размере 100 млн рублей. Общее финансирование федеральной программы «Приоритет-2030» до конца 2022 года составит более 47 млрд рублей. Из них финансирование по базовой части составит более 20 млрд рублей за два года, по специальной части гранта – более 26 млрд рублей. Еще 15 университетов получили статус кандидата на участие в программе. На втором этапе совет программы «Приоритет-2030» отобрал из университетов-участников программы получателей специальной части гранта [5]. С этой целью необходимо было осуществить следующие мероприятия:

1. Указать в заявке, что университет претендует на получение специальной части гранта. Подготовить соответствующий пакет документов (заявку) для участия в отборе.
2. Войти в число участников программы по результатам отбора.
3. По результатам рейтингования участников программы комиссией Минобрнауки России войти в число университетов для последующего рассмотрения проекта программы

развития советом.

4. По результатам рассмотрения проекта программы развития советом войти в перечень университетов-получателей специальной части гранта.

Размер специальной части гранта определяется на основе предложений совета программы по результатам рассмотрения программ развития или отчетов университетов-участников программы. Кроме того, порядок определения специальной части гранта определен приложением к Положению о Совете по поддержке программ развития образовательных организаций высшего образования в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» (Постановление Правительства Российской Федерации от 13 мая 2021 года №730). Средства на выплату специальной части гранта предусмотрены Федеральным законом «О федеральном бюджете на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов».

Получателями специальной части гранта программы «Приоритет-2030» стали 46 университетов из 22 субъектов всех федеральных округов страны, всего приняли участие 54 вуза. Специальная часть гранта имеет два направления: по треку «Исследовательское лидерство» грантовую поддержку получают 18 университетов (доля региональных – 39%). По треку «Территориальное и (или) отраслевое лидерство» специальную часть гранта получают 28 университетов (доля региональных – 75%). По каждому направлению вузы разделены на три группы: победители первой группы до конца 2022 года получают 994 млн рублей, второй – 426 млн рублей, третьей – 142 млн рублей [5].

По каждому вузу принимались самые тщательные и взвешенные решения. Целесообразно отметить, что не оценивалась многовековая история университета, его текущие достижения, репутационные или научные заделы, а принимались во внимание реальные планы и возможности вузов, изложенные в программах развития, их способность мыслить о себе в международной парадигме высшего образования и научного лидерства. Кроме производства кадров для науки университеты имеют и другие функции: они формируют профессиональные элиты, в том числе и в сфере управления, и обеспечивают кадрами регионы страны. И по текстам программ, и по реальному обсуждению видно, что региональная власть и промышленные партнеры реально заинтересованы в развитии университетов. Нам кажется важным, чтобы губернаторы исходили в поддержке вузов не из текущих проблем, а из задач развития регионов, а промышленные партнеры, участвующие в глобальной конкуренции, видели в университетах источник глобального конкурентоспособного человеческого капитала.

Результаты участия вузов Орла и Орловской области во втором этапе представлены в таблице. Консорциум Орловского государственного аграрного университета им. Н.В. Парахина, Орловского государственного института культуры, Всероссийского научно-исследовательского института селекции плодовых культур и Федерального научного центра зернобобовых и крупяных культур (ОГУ им. И.С. Тургенева) не получил государственной поддержки в форме специальной части гранта, отсутствуют данные в средствах массовой информации о присвоении статуса кандидата на повторное участие в программе. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации вошла в число университетов, которые получают максимальный грант по направлению «Территориальное и отраслевое лидерство» в рамках федеральной программы «Приоритет-2030». В Орловской области академия представлена Среднерусским институтом управления. Победа в рамках самой масштабной программы поддержки университетов в современной российской истории, в которой принимал участие 181 университет, – это достойный ответ на глобальные и национальные вызовы современности.

В обозримом будущем РАНХиГС будет развиваться как национальная школа государственного управления, ведущая бизнес-школа, мощный научно-исследовательский и экспертный центр, наращивая присутствие в сфере консалтинга. В числе стратегических проектов, соответствующих ключевым направлениям развития вуза, ректор РАНХиГС В. А. Мау представил [4]:

1. Проект «Национальная школа управления». В основе проекта лежит понимание непрерывного образования как основы профессионального развития человека. В рамках этого проекта к 2030 году будет реализована модель непрерывного профессионального образования и развития кадров органов публичной власти с использованием специально разработанных инструментов личностно-профессиональной диагностики, результаты которой помогут формировать персонифицированные образовательные траектории и индивидуальные карьерные маршруты.

2. Проект «Деловое образование мирового уровня». Стратегический проект нацелен на формирование нового поколения управленцев и предпринимателей, способных эффективно реализовывать свой профессиональный и личностный потенциал.

3. Проект «Академия будущего – для будущего России». Цель данного стратегического проекта – организация экспертной, научной, образовательной и методической поддержки системы развития кадров в российских регионах.

4. Проект «Национальный центр стратегического консалтинга». Проект, в свою очередь, предполагает создание национальной системы экспертно-аналитического и консультационного сопровождения органов власти, бизнеса и некоммерческих организаций.

В качестве основных показателей результативности государственной программы «Приоритет-2030» выбраны такие специфические критерии, как количество обученных по программам дополнительного профессионального образования (ДПО) и количество реализованных проектов. В рамках реализации показателя ДПО в системе оценки предусмотрен дополнительный показатель эффективности ДПО – полученный доход от реализации ДПО. Показатель, учитывающий доходы университета от реализации программ ДПО, позволит минимизировать риски имитации «достижения» количественного показателя. В 2020 году по программам дополнительного профессионального образования РАНХиГС прошли обучение более 110 тысяч человек, примерно половина из них – сотрудники органов публичной власти [4].

**Выводы. Заключение.** Согласно целям национального проекта «Наука и университеты» Россия должна войти в пятерку стран, ведущих разработки в приоритетных областях. В Российской Федерации должны создать 15 научно-образовательных центров мирового уровня, которые объединят ведущие университеты, научные организации, компании реального сектора экономики для решения масштабных задач. Можно с уверенностью заявить, что «Приоритет-2030» – это беспрецедентная программа, которая стимулирует менять качество работы университетов, побуждает их выходить из зоны комфорта, взаимодействовать с другими вузами, активнее работать с общественными институтами, государством, бизнесом. Эта программа дает возможность в первую очередь самим университетам понять, насколько их деятельность соответствует вызовам завтрашнего дня, насколько они готовы к будущему [11]. Программа дает мощный импульс для трансформации университетов, а главное эта программа поможет вузам стать ключевыми игроками в вопросах развития своих регионов и страны в целом. По мнению ученых, в нашу жизнь приходит новый технологический уклад – обеспечить благосостояние сможет тот, кто умеет получать знания и быстро переводить их в технологии и продукты для жизни. Программа «Приоритет-2030» нацелена на формирование в России такого сетевого двигателя экономики знаний.

#### Список источников:

1. Постановление Правительства Российской Федерации №729 от 13 мая 2021 г. «О мерах по реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» (вместе с «Правилами проведения отбора образовательных организаций высшего образования для оказания поддержки программ развития образовательных организаций высшего образования в рамках реализации программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», «Правилами предоставления грантов в форме субсидий из федерального бюджета на оказание поддержки программ развития образовательных организаций высшего образования»). // КонсультантПлюс. – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_384628/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_384628/).

2. О программе Приоритет 2030 // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации.

Федерации. – URL: <https://priority2030.ru/about>.

3. На базе опорного вуза будет создан Консорциум вузов для участия в программе «Приоритет-2030» // Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева. – URL: <http://oreluniver.ru/media/news/show/1/11635>.

4. РАНХиГС получила грант по программе «Приоритет 2030» // Электронное периодическое издание «Вечерний Орел, [www.vechor.ru](http://www.vechor.ru)». – URL: <https://vechor.ru/news-today/rankhigs-poluchila-grant-po-programme-prioritet-2030>.

5. Программа поддержки университетов «Приоритет-2030»: ответы на вопросы // Сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации. – URL: [https://www.minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT\\_ID=34669](https://www.minobrnauki.gov.ru/press-center/news/?ELEMENT_ID=34669).

6. Бойко Д.И. Значимость и необходимость развития нацпроекта «Цифровая экономика» в современной России // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. №10. С. 71-78.

7. Белобрагин В.Я., Салимова Т.А., Бирюкова Л.И. Нацпроекты РФ – стратегические драйверы обеспечения устойчивого развития // Стандарты и качество. 2019. №8. С. 67-71.

8. Самойлов В.Д. Определимся с местом и ролью российского профессора и ученого в реализации нацпроектов «Наука» и «Образование» // Сборник тезисов по итогам Профессорского форума 2020 «Национальные проекты и профессорское сообщество». В 2 томах. Т. 2. Москва : Российское профессорское собрание, 2021. С. 28-32.

9. Корж А.Е., Сычанина С.Н. Современные системы взаимодействия органов власти с гражданскими институтами в условиях цифровизации экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №1-1 (71). С. 170-172.

10. Кочетков Н.Д., Крапивенцев И.А. Оценка реализации национального проекта «Цифровая экономика» // Вектор экономики. 2021. №6 (60).

11. Железова С. Ректоры вузов назвали справедливой систему грантов по программе «Приоритет-2030» // Национальные проекты России. – URL: <https://xn--80aарарпемсчfmo7a3с9ehj.xn--p1ai/news/rektory-vuzov-nazvali-spravedlivoy-sistemu-vydeleniya-grantov-po-programme-prioritet-2030>.

*Статья поступила 08.11.2021 г.*

Семенов И.А.

## ТСО МОДЕЛЬ ДЛЯ ПРОЦЕССА СЕЗОННОЙ ЗАКУПКИ СЫРЬЯ В ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**Семенов Иван Андреевич**

аспирант кафедры экономики и менеджмента  
ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»; РФ, 119454,  
г. Москва, ул. Лобачевского, д. 90;  
e-mail: ivan7onoff.iuit@gmail.com

Научный руководитель

**Дивина Татьяна Васильевна**

кандидат экономических наук, профессор кафедры экономики и менеджмента  
ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»; РФ, 119454,  
г. Москва, ул. Лобачевского, д. 90;  
e-mail: delta4300@yandex.ru

**Semenov Ivan Andreevich**

PhD student  
Academy of Labour and Social Relations; 90 Lobachevsky Street,  
Moscow 119454, Russian Federation;  
e-mail: ivan7onoff.iuit@gmail.com

Academic Advisor

**Divina Tatiana Vasilievna**

Candidate of Economic Sciences, Professor  
Academy of Labour and Social Relations; 90 Lobachevsky Street,  
Moscow 119454, Russian Federation;  
e-mail: delta4300@yandex.ru

Правильное выстраивание цепочки поставок и стратегии закупок становится очень важным инструментом в достижении своих целей многими крупными компаниями. Среди прочих инструментов проектного менеджмента используются ТСО-модели (Total cost of ownership – Суммарные затраты на владение). Этот способ многокритериальной оценки позволяет оценить различные сценарии формирования затрат. При помощи учёта затрат на старте и затрат в течение реализации долгосрочных проектов данные модели позволяют найти лучший из множества возможных моментов. Впервые применённые в сфере ИТ, ТСО-модели нашли своё место в логистике, закупках и производстве. На примере сезонных закупок сырья в пищевой промышленности показана важность существования ТСО-модели для цепи поставок крупных FMCG-компаний (Fast Moving Consumer Goods – Товары народного потребления). Конечным итогом является принятое решение по стратегии закупки и структуре затрат.

**Ключевые слова:** логистические затраты, ТСО, затраты на закупку сырья, стоимость хранения, элеваторы, ТСО-модель, FMCG.

Семенов И.А. ТСО модель для процесса сезонной закупки сырья в пищевой промышленности // Экономическая среда. – 2021. – №3 (37). – С. 12-16. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/12-16>

Correct organization of the supply chain and procurement strategy is a very important tool in achieving the goals of many large companies. Among other project management tools, TCO (Total Cost of Ownership) models are used. This method of multi-criteria evaluation allows evaluating various scenarios of cost formation. By taking into account the costs at the start and the costs during the implementation of long-term projects, these models allow finding the best of many possible moments. First applied in IT sphere, TSO models have found their place in logistics, procurement and production. Importance of TCO model for the supply chain of large FMCG (Fast Moving Consumer Goods) companies is shown on the example of seasonal purchases of raw materials in food industry. The final result is final decision on procurement strategy and cost structure.

**Keywords:** logistics costs, TCO, raw material purchase costs, storage costs, elevators, TCO model, FMCG.

Semenov I.A. TCO model for seasonal procurement of raw materials in food industry. *Economic environment*. 2021; 3 (37): 12-16. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/12-16>

**Введение.** В пищевой промышленности в компаниях FMCG-сектора очень важно подходить системно к поиску оптимизационных решений в логистике и закупках сырья [2; 11]. При реализации любого проекта цепочки поставок сырья на производства и склады многие компании сектора используют в своей работе ТСО-модели [3].

ТСО-модель (с английского Total cost of ownership), или совокупная стоимость владения, – общие расходы, которые возникают у компании из-за владения каким-либо активом, например, сырьём для производства [4].

**Материалы и методы.** Методика определения ТСО изначально была выдвинута исследовательской компанией Gartner Group в конце 80-х годов и предназначалась для оценки ИТ-проектов. После введения данного термина компания Interpose совместно с Microsoft предложили новую, основанную на ТСО модель анализа использования ИТ, которая подра-

зумевают разбиение затрат на прямые (бюджетные) и косвенные [5].

Обычно цепочка поставок работает по изначально заложенным сценариям с фиксированными плечами доставки, фиксированным средним объемом, с относительно стабильной стоимостью на те или иные виды сырья. Однако существуют ситуации, в которых устоявшаяся система требует изменения в цепочке поставок, процессе закупки и среднем запасе, который лежит на складах [1].

Эти изменения могут быть вызваны несколькими причинами:

- 1) изменение числа и месторасположения поставщиков сырья;
- 2) изменение рецептуры приготовления продуктов;
- 3) изменение цепочки поставок, вызванное переносом производства из одного региона в другой;
- 4) рост или снижение объемов производства;
- 5) изменение тарифов на транспорт или складские операции;
- 6) сезонная закупка сырья, связанная с повышением или понижением цен на это сырьё.

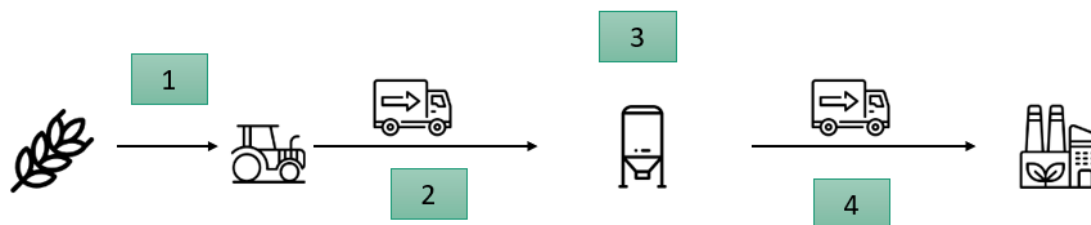
**Результаты и обсуждение.** Рассмотрим изменение ТСО-модели на примере сезонной закупки пшеницы компанией, производящей корма для домашних животных.

Рассматриваемая компания имеет установленный технологический процесс по производству кормов для животных. Одним из ключевых ингредиентов, используемых в производстве, является пшеница. Этот ингредиент компания использует для приготовления кормов на заводе в Московской области. Основные поставщики компании находятся в Тульской области, там же находится и склад хранения пшеницы [10; 12].

Процесс закупки и поставки на производство можно описать несколькими последовательными плечами:

1. Закупка пшеницы у поставщика;
2. Доставка пшеницы на склад хранения (элеватор);
3. Приёмка на элеваторе, хранение, погрузка для отправки на завод;
4. Доставка на завод автотранспортом.

Структура цепи поставок изображена на рисунке 1.



Источник: разработано автором

Рисунок 1 – Структура цепи поставок

Таким образом, ТСО-модель будет формироваться из четырёх видов затрат [8]:

- 1) затраты на закупку пшеницы;
- 2) затраты на доставку от поставщика на элеватор;
- 3) затраты на хранение и обработку;
- 4) затраты на доставку автотранспортом с элеватора на завод.

Большую часть года для производства кормов на складах компании хранится порядка 8 килотонн пшеницы, что примерно покрывает до 40 дней производства. Закупка идёт по стандартной цене с небольшими отклонениями в течение месяцев. Однако в данном бизнесе существуют определённые правила по изменению цен, эти правила полностью привязаны к сезону сбора нового урожая пшеницы. Данный сезон начинается в двадцатых числах июля и продолжается до начала середины сентября. В течение этого сезона поставщики, чтобы освободить место на своих складах под новый урожай, начинают продавать по сниженным

ценам остатки старого урожая. Так как основной задачей становится необходимость реализовать на рынке как можно больше пшеницы, цена продажи старых запасов становится меньше [9].

Эти сезонные колебания цены могут позволить сэкономить деньги компаниям, использующим пшеницу в своём производственном процессе. Поэтому возникает идея закупки большего числа пшеницы, увеличения хранимых объемов и повышения затрат на логистику для снижения ТСО-затрат по всем четырём пунктам выше.

Рассмотрим изменение ТСО-модели в сезон сбора урожая пшеницы и изменения показателей стоимости закупки и логистических затрат для компании.

В начале рассчитывается разница между сценариями закупок 1 и 2. Сценарии закупки берутся на промежуток 30 июля 2021 года – 14 июня 2022 года. Сценарии считаются на суммарном потребном объеме пшеницы под производство, который на этот промежуток времени составит 73,5 кт пшеницы.

В первом сценарии будет производиться закупка строго под потребности производства без увеличения складских мощностей.

Во втором сценарии будет производиться больший объем закупок в те месяцы, в которые прогнозная цена на пшеницу будет значительно ниже, после чего на протяжении нескольких месяцев не будет закупаться в принципе, а сделанные изначально запасы в месяцы без закупок начнут постепенно снижаться. В конце цикла также будут пропущены контракты на закупку по большей цене.

Логистические затраты на хранение будут расти за счёт увеличения складских мощностей, которые потребуются для хранения запаса пшеницы из второго сценария. Для корректности расчёта будем считать превышение стандартного запаса в 8 кт. Превышение среднего запаса будет обходиться компании по стоимости 4,44 руб./т в день в соответствии с полученным коммерческим предложением.

Для расчёта ТСО используется формула (1) [6]:

$$S_o = S_v + S_l, \quad (1)$$

где  $S_o$  – общая стоимость сценария;  
 $S_v$  – стоимость владения, или закупочная стоимость пшеницы;  
 $S_l$  – в данном случае стоимость логистических издержек сверх бюджета для сценария (складывается из стоимости хранения и транспортировки).

Для расчёта затрат на хранение используется следующая формула 2 [7]:

$$Z = CT \times T \times V, \quad (2)$$

где  $Z$  – общие затраты на хранение;  
 $CT$  – тариф на хранение (руб. / т-сут.);  
 $T$  – срок хранения (сут.);  
 $V$  – объем хранимой продукции (т).

Логистические затраты на транспорт остаются неизменными, так как суммарный объем перевозок пшеницы остаётся прежним.

Результаты ТСО-модели представлены в таблице 1. Данная таблица показывает нам правильность логики составления ТСО-модели, по которой будет работать компания. В ходе изучения ТСО-модели с сезонной закупкой пшеницы обнаружено, что сценарий 2 оказывает позитивное влияние на стоимость закупленного сырья и негативное влияние на бюджет за хранение пшеницы. Суммарный бюджет с учётом обеих вводных позволяет понять, что при действии по данному сценарию компания будет способна сэкономить 69 миллионов рублей.

Для того чтобы проследить окупаемость и выгоды от внедрения ТСО-модели в динамике, представим график на рисунке 2.

Таблица 1 – Сценарии ТСО-модели

	Сценарий 1		Сценарий 2			Экономика ТСО:	
	Стоимость тонны пшеницы, руб.	Объем закупок, т	Стоимость контракта, млн руб.	Объем закупок, т	Стоимость контракта, млн руб.	Негативный эффект на логистику, млн руб.	млн руб.
<b>Сумма</b>		73 500	<b>1 059</b>	73 500	<b>964,4</b>	<b>25,6</b>	<b>69</b>
30.юл	12 760	6 717	85,72	9 500	121,22	0,06	
04.авг	12 498	6 364	79,54	20 000	249,97	2,12	
08.сен	12 760	6 564	83,77	20 000	255,21	4,15	
12.окт	12 811	6 277	80,43	10 000	128,11	4,71	
16.ноя	16 129	6 226	100,43			3,77	
20.дек	15 823	6 640	105,06			2,77	
24.январь	15 619	6 040	94,34	2 000	31,24	2,16	
28.фев	14 802	6 715	99,4	4 000	59,21	1,8	
02.мар	15 006	3 944	59,2	2 000	30,01	1,76	
06.апр	15 006	5 834	87,55	3 000	45,02	1,33	
10.май	14 802	5 546	82,1	3 000	44,41	0,95	
14.июн	15 313	6 628	101,49	-	-		

Источник: разработано автором

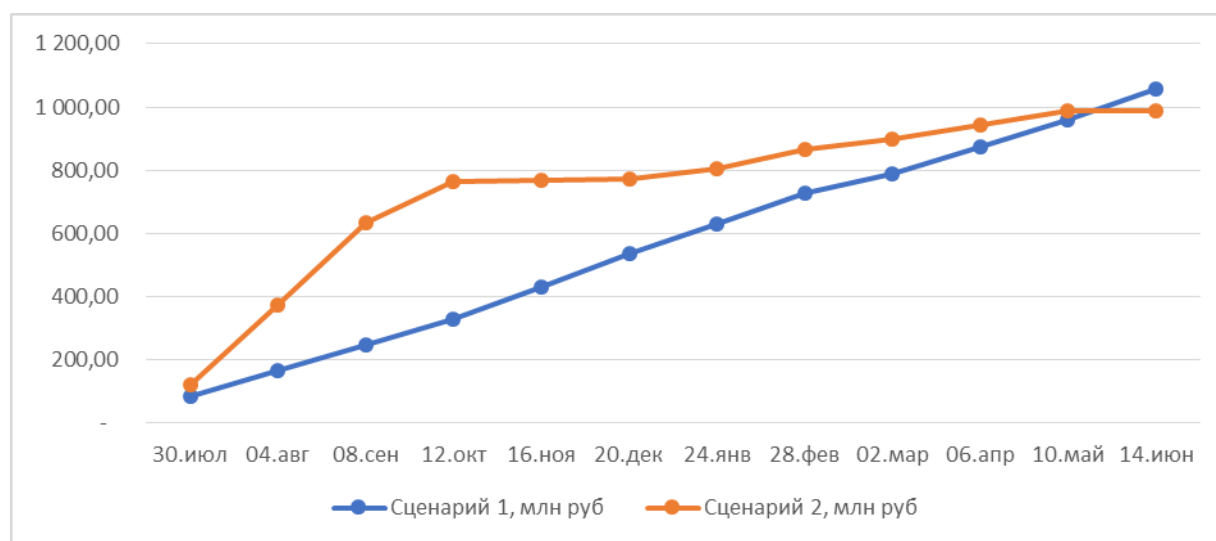


Рисунок 2 – Сравнение сценариев ТСО-модели в динамике

На рисунке 2 наглядно показана выгода от реализации второго сценария на горизонте 10 месяцев.

**Заключение.** Тем не менее, при всех указанных преимуществах не стоит забывать о рисках, которые может нести ТСО-модель. Необходимо учесть, что прогноз имеет свойство корректироваться в течение времени. Например, может значительно вырасти тариф на хранение пшеницы или не упадет цена при сезонной закупке. В этом случае сценарии будет необходимо пересчитать и принять решение уже исходя из новых расчётов.

Так, на практике при помощи ТСО-моделирования возможно не только принять правильное решение для выбора действий компании в указанный период, но и разработать стра-

тегию поведения при подобных условиях, однако не стоит забывать о рисках изменения прогноза и ситуации на рынке.

### Список источников:

1. Дивина Т.В., Сычева Н.А. Технологическая логистика современного промышленного производства // Экономическая среда. – 2021. – №2 (36). – С. 21-26. – DOI: 10.36683/2306-1758/2021-2-36/21-26.
2. Дивина Т.В. Основные организационно-экономические модули стратегического планирования промышленного производства // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2017. – №8-5 (55). – С. 111-115.
3. Совокупная стоимость владения: низкая цена – верхушка айсберга. – URL: <https://supplychains.ru/2013/05/29/совокупная-стоимость-владения-низка/> (дата обращения: 01.11.2021).
4. Мокшина О. Что такое совокупная стоимость владения (ТСО) IT-инфраструктуры и какие затраты надо учесть. – URL: <https://mcs.mail.ru/blog/sovokupnaya-stoimost-vladeniya-tco-it-infrastruktury> (дата обращения: 01.11.2021).
5. Соколова А.А., Филиппова И.А. ТСО – цена вопроса // Директор информационной службы. – 2006. – №01. – URL: <https://www.osp.ru/cio/2006/01/379832> (дата обращения: 01.11.2021).
6. Бушуев В.В. Совокупная стоимость владения – современный метод оценки экономической эффективности использования оборудования (на примере конвейерных лент) // Горная промышленность. – 2013. – №1 (107). – С. 32-35. – URL: <https://mining-media.ru/ru/article/ekonomicheskoy-effektivnosti-ispolzovaniya-oborudovaniya-na-primere-konveyernykh-lent> (дата обращения: 01.11.2021).
7. Шиков В. Как рассчитать затраты на хранение товара. – URL: <https://logist.ru/articles/kak-rasschitat-zatraty-na-hranenie-tovara> (дата обращения: 01.11.2021).
8. Совокупная стоимость владения. – URL: <http://mv-procurement.com/upravlenie-zatratami/sovokupnaya-stoimost-vladeniya> (дата обращения: 01.11.2021).
9. Цены на зерно – явление сезонное. – URL: <https://finance.rambler.ru/economics/40226389-tseny-na-zerno-yavlenie-sezonnnoe/> (дата обращения: 01.11.2021).
10. Элеваторы, зернохранилища в Тульской области и Центральном федеральном округе. – URL: [https://grainboard.ru/litecat/elevatory\\_v\\_Tul'skoy\\_oblasti](https://grainboard.ru/litecat/elevatory_v_Tul'skoy_oblasti) (дата обращения: 01.11.2021).
11. FMCG – продукты массового спроса: понятие в маркетинге и продажах. – URL: <https://anvilhook.ru/blog/fmcg-produkty-massovogo-sprosa-ponyatie-v-marketinge-i-prodazhax> (дата обращения: 01.11.2021).
12. Основные условия и нормы правильного хранения зерна. – URL: <https://zernokorm.biz/osnovnye-usloviya-i-normy-pravilnogo-hraneniya-zerna> (дата обращения: 01.11.2021).

*Статья поступила 19.11.2021 г.*

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

DOI: 10.36683/2306-1758/2021-3-37/17-25

УДК 688.72:[658.8:005]

Антинескул Е.А., Южакова А.С.

## ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ ДЕРЕВЯННОЙ ИГРУШКИ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**Антинескул Екатерина Александровна**

кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой Маркетинга  
ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследова-  
тельский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15  
e-mail: antineskul-e-a@yandex.ru

**Antineskul Ekaterina Alexandrovna**

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor  
Perm State National Research University; 15 Bukireva Street,  
Perm 614990, Russian Federation  
e-mail: antineskul-e-a@yandex.ru

**Южакова Александра Сергеевна**

ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследова-  
тельский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15  
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

**Yuzhakova Alexandra Sergeevna**

Perm State National Research University; 15 Bukireva Street,  
Perm 614990, Russian Federation  
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

В данной статье рассмотрены результаты исследования тенденций и перспектив интегрированных маркетинговых коммуникаций деревянных игрушек с целью проверки гипотезы о том, что интегрированные маркетинговые коммуникации играют важную роль при продвижении и развитии деревянных игрушек. В процессе исследования был проанализирован рынок деревянных игрушек отечественных и зарубежных производителей. Было выявлено, что зарубежные производители деревянных игрушек используют необычные материалы изготовления продукции: французские кустарники, гевея, каучук. Рассмотрены тенденции в развитии деревянных игрушек в России и за рубежом. Популярным трендом современности является то, что большинство предприятий занимает активную социальную позицию. Такая позиция помогает расти предприятию, достигая устойчивости в развитии. Производитель успешно демонстрирует свое изделие с помощью социальных сетей. В статье отражены платные и бесплатные современные инструменты продвижения деревянных игрушек в интернете и их сравнение. В результате исследования платных и бесплатных инструментов продвижения производителем деревянной игрушки в сети Интернет был сделан вывод о том, что бесплатные инструменты продвижения требуют больше усилий и времени для раскрутки, например, социальных сетей. С помощью платных инструментов можно добиться быстрого развития и продвижения продукции.

The article examines the results of trends and prospects study of integrated marketing communications of wooden toys to test the hypothesis that integrated marketing communications play an important role in the promotion and development of wooden toys. In the course of the research, the market of wooden toys was analyzed, as well as foreign manufacturers of wooden toys. It was revealed that foreign manufacturers of wooden toys use unusual materials for manufacturing products (French shrubs, hevea, rubber, which domestic manufacturers do not use in their production). Trends in the development of wooden toys in Russia and abroad are considered. The popular trend of our time is active social position of most enterprises. This position helps the company grow achieving sustainability in development. The manufacturer successfully demonstrates its product using social networks. The article presents paid and free modern tools for promoting wooden toys on the Internet and their comparison. As a result of the study of paid and free promotion tools of wooden toy manufacturer on the Internet, it was concluded that free promotion tools require more effort and time for promotion, for example, social networks. With the help of paid tools you can achieve rapid development and promotion of products.

**Ключевые слова:** детские игрушки, каналы продвижения, коммуникации, метод контент-анализа, производители игрушек, социальные сети.

**Keywords:** children's toys, promotion channels, communication, content analysis method, toy manufacturers, social networks.

Антинескул Е.А., Южакова А.С. Интегрированные маркетинговые коммуникации производителя деревянной игрушки: тенденции и перспективы // Экономическая среда. – 2021. – №3 (37). – С. 17-25. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/17-25>

Antineskul E.A., Yuzhakova A.S. Integrated marketing communications of wooden toy manufacturer: trends and prospects. *Economic environment*. 2021; 3 (37): 17-25. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/17-25>

**Введение.** В 2020 году по сравнению с 2019 годом прирост розничных цен на детские игрушки составил менее 2% [1]. Рост цен на игрушки замедлился в связи со стабилизацией

цен на детские товары. При этом наблюдается высокий спрос на детские игрушки (особенно выросли каналы продаж онлайн в связи с пандемией). Спрос на детские товары в 2020 году по сравнению с 2019 годом вырос на 137%. Рынок детских товаров в России подвергается глобальным изменениям, а именно: наблюдается консолидация рынка (гиганты рынка детских товаров растут высокими темпами, а «маленькие» игроки становятся нишевыми или совсем покидают рынок, происходит переход продаж в онлайн-формат). Таким образом, конкуренция на рынке деревянных игрушек очень высокая и с каждым годом только растет.

Актуальность развития интегрированных маркетинговых коммуникаций обусловлена снижением эффективности применения отдельных инструментов маркетинговой политики коммуникаций, мгновенным ростом потока информации и развитием технологий маркетинговых коммуникаций под влиянием интернета, переходом к индивидуализации потребления и, соответственно, к интерактивным двусторонним маркетинговым коммуникациям.

**Материалы и методы.** В процессе исследования были использованы методы контент-анализа, монографический метод и методы сравнительного анализа.

Коммуникационная политика на рынке деревянных игрушек нацелена на детскую аудиторию, которая отличается от взрослой. Данный факт подтверждают исследования журнала «Маркетинг в России и за рубежом». В статье М.М. Карповой «Особенности коммуникативной политики на рынке товаров для детей» рассмотрен тот факт, что дети и подростки недолго помнят рекламные сообщения и не придерживаются каких-либо определенных брендов. А также у 62% детей нарушена концентрация внимания [2]. Поэтому необходимо постоянно напоминать детям о своих товарах и о бренде в целом [3].

В статье «Детская аудитория в дискурсе рекламной коммуникации: новые реалии» отмечается, что у рекламы, которая направлена на аудиторию детей, должно быть минимум информационной нагрузки по сравнению с рекламой на взрослую аудиторию. Дети не воспринимают рекламу как информацию о товаре, они больше наблюдают за контекстом, в который рекламируемый товар размещается [4].

Для завоевания и удержания как взрослого, так и детского внимания современный маркетинг активно использует средства интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) [5].

На рисунке 1 представлена динамика изменения предложения игрушек на рынке России [7].





Рисунок 1 – Предложение детских игрушек (млн шт.) в России по данным BusinesStat

Так, предложение детских игрушек на рынке России в 2020 году по сравнению с 2019 годом сократилось почти на 8%, что связано с пандемией.

Для того чтобы понять уровень развития производства деревянной игрушки за рубежом, были предприняты следующие шаги. В таблице 1 представлены компании, которые являются достаточно продвинутыми на территории Европы.

Таблица 1 – Анализ зарубежных производителей деревянных игрушек

№	Наименование производителя	Год создания	Наличие сертификатов	Материал изготовления продукции	Преимущества	Поставки
1	«ABAfactory» [9] 	-	Все соответствует современным Европейским стандартам (ЕС)	Бук	Делают акцент на оригинальности и полезности для детей	Европа, Канада, США, Япония, Сирийская арабская республика и др.
2	«ILETAITENBOIS» [10] 	1987	-	Французские кустарники	Все модели, игрушки, игры и предметы из дерева разработаны и изготовлены в малых уникальных сериях	Франция
3	«Matgames» [11] 	-	Все товары соответствуют стандартам ЕС	Цельное дерево гевеи	Высокое качество обслуживания клиентов	Франция
4	«UnMondeDe Bois» [12] 	-	Игры и деревянные игрушки соответствуют ЕС и сертифицированы в уполномоченной лаборатории	Древесина из тщательно отобранных лесов	Деревянные натуральные оригинальные игрушки	Франция, Бельгия и Люксембург
5	«KAPLA» [13] 	-	Соответствует существующим международным стандартам	Сосновое дерево	Образовательные книги по искусству, призванные вдохновить детей, которые используют их продукты	Франция
6	«Beleduc» [14] 	1968	Все товары соответствуют стандартам ЕС	Берёза	Собственные традиции и характерные черты. Высокое качество и направленность игр и игрушек на развитие различных навыков малышей	Германия, Австрия, Франция, Италия, страны центральной и восточной Европы, Москва и Санкт-Петербург
7	«EQB ArtHouseCO., Ltd» [15] 	2007	Сертифицированное качество и безопасность	Бук, тик, красное дерево и т. д.	-	Южная Корея
8	«GENII CREATION» [16] 	2007	Полностью квалификация безопасности одобрена CE	Бук	Запатентованная технология	Корея

№	Наименование производителя	Год создания	Наличие сертификатов	Материал изготовления продукции	Преимущества	Поставки
9	«GoGoToys» [17] 	1978	-	Плотное дерево	Запатентованная и признанная научным сообществом программа по улучшению способностей малыша	США, Европа, Россия
10	«PlanToys» [18] 	1981	Вся продукция сертифицирована	Каучук	Компания удостоена более 30 различных премий и наград за производство экологически чистых с безукоризненным дизайном игрушек	59 стран

Источник: составлено авторами на основе исследования зарубежных производителей деревянных игрушек

На основании данной таблицы можно сделать вывод, что зарубежные производители деревянных игрушек при производстве игрушек используют необычные материалы изготовления продукции (например, такие как французские кустарники, гевею, каучук, которые не пользуются популярностью у отечественных производителей).

**Результаты и обсуждение.** Исследовав большое количество предприятий по изготовлению деревянных игрушек, можно выделить их отличительные особенности (таблица 2).

Таблица 2 – Характеристики предприятий изготовителей деревянной игрушки

Особенность предприятий	Доля, %	Характеристика
Разнообразные материалы для изготовления продукции	18	Данные производители делают акцент на использование в одной игрушке нескольких пород дерева, таких как кедр, береза, каучук, гевея, французские кустарники, клен, дуб, можжевельник, вишня, ясень, липа, ольха, вяз, карагач, ель. Тем самым их игрушки отличаются от конкурентов осязаемостью. Также данные игрушки отличаются красотой, так как каждой породе дерева свойствен свой цвет. Следовательно, контраст цветов в одной игрушке смотрится необычно и привлекательно
Уникальные преимущества	15	Данные производители делают акцент на таких преимуществах, как: ✓ Национальные традиции. Данная тенденция развивается в наше время с целью сохранения и приумножения национальных традиций. ✓ Ручное производство. Данные производители отличаются от конкурентов ручным производством. Казалось бы, скоро все заменят машины-роботы, но, наверное, всегда будет дорого цениться ручной труд, особенно когда товар выполнен качественно и от сердца. ✓ Уникальность разработок. Многие предприятия патентуют свои разработки, для того чтобы никто не смог повторить идею создания. Естественно, такая продукция всегда будет на уровень выше другой, так как человеческий фактор никто не отменял

Особенность предприятий	Доля, %	Характеристика
Активная социальная позиция	20	Данные предприятия отличаются от конкурентов активной социальной позицией, то есть участвуют во многих международных и всероссийских выставках и ярмарках, тендерах. Такая позиция помогает «расти» предприятию. Производитель успешно демонстрирует свое изделие, тем самым может, к примеру, привлечь спонсоров, продвинуть предприятие на новый уровень. Также на многих международных и всероссийских выставках и ярмарках, тендерах существует хорошая возможность «разрекламированности» производства, то есть появляется запоминаемость вашего бренда потенциальным покупателем. Наличие компаний в интернете: активное продвижение, странички в социальных сетях, актуальный сайт и т. д.
Предприятия, созданные позднее 2000-го года	32	Такие предприятия считаются относительно молодыми на рынке деревянных игрушек. Они еще не завоевали доверие потребителей, но у них свои взгляды на производство. Если предприятия, созданные ранее 2000-го года, опираются на традиции, то предприятия, созданные позже 2000-го года, не оглядываются назад, а ищут пути продвижения, выдумывая всегда что-то новое, эксклюзивное, современное
Предприятия, созданные ранее 2000-го года	15	Данные предприятия имеют свою, завоеванную годами целевую аудиторию. Им не приходится широко использовать рекламу. Они овладели доверием своих потребителей

Источник: составлено авторами на основе исследования характеристик предприятий изготовителей деревянных игрушек

По данным таблицы 2 можно сделать вывод о том, что большинство предприятий ведет активную социальную позицию. Такая позиция помогает «расти» предприятию. Социальная позиция предприятий-изготовителей деревянных игрушек заключается в активном участии на различных выставках, в конкурсах и мероприятиях. Самой важной характеристикой выражения социальной позиции является наличие компаний в сети Интернет (в связи с переходом продаж в онлайн из-за пандемии и ростом популярности сети Интернет).

Инструменты продвижения в интернете периодически совершенствуются. Зачастую эффективно работающий рекламный канал начинает незаметно терять позиции, уступая место новым направлениям. Поэтому в таблице 3 разберем инструменты продвижения деревянных игрушек в интернете [19].

В таблице 3 рассмотрены основные инструменты продвижения деревянных игрушек в интернете. Из них можно выделить на перспективу личный бренд в социальных сетях и живые трансляции и видео «на коленке». Следовательно, продвижение в интернете на сегодня – это отличный способ оперативно быть услышанным своей целевой аудиторией, развить клиентскую базу, привлечь новых пользователей на свой сайт и простимулировать их на покупку.

При выборе и планировании инструментов маркетинговых коммуникаций необходимо учитывать ожидаемую реакцию потребителей на тот или иной коммуникационный набор и отслеживать эффективность каналов продвижения [20]. В таблице 4 рассмотрим группы инструментов отслеживания эффективности каналов продвижения.

Объединенные сервисы представляют собой мощный маркетинговый инструмент, позволяющий получать аналитические сведения об основных каналах продвижения и продажах по ним. На основе данной информации, представленной в таблице 4, можно эффективно контролировать расходы и планировать будущие рекламные кампании.

Таблица 3 – Современные инструменты продвижения продукции (в том числе деревянных игрушек) в интернете

Инструмент	Характеристика	Эффект по данному исследованию, %	Результат исследования
SocialSelling	SocialSelling сокращает время поиска потенциальных клиентов	33	Большинство респондентов, опрошенных CSO Insights, заявили, что их статистика продаж улучшилась, потому что этот канал позволил им генерировать больше потенциальных клиентов и делать это быстрее
Личный бренд в соцсетях	Активно развивается блогерство	561	По данным Entrepreneur, новости бренда, которыми поделились сотрудники, получают больше охвата, а сообщениями бренда делятся в 24 раза чаще, если они опубликованы на страницах сотрудников
Живые трансляции и видео «на коленке» (со смартфона)	Тренд на человечность и естественность	87	По данным Livestream, 82% подписчиков предпочитают живые видео от брендов

Источник: составлено авторами на основе исследования инструментов продвижения продукции (в том числе деревянных игрушек) в интернете.

Таблица 4 – Группы инструментов отслеживания эффективности каналов продвижения

Инструмент	Характеристика	Пример
Виртуальная АТС	Дает возможность фиксировать разговоры менеджеров с клиентами [21]	Широкие возможности для коррекции речевых скриптов, разработки более эффективных конверсионных сценариев коммуникации, повышение конверсии
Calltracking	Инструмент отслеживания эффективности используемых каналов продвижения [21]	Помогает реинвестировать маркетинговый бюджет
Системный CRM-маркетинг	Привлечение новых клиентов, удержание текущих, повышение эффективности использования корпоративных ресурсов [21]	Улучшение сервиса, взаимодействия с клиентами и повышения ROI и ROS
Сквозная аналитика	Повышение эффективности использования маркетингового бюджета, связь онлайн- с офлайн-инструментами, отключение неэффективных каналов и реинвестирование в более результативные [21]	Основные KPIs по воронке в режиме реального времени

Источник: составлено авторами на основе исследования инструментов отслеживания эффективности каналов продвижения

Раскрутка группы ВКонтакте – нелёгкий труд. На сегодняшний день разработано огромное количество программ и сервисов, которые направлены на упрощение этой работы. Но как не заблудиться в этом многообразии? Чем больше выбор, тем сложнее его сделать. Сервисы отличаются по стоимости, функциональности и многим другим параметрам. В таблице 5 представлены платные инструменты раскрутки группы ВКонтакте в 2020 году.

Таблица 5 – Платные инструменты раскрутки группы ВКонтакте

Название	Характеристика
Форумок [22]	Быстрая реакция на ваше предложение — подписаться, репостнуть, оставить комментарий и лайк, прогнать ссылку по форумам
Рерпер [22]	Сервис точного таргетирования аудитории в социальных сетях. Мощный инструмент сбора целевой аудитории
ЦЕРЕБРО [22]	Позволяет сократить затраты на продвижение, так как пользователи уже имеют высокий уровень лояльности
SMMPLANNER [22]	Тексты, фото и видеоматериалы публикуются в нужное вам время
КАИРОС [22]	Анализ целевой аудитории упрощает процесс планирования рекламы и составление бюджета на нее

Источник: составлено авторами на основе исследования платных инструментов раскрутки группы ВКонтакте

Из всего многообразия платных инструментов на перспективу для бизнеса деревянных игрушек можно выделить такие инструменты, как Рерпер, так как данный инструмент является относительно недорогим и позволяет таргетироваться точно. Также необходимо обратить внимание на такой инструмент, как SMMPLANNER. На него действует бесплатная демоверсия, что позволит фабрике протестировать инструмент некоторое количество времени.

Наряду с платными инструментами раскрутки существуют бесплатные, которые по своему функционалу и эффективности не уступают платным, но чаще всего для бесплатных инструментов требуется большое количество времени и сил для реализации. В таблице 6 рассмотрим данные инструменты [22].

Таблица 6 – Бесплатные инструменты раскрутки группы ВКонтакте

Название	Характеристика
QuickSender	Собирает список пользователей / групп по заданным критериям, с которым можно вести дальнейшую работу
OLIKE	Быстрая раскрутка сообщества, после чего следует естественный прирост заинтересованной аудитории
МЕНЕДЖЕР КОНКУРСОВ	Может генерировать моментальные конкурсы и рассылать уведомления победителям
SEO	В Google и Яндекс по запросу можно найти не только сайты, но и паблики ВКонтакте
ДЕРЕВО РЕПОСТОВ	Прогноз поведения вашей аудитории, создание собственной концепции продвижения

Источник: составлено авторами на основе исследования бесплатных инструментов раскрутки группы ВКонтакте

Исходя из данных таблицы 6, можно сделать вывод, что бесплатная раскрутка группы ВКонтакте возможна, но требует времени, сил и правильного подхода.

По последним данным, месячная аудитория Instagram в России составляет 19 миллионов пользователей. По трафику в Instagram Россия занимает второе место в мире после США, поэтому использовать возможности этой социальной сети бизнесу стоит в полном объеме. В таблице 7 рассмотрены платные способы продвижения Instagram в 2020 году [23].

Таблица 7 – Платные инструменты раскрутки группы Instagram

Название	Охват, профилей за сутки	Затраты, руб. / мес.
Массфолловинг	7 000	1 100
Масслукинг	~200 000	1 100
Официальная реклама	~132 000	~56 000
Реклама у блогеров	~75 000	75 000

Источник: составлено авторами на основе исследования платных инструментов раскрутки группы Instagram

Не стоит упускать и бесплатные инструменты продвижения в Instagram, наоборот, рекомендовано начать продвижение именно с них, чтобы понять действенность и эффективность, не теряя денежных средств. В таблице 8 рассмотрим данные инструменты продвижения [23].

Таблица 8 – Бесплатные инструменты раскрутки группы Instagram

Название	Характеристика
Марафоны	Привлекают большое внимание людей
IGTV	Завлекающая и полезная информация в режиме короткого видеоролика
Совместные прямые эфиры	Совместный прямой эфир с другим блогером. Бесплатный приток лояльной аудитории
Тренд NOfilter!	Живые/искренние фото без лишней обработки
SFS «shout out forshout out»	Пост, в котором предлагается подписчикам рассказать о вашем профиле
Сильный текст!	Интересные, вовлекающие тексты
Игра	Интерактив и поощрения
Качество снимков	Уникальные, яркие и отражающие преимущества товара снимки
Короткие видео	Большая вовлеченность на интересный, захватывающий и короткий видеоконтент

Источник: составлено авторами на основе исследования бесплатных инструментов раскрутки группы Instagram

Среди множества бесплатных инструментов продвижения Instagram фабрикам деревянной игрушки стоит акцентировать свое внимание на таких инструментах, как сильный текст, игра, качество снимков и короткие видео. Сильный текст всегда будет на вершине славы, так как именно он «цепляет» подписчиков, останавливая их внимание на том или ином посте. Игра позволит удерживать и развлекать уже накопленную аудиторию. Качество снимков имеет существенное значение, так как никому не интересно и не увлекательно рассматривать размытые снимки. Людям хочется смотреть качественные, профессиональные картинки. Короткие видео в 2021 году находятся в тренде, потому что аудитория ценит свое время. Подписчики хотят за наименьшее количество времени получить качественную информацию. В этом вопросе хорошо справляются короткие видео со смысловой нагрузкой.

Исследования производителей деревянных игрушек показали, что рынок не стоит на месте. Наряду с давно созданными предприятиями с каждым годом появляются всё новые. И те и другие вносят свой вклад в данный сегмент, опираясь на свои отличительные особенности. Были рассмотрены актуальные инструменты продвижения и отслеживания эффективности каналов в интернет-пространстве. Выделены ТОП-5 инструментов, которые рекомендуется использовать производителям деревянных игрушек для продвижения своих социальных сетей. В данные ТОП-5 входят такие инструменты, как масслукинг, розыгрыши, короткие видео, сильный текст, качество снимков. Данные инструменты наименее затратные и эффективные.

**Заключение.** Таким образом, в целях анализа тенденций и перспектив интегрированных маркетинговых коммуникаций деревянных игрушек была выдвинута гипотеза, что интегрированные маркетинговые коммуникации играют важную роль при продвижении и развитии деревянных игрушек. В результате исследования было выявлено, что большинство производителей деревянных игрушек используют «социальную позицию» при продвижении своих компаний, а именно: предприятия-производители имеют аккаунты в социальных сетях, актуальный официальный сайт и т. д. Данная тенденция также подтверждается статистикой: в 2020 году из-за пандемии большинство производителей перешло в онлайн-сферу, и сбыт через онлайн-каналы с каждым годом растет все больше.

Список источников:

1. Майорова Е. Пять тревожных тенденций: как пандемия изменит рынок детских товаров России? // Портал KidsOboz.ru. – URL: [https://kidsoboz.ru/article/pyat\\_trevojnyih\\_tendentsiy\\_k](https://kidsoboz.ru/article/pyat_trevojnyih_tendentsiy_k)

- ak\_pandemiya\_izmenit\_ryinok\_detskih\_tovarov\_rossii/ (дата обращения: 29.10.2021).
2. Бухтояров И., Куташов В.А., Шульга А.С. Современный подход к лечению СДВГ // Центральный научный вестник. – 2016. – Т. 1. – №17 (17). – С. 3-7.
  3. Карпова М.М. Особенности коммуникативной политики на рынке товаров для детей // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №3. – С. 54-57.
  4. Музыкант В.Л. Детская аудитория в дискурсе рекламной коммуникации: новые реалии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. – 2013. – №1. – С. 91-96.
  5. Интегрированные маркетинговые коммуникации // Справочник от Автор 24. – URL: [https://spravochnick.ru/marketing/marketingovye\\_kommunikacii/integrirovannye\\_marketingovye\\_kommunikacii/](https://spravochnick.ru/marketing/marketingovye_kommunikacii/integrirovannye_marketingovye_kommunikacii/) (дата обращения: 03.05.2021).
  6. Существует неиспользованный потенциал Российского рынка игрушек // Advertology.Ru - Все о рекламе, маркетинге и PR. – URL: <http://www.advertology.ru/article63460.htm> (дата обращения 10.09.2020).
  7. Анализ рынка детских игрушек в России в 2016-2020 гг, оценка влияния коронавируса и прогноз на 2021-2025 гг. // BusinesStat. – URL: [https://businesstat.ru/images/demo/childrens\\_toys\\_ru\\_ssia\\_demo\\_businesstat.pdf](https://businesstat.ru/images/demo/childrens_toys_ru_ssia_demo_businesstat.pdf) (дата обращения: 29.10.2021).
  8. Рынок детских игрушек // РБК Исследования рынков. – URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c77ead7deeacc00b31e2ff0/rynok-detskih-igrushek-5de0d077f066fb5f9caf04fd> (дата обращения: 24.09.2020).
  9. Официальный сайт «ABAfactory». – URL: <https://abafactory.com/> (дата обращения: 24.09.2020).
  10. Официальный сайт «ILETAITENBOIS». – URL: <https://www.mescodespromo.com/coupon/il-etaitenbois> (дата обращения: 24.09.2020).
  11. Официальный сайт «Matgames». – URL: <https://matgames.fr/fr/> (дата обращения: 24.09.2020).
  12. Официальный сайт «UnMondeDeBois». – URL: <https://www.unmondedebois.fr/> (дата обращения: 24.09.2020).
  13. Официальный сайт «КАПЛА». – URL: <https://www.kapla.com/> (дата обращения: 24.09.2020).
  14. Официальный сайт «Beleduc». – URL: <https://beleduc.ru/> (дата обращения: 24.09.2020).
  15. Официальный сайт «EQB ArtHouseCO., Ltd». – URL: <https://hamleys.ru/> (дата обращения: 24.09.2020).
  16. Официальный сайт «GENII CREATION». – URL: <http://geniicreation.com/product/toy/main-1.php> (дата обращения: 24.09.2020).
  17. Официальный сайт «GoGoToys». – URL: <https://www.etsy.com/nl/shop/GogoToys> (дата обращения: 24.09.2020).
  18. Официальный сайт «PlanToys». – URL: <http://www.plantoys.ru/> (дата обращения: 24.09.2020).
  19. Stevanovic I. 23 Social Selling Statistics You Need to Know in 2021 // SmallBizGenius.net. – URL: <https://www.smallbizgenius.net/by-the-numbers/social-selling-statistics/> (дата обращения: 10.09.2020).
  20. Землянская Н.Б., Казакова Н.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации как основа стратегии продвижения // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – №26. – С. 67-70.
  21. Бондарева О. Тренды социальных сетей для B2B-компаний 2019 // vc.ru. – URL: <https://vc.ru/social/56943-trendy-socialnyh-setey-dlya-b2b-kompaniy-2019> (дата обращения: 25.05.2021).
  22. Дементий Д. Продвижение «ВКонтакте»: 54 совета и море полезных сервисов // Texterra. – URL: <https://texterra.ru/blog/effektivnoe-prodvizhenie-vkontakte-50-sovetov-i-more-poleznykh-servisov.html> (дата обращения: 09.06.2020).
  23. Как раскрутить Instagram в 2020 году? Обзор и сравнение лучших инструментов // Social-Kit. – URL: <https://socialkit-ru.turbopages.org/s/socialkit.ru/blog/post/prodvizhenie-v-instagram-2020> (дата обращения: 11.06.2020).
  24. Антинескул Е.А., Южакова А.С. Современные тенденции оптимизации сайта производителей детских игрушек // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – №3. – С. 28-33.
  25. Новикова К.В., Яцук В.И. Современные маркетинговые инструменты регионального ритейла в условиях цифровой экономики // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – №2. – С. 20-26.

*Статья поступила 20.07.2021 г.*

Антинескул Е.А., Ремнева М.А.

## АНАЛИЗ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЛУЖБ ДОСТАВКИ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

**Антинескул Екатерина Александровна**

кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой Маркетинга  
ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследова-  
тельский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15  
e-mail: antineskul-e-a@yandex.ru

**Antineskul Ekaterina Alexandrovna**

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor  
Perm State National Research University; 15 Bukireva Street,  
Perm 614990, Russian Federation  
e-mail: antineskul-e-a@yandex.ru

**Ремнева Мария Алексеевна**

ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследова-  
тельский университет»; РФ, 614990, г. Пермь, ул. Букирева, д. 15  
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

**Remneva Maria Alekseevna**

Perm State National Research University; 15 Bukireva Street,  
Perm 614990, Russian Federation  
e-mail: marketing.psu@yandex.ru

В данной статье рассмотрены результаты исследования тенденций и перспектив развития приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания с целью проверки гипотезы о том, что изменения приложений сервисов и условий доставки играют важную роль при продвижении и развитии данных сервисов. В процессе исследования был проанализирован рынок онлайн-заказов готовой продукции и продуктов питания, в результате чего было выявлено, что на данном рынке все больше появляется конкурентов, но при этом также растёт и количество потребителей, которые переходят из офлайн-покупок в онлайн. Был проведен сравнительный анализ приложений сервисов по доставке готовой еды и продуктов питания по ценовым и неценовым критериям. Установлено, что рынок онлайн-продаж не стоит на месте и производители постоянно обновляют свои приложения, делая их более удобными и комфортными для потребителей. Стоит отметить, что сервисы онлайн-доставки готовой еды и продуктов питания меняют условия доставки и оплаты заказа. Рассмотрены основные положительные и отрицательные моменты в приложениях сервисов доставки готовой еды и продуктов питания. Самыми главными преимуществами в приложениях сервисов для потребителя являются: удобство выбора продукции (фильтр в каталоге), наличие нескольких способов оплаты, а также быстрота доставки заказа. В процессе исследования использованы следующие методы: контент-анализа, монографический, экспертной оценки и сравнительного анализа.

The article examines the results of the study of the development trends and prospects of applications of ready-made food and food delivery services in order to test the hypothesis that changes in service applications and delivery conditions play an important role in promotion and development of these services. In the course of the study, the market for online orders of finished products and food was analyzed. As a result, it was revealed that there are more and more competitors in this market, but at the same time there are also more and more consumers who are switching from offline purchases to online. Then comparative analysis of applications of the delivery services of ready-made food and food products according to price and non-price criteria was carried out. And it was revealed that online sales market does not stand still and manufacturers are constantly updating their applications, making them more convenient and comfortable for consumers. It was also revealed that online delivery services of ready-made food and food products change the terms of delivery and payment. After that, the main positive and negative aspects in the applications of ready-to-eat and food delivery services were considered. For the consumer the most important advantage in services applications is convenience of choosing products (catalog filter), a wide choice of payment method, as well as the speed of delivery of the order. In the course of the research, the methods of content analysis, monographic, expert evaluation and comparative analysis were used.

**Ключевые слова:** анализ доставок, службы доставки продуктов, тренды служб доставок, изменения доставок продуктов, тренды приложений служб доставок, анализ удобства приложений.

**Keywords:** delivery analysis, product delivery services, delivery service trends, product delivery changes, delivery service application trends, application usability analysis.

Антинескул Е.А., Ремнева М.А. Анализ, тенденции и перспективы развития служб доставки продуктов питания // Экономическая среда. – 2021. – №3 (37). – С. 26-32. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/26-32>

Antineskul E.A., Remneva M.A. Analysis, trends and development prospects of food delivery services. *Economic environment*. 2021; 3 (37): 26-32. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/26-32>

**Введение.** В 2020 году по сравнению с 2019 годом в России появилось около 30 новых сервисов по доставке готовой еды и продуктов питания. В большей степени это связано с тем, что все крупнейшие федеральные ритейлеры начали развивать свои онлайн-сервисы по доставке продуктов домой. Так, например, федеральный ритейлер «X5 Retail Group» (в него входят такие крупные сети, как «Пятёрочка», «Перекресток» и «Карусель») во время

пандемии и перехода в онлайн увеличил прибыль через онлайн-каналы на 100% и более.

Из-за пандемии наблюдается огромный спрос на приложения по доставке готовой еды и продуктов питания. Так, по результатам исследования компании «Сriteo», во втором квартале 2020 года более 50% пользователей России скачали хотя бы одно приложение по заказу и доставке еды [1].

Актуальность анализа развития и улучшения сервисов по заказу и доставке готовой еды и продуктов питания обусловлена большим спросом на данные услуги, а также появлением на рынке все большего количества конкурентов.

**Материалы и методы.** Цифровые преобразования оказывают влияние на формирование рынка онлайн-заказов готовой продукции и продуктов питания, сокращение времени на доставку заказов до потребителей, предложение гибких программ скидок и бонусов при работе с потребителями. В процессе исследования дана оценка функциональным, маркетинговым, конкурентным возможностям продавцов товаров на рынке онлайн-обслуживания населения. Проведен сравнительный анализ онлайн-приложений сервисов доставки на территории г. Перми. На основе результатов экспертной оценки выделены положительные и отрицательные стороны функционирования сервисов крупных продавцов на рынке онлайн-доставок продуктов питания.

**Результаты и обсуждение.** По оценкам исследовательской компании «Infoline», более 55% рынка сервисов по онлайн-продажам готовой еды и продуктов питания приходится всего на 5 игроков данного рынка: «X5 Retail Group», «СберМаркет», «Утконос», «ВкусВилл» и «Ozon». Оборот «СберМаркета» в 2020 году по сравнению с 2019 годом вырос на 1019%, а у «X5 Retail Group» рост оборота онлайн-продаж составил 347%, «Утконос» – 66%, Ozon – 128%.

Одним из главных трендов развития сервисов по онлайн-продажам готовой еды и продуктов питания стало развитие экспресс-доставки (до 60 минут) [2].

В 2020-2021 годы был проведен анализ приложений крупнейших сервисов по доставке готовой еды и продуктов питания в городе Перми по различным критериям для выявления изменений и улучшений приложений сервисов за прошедшие 2 года.

В таблице 1 рассмотрим сравнительный анализ за 2020-2021 годы приложений сервисов по онлайн-продаже готовой еды и продуктов питания по ценовым критериям в г. Перми.

На основании данной таблицы можно сделать вывод, что в 2021 году по сравнению с 2020 годом почти у всех сервисов доставки готовой еды и продуктов питания изменилась минимальная сумма заказа. Так, например, у «СберМаркета» минимальная сумма сократилась до 1000 руб. (была 1500 руб.), «ВкусВилл» и «Перекресток» отменили минимальную сумму заказа, а «Самокат» и «Магнит», наоборот, ввели минимальную сумму заказа от 100 руб. и от 500 руб. в зависимости от района заказа. «Ленточка» и «Домой.Доставим» остались без изменений.

Также можно заметить, что у сервисов доставки изменилась и стоимость доставки. Так, например, у «СберМаркета», «Яндекс.Лавки» и «Магнита» доставка стала бесплатной. То есть это говорит о том, что данные сервисы пытаются выделиться среди конкурентов на рынке онлайн-продаж готовой еды и продуктов питания и привлечь клиентов бесплатной доставкой. Также при этом у «СберМаркета» сократилась и сумма минимального заказа, а у «Магнита», наоборот, сумма минимального заказа выросла. Сервисы пытаются находить какие-либо отличительные преимущества перед конкурентами и выделяться, предлагая выгодные условия для покупателей. Стоимость доставки выросла только у «Перекрестка» на 50 руб. (с 49 руб. до 99 руб.). Почти все сервисы пытаются создавать выгодные условия для клиентов в виде бесплатной или дешевой доставки готовой еды или продуктов питания, но при этом не всем сервисам удается это сделать (платные доставки у «Перекрестка», «Ленточки», «Пятерочки» и «Домой.Доставим»).

Для более конкретного анализа приложений сервисов рассмотрим в таблице 2 сравнительный анализ приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания в сравнении за 2020 и 2021 годы в г. Перми по неценовым критериям.

Таблица 1 – Сравнительный анализ приложений сервисов доставки продуктов питания по ценовым критериям в г. Перми за 2020-2021 гг.

Сервис	2020 год	2021 год
<b>Мин сумма заказа</b>		
СберМаркет	1500 руб.	1000 руб.
ВкусВилл	100 руб.	Нет
Пятерочка	Нет	Нет
Самокат	Нет	От 100 рублей, зависит от района
Домой Доставим	500 рублей	500 рублей
Перекресток	1000 руб.	Нет
Яндекс.Лавка	100 руб.	Зависит от района
Магнит	Нет	От 500 рублей
Ленточка	От 500 руб. до 1500 руб.	от 500 руб. до 1500 руб.
<b>Стоимость доставки</b>		
СберМаркет	Первый заказ – 100 руб., последующие – 150 руб.	Бесплатно
ВкусВилл	Бесплатно	Бесплатно
Пятерочка	99 рублей	99 рублей
Самокат	Бесплатно	Бесплатно
Домой Доставим	От 2000 руб. бесплатно	От 2000 руб. бесплатно, экспресс-доставка 249 руб.
Перекресток	49 руб.	99 руб.
Яндекс.Лавка	Днем – бесплатно, с 0 до 7 часов утра – 149 руб.	Бесплатно
Магнит	Заказ до 999 руб. – 149 руб., от 999 руб. – бесплатно	Бесплатно
Ленточка	Зависит от района доставки	Зависит от района доставки

Источник: составлено авторами на основе исследования приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания

Таблица 2 – Сравнительный анализ приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания по ценовым критериям в г. Перми за 2020-2021 гг.

Сервис	2020 год	2021 год
<b>Регистрация</b>		
СберМаркет	Можно войти по СберID через Сбер-банк.онлайн, через ВК, Fb или регистрация, где нужно ввести эл. почту, ФИО и пароль	Номер телефона, код из СМС
ВкусВилл	Быстрая, нужен только номер и имя	Номер телефона, Имя (для карты лояльности), код в СМС
Пятерочка	Номер телефона, код из смс	Номер телефона, код из смс
Самокат	Можно войти по Сбер ID или по номеру телефона	Имя, номер телефона, код из смс. Можно зарегистрироваться через VK коннект
Домой Доставим	С помощью ВК, Fb. Или указав номер телефона или почту	Почта/телефон, код из смс, пароль
Перекресток	Нужен номер телефона и имя	Номер телефона, код из смс, согласие на обработку перс данных
Яндекс.Лавка	Почта от яндекса	Регистрация через аккаунт, Яндекс-почту, Яндекс-аккаунт
Магнит	Номер телефона, подтверждение, что не робот. Далее нужно ввести имя и почту.	Номер телефона, код из смс, личные данные (имя, почта, карта лояльности)
Ленточка	Имя, номер телефона	Имя, номер телефона и код из смс

Сервис	2020 год	2021 год
<b>Удобство использования каталога</b>		
СберМаркет	Есть фильтр: популярность, стоимость, бренд, со скидкой	У каждого раздела есть подраздел, навигация удобная
ВкусВилл	Удобно использовать. Если нет продукта в наличии, можно нажать на кнопку «привозите больше»	У каждого раздела есть подразделы
Пятерочка	Удобно использовать. Есть сортировка только по цене и скидке	У каждого раздела есть подраздел
Самокат	Нет фильтра, удобно переходить в меню каталога	У каждого раздела есть подраздел, у всех товаров есть фотографии, есть фильтр продукции
Домой Доставим	Удобно использовать, продукты расположены по категориям. Есть фильтр: по популярности, объём, жирность, вес, бренд, вкус. Удобно, что при подробном просмотре продукта нет перехода на другую страничку	У категорий есть подкатегории, есть фильтр
Перекресток	Есть очень большой фильтр: сортировка (по умолчанию, сначала популярные, сначала дешёвые, дороже, по размеру скидки), цена, производитель, торговая марка, вид, вкус, добавки, страна, диабетический, тип упаковки	У каждой категории есть подкатегории, есть широкий фильтр
Яндекс.Лавка	Отсутствуют фильтры	Удобный наглядный каталог, есть фильтры
Магнит	Нет фильтра	У категорий есть подкатегории
Ленточка	Удобно использовать, есть фильтр (популярность, алфавит, дешёвые, дорогие, по размеру скидки)	У каждого раздела есть подраздел, что упрощает поиск продуктов, есть фильтры
<b>Способ оплаты</b>		
СберМаркет	Банковская карта (онлайн или курьеру)	Банковская карта онлайн или курьеру при получении
ВкусВилл	Эпл Пей, банковская карта	При получении курьеру, банковская карта или другие ресурсы Эпл Пэй, Гугл и т. п.
Пятерочка	Только картой онлайн	Картой онлайн
Самокат	Картой, сберпей	Наличные после прибытия курьера. Банковская карта, Эпл Пей, Гугл Пэй и т. п.
Домой Доставим	Банковская карта (онлайн или курьеру)	Наличные при получении (до пандемии), картой при получении, картой на сайте
Перекресток	Эпл Пей, Гугл пей, онлайн банковской картой	Карта, Эпл Пэй, Гугл Пэй. Часть заказа баллами, если есть карта
Яндекс.Лавка	Эпл Пей, банковская карта	Банковская карта, наличными курьеру
Магнит	Картой онлайн, Гугл Пей	Картой онлайн
Ленточка	Эпл Пей, Гугл Пей, онлайн банковской картой	Эпл Пэй, Гугл Пэй, онлайн банковской картой

Источник: составлено авторами на основе исследования приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания

По данным таблицы 2, большинство сервисов по критерию «регистрация» также пытаются выделиться и предложить максимально удобные для пользователя условия регистрации (минимум затраченного времени). Так, например, в 2020 году, чтобы зарегистрироваться в приложении сервиса «СберМаркет», нужно было потратить много времени (ввести много данных). Теперь, в 2021 году, для регистрации необходимо ввести всего лишь номер телефона и код подтверждения из СМС. Можно заметить, что почти все сервисы используют именно данный метод регистрации (просто ввод номера телефона и кода-подтверждение из СМС). При этом регистрация в приложении сервиса «Самокат» отличается тем, что, кроме ввода номера телефона, можно зарегистрироваться с помощью аккаунта в социальных сетях, что также является очень быстрым и удобным способом регистрации для пользователей.

По критерию «удобство использования каталога» можно отметить, что каталоги почти всех приложений сервисов одинаковые: у всех категории товаров делятся на подкатегории и т. д., есть фильтры продукции). Изменения по годам можно заметить у приложений таких сервисов, как «Самокат» и «Яндекс.Лавка» (у обоих сервисов появился фильтр в каталоге). Также отличительным преимуществом каталога в приложении сервиса «Яндекс.Лавка» является то, что вся продукция наглядно и «вкусно» представлена (красивые, яркие, сочные фотографии продукции) [3].

Также наблюдаются изменения в 2021 году по сравнению с 2020 годом в приложениях сервисов онлайн-заказа готовой еды и продуктов питания по критерию «способ оплаты». Так, например, «ВкусВилл» расширил возможности оплаты заказа и добавил все возможные сервисы оплаты (Эпл Пей, Гугл Пей, наличными, банковской картой и т. д.). Многие сервисы отказались от оплаты по Эпл Пей, Гугл Пей (такие как «Магнит» и «Яндекс.Лавка»).

В таблице 3 рассмотрим основные положительные и отрицательные моменты в использовании приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания, отмеченные экспертами.

В таблице 3 рассмотрены основные положительные и отрицательные моменты при использовании приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания. Так, особенно выделился среди конкурентов такой сервис, как «Вкус Вилл». У данного сервиса в приложении под всеми продуктами и готовой едой указан не только простой состав продукции, но и химический состав (КБЖУ), что является важным конкурентным и удобным преимуществом приложения для пользователей. Также в приложении данного сервиса есть много различных рецептов, которые можно использовать при приготовлении блюд из продуктов, представленных в приложении. Главным конкурентным преимуществом «Самоката» является быстрая доставка (до 30 минут), чего нет у всех остальных сервисов. Данное преимущество очень важно для потребителей, так как жизнь ускоряется и потребители не желают долго ждать заказ [4]. Эксперты отмечают, что в «Яндекс.Лавке» их привлекли интересные и оригинальные названия разделов продукции, что является отличительной особенностью сервиса. Основными негативными элементами приложений служб доставки готовой еды и продуктов питания эксперты отметили неудобство поиска продукции в каталоге, отсутствует фильтр («СберМаркет»), не во всех районах города работает доставка («ВкусВилл», «Перекресток», «Яндекс.Лавка», «Ленточка»), изменение цены товара в зависимости от места доставки («Пятерочка»).

Исследования приложений сервисов по доставке готовой еды и продуктов питания показали, что рынок не стоит на месте. Появляются и активно развиваются все новые сервисы, поэтому всем сервисам по доставке готовой еды и продуктов питания необходимо развиваться, устранять недостатки, вносить ключевые конкурентные преимущества в свои приложения и условия доставки [5]. Все сервисы вносят свой вклад в сегмент онлайн-продаж, опираясь на свои отличительные особенности. Были проанализированы изменения приложений сервисов онлайн-продаж готовой еды и продуктов питания с 2020 года по 2021 годы и выделены их основные конкурентные преимущества.

Таблица 3 – Основные положительные и отрицательные моменты в использовании приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания, отмеченные экспертами

Сервис	Плюсы приложения	Минусы приложения
СберМаркет	Раздел «с этим товаром смотрят». Показан подробный состав каждого товара	Нет сортировки в каталоге
ВкусВилл	У всех продуктов прописан химический и обычный состав. Калорийность, пищевая ценность. Можно заказать как юридическое лицо и получить скидку в 5%. Есть раздел с рецептами. Можно создать список покупок в приложении. Есть система поощрения через достижения	Доставка не во все районы
Пятерочка	У всех товаров есть фотографии. Быстрая регистрация	Неудобное расположение корзины. Цена товара зависит от места доставки. Нет чата поддержки. Не у всех товаров есть описание
Самокат	Быстрая доставка (до 30 мин.). Удобная навигация в приложении. Удобная регистрация. У всех товаров присутствует описание	Неудобная сортировка
Домой Доставим	Быстрая регистрация. Удобство. Можно оплатить при получении	Вернуть товары можно только в гипермаркете Семья на ул. Революции, 13. Нельзя оплатить Эпл Пей, Гугл Пей. 3 зоны доставки усложняют расчет при выборе товаров
Перекресток	Быстрая регистрация. Удобство. Раздел акции, кешбек. Чат с поддержкой	Доставка не во все районы
Яндекс.Лавка	Удобная регистрация и навигация. Можно сообщить, если не нашли необходимый товар. Интересные названия разделов (овощной прилавок, молочный прилавок, булочная и т. д.)	Адрес недоступен для доставки
Магнит	Можно выбрать формат магазина для доставки (Магнит у дома, Магнит Косметик)	Не все товары доступны по всем адресам. Нельзя посмотреть описание товара, когда доставка недоступна (по времени). Доставка не в любое время. Нет сортировки. Нет чата с поддержкой. Нет раздела с вопросами
Ленточка	Быстрая регистрация. Удобно искать нужный товар. Возможность возврата товара	В самом начале выбранный адрес доставки оказался вне зоны доставки, однако потом до выбранного адреса появилась возможность доставить. Это может ввести в заблуждение посетителей приложения

Источник: составлено авторами на основе анализа экспертных оценок использования приложений сервисов доставки готовой еды и продуктов питания

**Заключение.** Таким образом, в целях анализа тенденций и перспектив сервисов онлайн-продаж готовой еды и продуктов питания была выдвинута гипотеза, что изменения приложений сервисов и условий доставки играют важную роль при продвижении и развитии

данных сервисов. В результате исследования было выявлено, что большинство сервисов регулярно изменяют и корректируют свои приложения для удобства пользователей, а также меняют условия доставки, способы оплаты и т. д. Данная тенденция подтверждается сравнительным анализом приложений сервисов за 2020-2021 годы.

Был сделан вывод, что при заказе готовой еды или продуктов питания потребителям важна скорость доставки (потребители не желают долго ждать свой заказ), быстрота регистрации в приложении сервиса, возможность выбора любого удобного способа оплаты, а также наличие бесплатной доставки.

### Список источников:

1. Дехтярь А. Российский рынок доставки готовой еды и продуктов питания бьет рекорды: итоги 2020 года. – URL: <https://rb.ru/opinion/russian-delivery-market-2020/> (дата обращения: 19.11.2021).
2. Евсеева Е. Infoline: более 55% российского рынка онлайн-продаж продуктов приходится на пять игроков. – URL: [https://vc.ru/trade/209423-infoline-bolee-55-rossiyskogo-rynka-onlayn-prodazh-produktov-prihoditsya-na-pyat-igrokov?fbclid=IwAR32MarW3i10ADn0t8Mhxpoj1pvvn1wK2LLg\\_NhQvCaRZqACI\\_F0YUsf-\\_w](https://vc.ru/trade/209423-infoline-bolee-55-rossiyskogo-rynka-onlayn-prodazh-produktov-prihoditsya-na-pyat-igrokov?fbclid=IwAR32MarW3i10ADn0t8Mhxpoj1pvvn1wK2LLg_NhQvCaRZqACI_F0YUsf-_w) (дата обращения: 19.11.2021).
3. Антинескул Е.А., Спицина Е.А. Сервис основа конкурентного развития местной розничной сети // Актуальные вопросы современной экономики. 2018. №2. С. 52-57.
4. Новикова К.В., Яцук В.И. Современные маркетинговые инструменты регионального ритейла в условиях цифровой экономики // Маркетинг в России и за рубежом. 2019. №2. С. 20-26.
5. Новикова К.В., Кольшкин А.В. Анализ рынка продуктового ритейла в Пермском крае и перспективы развития данной отрасли // Экономическая среда. 2020. №1 (31). С. 32-38.

*Статья поступила 19.11.2021 г.*

## ФИНАНСЫ

DOI: 10.36683/2306-1758/2021-3-37/33-39

УДК 336.717:339.1

Рыкова И.А., Уварова Е.Е.

### АНАЛИЗ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ НА ПРИМЕРЕ ПАО «БАНК УРАЛСИБ»

**Рыкова Ирина Анатольевна**

кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12  
e-mail: olegnashevce-orel@yandex.ru

**Rykova Irina Anatolievna**

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor  
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation  
e-mail: olegnashevce-orel@yandex.ru

**Уварова Елена Евгеньевна**

кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12  
e-mail: ulena151078@yandex.ru

**Uvarova Elena Evgenievna**

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor  
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation  
e-mail: ulena151078@yandex.ru

Банковский рынок во всем мире выступает передовым сегментом в области разработки и продвижения современных продуктов, отвечающих самым взыскательным потребностям клиентов. В то же время для оптимального выбора конкретной услуги того или иного банка потребитель нуждается в полной информации обо всех преимуществах и потенциальных рисках, связанных с таким выбором. Отсюда возникает необходимость грамотной оценки положения банка и специфики его деятельности в том или ином сегменте и потребность в проведении прикладных исследований рынка банковских продуктов.

Banking market worldwide is an advanced segment in the development and promotion of modern products that meet the most demanding needs of customers. At the same time, to make optimal choice of a particular service of a particular bank, the consumer needs complete information about all the advantages and potential risks associated with such a choice. Hence, there is a necessity of competent assessment of the bank position and the specifics of its activities in a particular segment and there is a need to conduct applied research on the market of banking products.

**Ключевые слова:** банк, банковский рынок, банковский продукт, анализ рынка банковских услуг.

**Keywords:** bank, banking market, banking product, banking services market analysis.

Рыкова И.А., Уварова Е.Е. Анализ рынка банковских продуктов и услуг на примере ПАО «БАНК УРАЛСИБ» // Экономическая среда – 2021. – №3 (37). – С. 33-39. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/33-39>

Rykova I.A., Uvarova E.E. Analysis of the market of banking products and services on the example of PJSC "BANK URALSIB". *Economic environment*. 2021; 3 (37): 33-39. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/33-39>

#### Введение

Банковская система России за все время своего существования претерпела значительные изменения как с количественной, так и с качественной точек зрения, и на сегодняшний день она вполне отвечает самым строгим требованиям международного банковского бизнеса. Общее число действующих банков за последние пять лет уменьшилось вдвое. Это связано с тем, что процесс сокращения числа недобросовестных банков, резко обозначившийся в 2014 году, по-прежнему продолжается и банковская система все более оптимизируется.

Преобразования касаются не только количественной, но и качественной стороны, и отечественные кредитные учреждения, которые продолжают работать, стремятся улучшить уровень обслуживания своих клиентов. Каждая кредитная организация выстраивает собственную бизнес-модель, которая определяет все ключевые аспекты ее деятельности на банковском рынке, а значит и потенциальные конкурентные позиции. Эффективность банковского бизнеса во многом зависит от того, какие услуги кредитные организации предоставляют различным категориям клиентов, чем один банк отличается от другого и как они отвечают на постоянно меняющиеся запросы потребителей. В этом аспекте исследование рынков

банковских продуктов представляется важным элементом оценки качества и результативности работы любой кредитной организации, а также становится неотъемлемой составляющей выстраивания стратегии развития банка.

### **Материалы и методы**

Вопросам функционирования и развития банковского сектора уделяется пристальное внимание как со стороны регулирующих институтов, так и с позиции профессионального и научного сообщества в связи с высокой значимостью данного сегмента для эффективной работы всего экономического механизма. В фокусе постоянного внимания Центрального Банка Российской Федерации как финансового мегарегулятора находятся основные банковские операции на кредитном, депозитном и фондовом рынке. Благодаря широкому арсеналу инструментов экономического воздействия Банк России стремится создать оптимальные условия для добросовестных игроков, продвижения ими собственных продуктов и формирования здоровой конкурентной среды. Этому посвящены многочисленные аналитические исследования, профессиональная экспертиза, мероприятия, проводимые Банком России [2; 9].

Помимо этого, развитие и совершенствование банковских продуктов и услуг – объект постоянного обсуждения в различных профессиональных банковских сообществах, в рамках которых банковский бизнес имеет возможность открыто заявлять о своих проблемах и более действенно решать их. Так, участие в Ассоциации российских банков и Ассоциации региональных банков как в ведущих профессиональных объединениях в своем секторе позволяет кредитным организациям способствовать более динамичному развитию финансового рынка через влияние на законодательные процессы в стране, участвовать в защите собственных интересов, обмениваться опытом, быть в курсе текущих тенденций развития банковской сферы, особенностей и противоречий их проявления, общаться с представителями органов государственной власти [6; 7; 8].

В научной среде, научно-популярных изданиях и интернет-ресурсах исследование и обсуждение банковского рынка весьма популярны на протяжении многих лет и являются предметом неослабевающего интереса как ученых, так и непосредственных потребителей финансовых услуг во всем мире.

Однако, несмотря на значительное число всевозможных публикаций и источников, посвященных банковской тематике, сегодня недостаточно, на наш взгляд, прикладных исследований, ориентированных на рядовых пользователей банковских продуктов конкретных кредитных организаций [1; 5]. Такая потребность может возникать у той категории потребителей, которые достаточно подготовлены, чтобы принимать ответственные решения о пользовании той или иной банковской услугой, но не имеют возможности анализировать банковскую отчетность и делать соответствующие выводы [4].

Отсюда представляется целесообразным провести такое исследование на примере одной из ведущих российских кредитных организаций с использованием методов группировки, горизонтального и вертикального анализа финансовой отчетности, построения динамических рядов, обобщения и сравнения.

### **Результаты и обсуждение**

Сегодня банковский рынок вступил в новую стадию развития: российский потребитель стал более рационально выбирать поставщика финансовых услуг и готов свободнее переключаться на новые предложения, если они понятны и прозрачны. Кроме того, цифровизация банковского обслуживания меняет привычный многим формат получения услуг.

Меняющиеся потребности современного клиента и обострение банковской конкуренции неумолимо требуют от банков внесения все новых и новых изменений в предлагаемый продуктовый ряд в банковском обслуживании и применения инновационных технологий предоставления услуг. Высокая конкуренция в банковской среде заставляет банки создавать новые продукты и услуги, рассматривать внедрение и освоение новых технологий с целью

сохранения и роста сегмента, занятого отдельно взятым банком на финансовом рынке [3].

В свою очередь, клиенты банка нуждаются в получении полной информации о предлагаемых банковских продуктах и квалифицированном суждении о конкурентных преимуществах конкретной кредитной организации в том или ином сегменте.

Проведем сегментный анализ рынка банковских продуктов в разрезе кредитно-депозитных операций на примере публичного акционерного общества «БАНК УРАЛСИБ».

ПАО «БАНК УРАЛСИБ» является универсальным сетевым банком федерального уровня и выступает головной кредитной организацией банковской группы, в состав которой входят организации, осуществляющие лизинговую, инвестиционную деятельность, осуществляющие услуги по управлению имуществом, в том числе недвижимостью, финансовые услуги и другие операции.

Деловая репутация, 30-летний опыт работы на рынке, высокая узнаваемость и доверие к бренду позволяют банку удерживать существующих и привлекать новых клиентов. Деятельность банка построена на основе концепции клиентоориентированной модели бизнеса, что дает возможность предлагать существующим и потенциальным клиентам широкий спектр востребованных услуг на выгодных ценовых условиях через различные каналы обслуживания [10].

Основными видами деятельности, формирующими доходы исследуемого банка, являются кредитование, операции с ценными бумагами, иностранной валютой, драгоценными металлами и прочими финансовыми инструментами, а также банковские услуги, приносящие комиссионный доход.

Для оценки места и значимости ПАО «БАНК УРАЛСИБ» на российском банковском рынке представляется целесообразным исследовать основные сегменты его работы, прежде всего, кредитный и депозитный сегменты, характеризующие ведущие сферы привлечения и размещения банковских ресурсов.

Основную ресурсную базу для своей деятельности банк формирует за счет привлечения депозитов (вкладов) и открытия текущих счетов клиентов. Это фундамент всей банковской деятельности, поскольку от него зависит стабильность и устойчивость кредитной организации, а также возможности получения доходов.

Исследуемая кредитная организация ПАО «БАНК УРАЛСИБ» занимает в российской банковской системе прочные позиции на рынке банковских ресурсов, в том числе 16 место по вкладам населения и 20 место по привлеченным средствам юридических лиц (22 место без учета средств ГК «АСВ») [10].

Показатели, характеризующие формирование ресурсной базы банка, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика объема депозитных продуктов и счетов ПАО «БАНК УРАЛСИБ»

Показатели	2019 год, тыс. руб.	2020 год, тыс. руб.	Темп роста, %
1. Срочные депозиты, в т. ч.	169 609,6	162 351	95,7
1.1 Срочные депозиты юридических лиц	54 018,7	51 932,5	96,1
1.2 Срочные депозиты физических лиц и индивидуальных предпринимателей	115 222,7	110 050,2	95,5
1.3 Срочные депозиты адвокатов и нотариусов	368,2	368,2	100
2. Текущие счета	111 932,2	163 761,2	146,3
2.1 Текущие счета юридических лиц	52 210,2	82 268,9	157,6
2.2 Текущие счета физических лиц и индивидуальных предпринимателей	59 697,2	81 469,7	136,5
2.3 Текущие счета адвокатов и нотариусов	24,8	22,5	90,7
3. Займы, полученные от ГК «АСВ»	91 908,6	77 909,5	87,8
4. Итого средства клиентов, не являющихся кредитными организациями	373 450,4	404 021,7	108,2

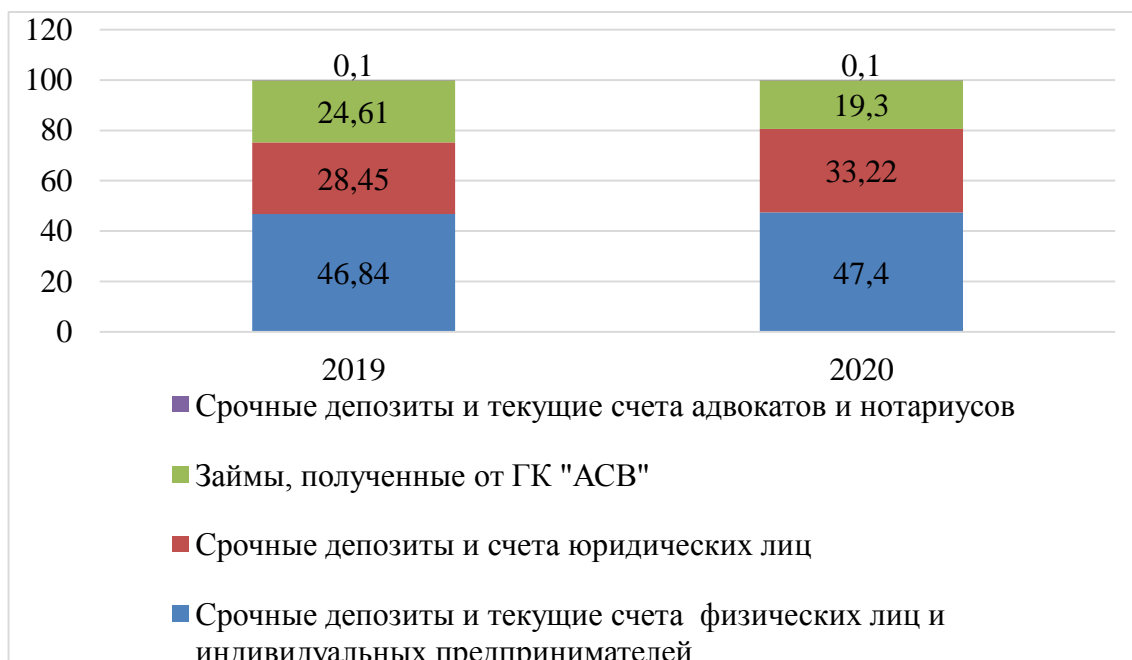
Источник: составлено авторами на основании [10]

Как можно увидеть в таблице 1, суммарно средства клиентов ПАО «БАНК УРАЛСИБ», не являющихся кредитными организациями, в 2020 году выросли на 8,2%, при этом в значительно большей степени увеличился объем средств клиентов на текущих счетах. Рост составил 146,3% по сравнению с 2019 годом.

В то же время по срочным депозитам прослеживается уменьшение объемов на 4,3%. Это связано с тем, что в 2020 году наблюдалась значительная макроэкономическая нестабильность на фоне влияния пандемии коронавируса на финансовый сектор, экономику и граждан, что, в свою очередь, повысило уровень неопределенности в российской деловой среде. Помимо этого, причинами сокращения вкладов стали рост отложенного потребительского спроса и низкие ставки по депозитам.

Позитивным фактором можно также считать то, что размер займов, полученных ПАО «БАНК УРАЛСИБ» от ГК «АСВ» в рамках мероприятий по его финансовому оздоровлению, в 2020 году сократился почти на 12%. Это свидетельствует о стабилизации работы кредитной организации.

Показательной характеристикой ресурсной базы банка является ее структура. На рисунке 1 представлена ситуация по фондированию исследуемой кредитной организации в разрезе клиентов.



Источник: составлено авторами на основании [10]

Рисунок 1 – Структура средств клиентов ПАО «БАНК УРАЛСИБ» в 2019-2020 гг.

На рисунке 1 наглядно видно, что основная доля клиентских средств ПАО «БАНК УРАЛСИБ» принадлежит срочным депозитам и текущим счетам физических лиц и индивидуальных предпринимателей. Более того, этот источник пассивов банка демонстрирует рост. Так, если в 2019 году указанный ресурс занимал 46,84% в общем клиентском депозитном портфеле, то в 2020 году он составил уже 47,4%. Данный факт, безусловно, позитивно характеризует клиентскую политику исследуемой кредитной организации и позволяет рассчитывать на дальнейшее укрепление ее конкурентных позиций, прежде всего, по сравнению с крупнейшими российскими банками: ПАО Сбербанк, группа ВТБ, Банк ГПБ (АО), АО «АЛЬФА-БАНК», ПАО «Совкомбанк», ПАО «Промсвязьбанк», ПАО Банк «ФК Открытие».

В общем же ситуацию с фондированием в исследуемом банке, как и в российском банковском секторе, можно считать вполне устойчивой, несмотря на макроэкономическую

нестабильность на фоне сохранения санкций и закрытых рынков международного капитала, снижения деловой и потребительской активности, снижения доходов населения и прибыли предприятий.

Дальнейшее исследование целевых рынков банковского продукта проведем в разрезе кредитных операций банка как основного источника получения дохода. По данным ежеквартального отчета по ценным бумагам ПАО «БАНК УРАЛСИБ» [6], доля процентных доходов, полученных от операций по предоставленным кредитам, депозитам и иным размещенным средствам, и их доля в общей сумме доходов в 2019 году составляла 16,33%, а в 2020 году – 9,35%.

В разрезе клиентской базы структура кредитного портфеля банка представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика и структура кредитного портфеля ПАО «БАНК УРАЛСИБ»

Ссуды, ссудная и приравненная к ней задолженность клиентов	2019 год		2020 год		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	
1. Ссуды физическим лицам	160 503,7	56,7	175 744,7	56,7	109,5
2. Ссуды корпоративным клиентам	93 955,0	33,2	76 394,5	24,6	81,3
3. Ссуды среднему и малому бизнесу	16 462,3	5,8	21 792,6	7,0	132,4
4. Ссуды кредитным организациям	12 059,3	4,3	36 136,8	11,7	299,7
5. Итого чистая ссудная задолженность	282 980,2	100	310 068,6	100	109,6

Источник: составлено авторами на основании [10]

Как видно в таблице 2, в целом объем чистой ссудной задолженности ПАО «БАНК УРАЛСИБ» в 2020 году вырос на 9,6%. При этом в разрезе клиентов наибольший рост продемонстрировали ссуды кредитным организациям, которые увеличились почти в 3 раза по сравнению с предыдущим периодом. Более чем на треть возросли ссуды среднему и малому бизнесу. Вместе с тем, объем ссуд корпоративным клиентам снизился почти на 20%.

Что касается ссуд физическим лицам, то этот актив занимает наибольшую долю в кредитном портфеле банка – 56,7%. В разрезе предпочтений заемщиков кредитный портфель физических лиц ПАО «БАНК УРАЛСИБ» представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Динамика и структура ссудной задолженности физических лиц ПАО «БАНК УРАЛСИБ»

Показатели	2019 год		2020 год		Темп роста, %
	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. вес, %	
Ссуды на покупку жилья, не обеспеченные залогом жилья	29 042,7	18,1	38 429,3	21,9	132,3
Ипотечное кредитование	48 336,1	30,1	53 190,5	30,3	110,0
Автокредитование	13 857,3	8,6	15 928,8	9,1	114,9
Кредитные карты	5 307,7	3,3	4 821,8	2,7	90,8
Потребительское кредитование	63 959,9	39,8	63 374,4	36,1	99,1
Ссуды физическим лицам, всего	160 503,7	100	175 744,7	100	109,5

Источник: составлено авторами на основании [10]

Как можно увидеть в таблице 3, треть портфеля ссуд физическим лицам ПАО «БАНК УРАЛСИБ» принадлежит ипотеке. В абсолютных значениях этот показатель вырос на 10% по сравнению с предыдущим годом. Весомая доля принадлежит также потребительскому кредитованию – 39,8% и 36,1% соответственно в 2019 и 2020 году. Выросли также объемы ссуд, выданных на покупку жилья, не обеспеченных залогом жилья, а также автокредитова-

ние. В то же время несколько замедлились темпы роста выдачи кредитных карт.

В целом же можно отметить вполне устойчивые позиции исследуемого банка в ведущих секторах банковского бизнеса во многом благодаря лояльности своих клиентов. При этом банк планирует сохранить универсальную модель и сфокусироваться на развитии сегмента малого и среднего, а также розничного бизнеса. При этом привлечение новых клиентов планируется за счет развития технологий и внедрения новых ИТ-продуктов.

Цель розничного бизнеса – рост прибыли за счет повышения продуктивности сотрудников фронт-линии. Активную клиентскую базу планируется существенно нарастить за счет маркетингового привлечения и эффективного управления жизненным циклом клиента в банке. Удержанию клиентов будет способствовать улучшение клиентского опыта в банке и повышение качества обслуживания.

Дальнейшее развитие цифрового банка должно обеспечить увеличение проникновения пользования ДБО в активную клиентскую базу до 50%. Комиссионные доходы и прочие доходы от небанковских комиссионных продуктов должны увеличиться в 1,3 раза. В малом бизнесе фокус внимания планируется сделать на транзакционные операции и привлечение недорогих пассивов. Такая модель позволит нарастить комиссионные доходы, которые наиболее устойчивы в кризис.

Банк планирует существенно увеличить количество активных клиентов. Важным направлением развития будет выстраивание цифровой экосистемы, повышение эффективности обслуживания юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в электронных каналах, а также совершенствование процессов операционной поддержки, работы с персоналом, качества отчетности. Банк будет активно работать над повышением доступности кредитных ресурсов для предпринимателей – запланирован значительный рост кредитного портфеля и портфеля гарантий.

Стратегическая цель корпоративного бизнеса – рост числа клиентов, для которых ПАО «БАНК УРАЛСИБ» будет основным банком за счет предложения им решений, всецело соответствующих их бизнес-потребностям. Для достижения этой цели банк будет продолжать совершенствовать расчетно-кассовое обслуживание, валютнообменные операции, ВЭД, а в случае необходимости будет готов предоставить клиенту требуемый объем средств на необходимый срок.

### **Заключение**

На основе проведенного исследования состояния современного российского банковского рынка и анализа рынка банковских продуктов и услуг на примере конкретной кредитной организации – ПАО «БАНК УРАЛСИБ» – можно сформулировать ряд выводов, касающихся необходимости изучения работы банков в разрезе различных видов деятельности и важности проведения прикладных аналитических исследований банковского рынка, ориентированных на конкретных пользователей и потенциальных клиентов:

1. Банковский сектор развивается весьма динамично и в аспекте разработки новых продуктов, а также усовершенствования классических сервисов выступает одним из лидеров экономической системы. В этой связи для оценки преимуществ, места и роли банка в том или ином сегменте потребитель нуждается в более полной и развернутой информации.

2. Исследование рынка банковских продуктов и услуг может осуществляться комплексно с учетом сведений, представленных в открытых источниках на официальных сайтах кредитных организаций, а также в разрезе тех или иных операций и услуг. При этом в последнем случае пользователям требуются особые аналитические навыки и системный подход в оценке банковских продуктов.

3. Оценка деятельности кредитной организации в депозитно-кредитном секторе на примере ПАО «БАНК УРАЛСИБ» показала стабильность источников формирования ресурсной базы банка и некоторую трансформацию ее структуры на фоне нестабильности, а также высокую эффективность работы кредитной организации в сегменте кредитования. Такой

анализ работы банка в разрезе конкретных рынков демонстрирует потенциальным клиентам возможность принимать более взвешенные решения о пользовании теми или иными продуктами и ответственно подходить к выбору кредитной организации.

Список источников:

1. Гришина Е.А., Коваленко С.Б. Некоторые тенденции развития современного российского рынка банковских услуг // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – №3 (72). – С. 106-111.
2. Направления экономических исследований в Банке России. Июнь 2021 // Официальный сайт Банка России. – URL: [https://cbr.ru/StaticHtml/File/119990/research\\_russia.pdf](https://cbr.ru/StaticHtml/File/119990/research_russia.pdf) (дата обращения: 9.11.2021).
3. Обзор состояния конкуренции на рынке банковских услуг за период времени с 2011-2019 гг. // Федеральная антимонопольная служба. – URL: <https://fas.gov.ru/documents/687530> (дата обращения: 10.11.2021).
4. Предпочтения розничных клиентов в банковской сфере : [презентация : Исследование компании «Делойт», СНГ, сентябрь 2020 года]. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/research-center/consumer-preferences-in-banking-services-russia.pdf> (дата обращения: 12.11.2021).
5. Человская Е.И., Стратулат М.В. Теоретические аспекты рынка банковских продуктов и услуг Текст : электронный // Вестник Приднестровского университета. Серия: физико-математические и технические науки. Экономика и управление. – 2020. – №3 (66). – С. 179-183.
6. Шапкин И. Н. Российские банковские ассоциации как субъекты институциональных изменений // Мир новой экономики. – 2019. – Т. 13. – №1. – С. 94-103.
7. Официальный сайт Ассоциации банков России. – URL: <https://asros.ru/about/> (дата обращения: 9.11.2021).
- 8 Официальный сайт Ассоциации российских банков. – URL: <https://arb.ru/> (дата обращения: 9.11.2021).
9. Официальный сайт Банка России. – URL: <https://cbr.ru/> (дата обращения: 9.11.2021).
10. Официальный сайт ПАО «БАНК УРАЛСИБ». – URL: <https://www.uralsib.ru/> (дата обращения: 9.11.2021).

*Статья поступила 12.11.2021 г.*

Спиридонова А.В., Рыкова И.А.

## ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТФЕЛЯ ЦЕННЫХ БУМАГ ДЛЯ ЧАСТНОГО ИНВЕСТОРА

**Спиридонова Анастасия Валерьевна**

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12  
e-mail: 0303nastasyja@mail.ru

**Spiridonova Anastasia Valerievna**

Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation  
e-mail: 0303nastasyja@mail.ru

**Рыкова Ирина Анатольевна**

кандидат экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12  
e-mail: olegnashevce-orel@yandex.ru

**Rykova Irina Anatolievna**

Candidate of Economic Sciences, Associated Professor  
Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation  
e-mail: olegnashevce-orel@yandex.ru

*Инвестиционная деятельность на фондовом рынке носит более доходный, но и более рискованный характер, нежели банковский вклад, поэтому частному инвестору необходимо выработать свою инвестиционную стратегию, соответствующую поставленной цели и сформировать свой инвестиционный портфель из ценных бумаг, который будет соответствовать выбранной доходности и уровню риска. Таким образом, выбор активов, расчет будущего ожидаемого дохода и оценка риска, оказывающего влияние на инвестиционный портфель и доходность по нему, – это необходимый элемент успешного инвестирования, позволяющий не допустить грубейших ошибок, которые могут привести к недополученной прибыли и даже к убыткам. В статье раскрывается алгоритм поиска, сбора и обработки информации для включения того или иного актива в инвестиционный портфель, производится оценка риска и расчет будущей доходности портфеля на основе исторического подхода. Цель статьи – показать, что умеренная диверсификация, включение в портфель дивидендных акций и «акций роста» улучшают показатели доходности при одновременном снижении риска, что позволяет опередить рынок.*

*Investment activity on the stock market is more profitable, but it is also more risky than a bank deposit. Therefore, a private investor needs to develop his investment strategy corresponding the goal and form his investment securities portfolio that will correspond to chosen profitability and risk level. Thus, the choice of assets, calculation of future expected income and risk assessment that affects the investment portfolio and its profitability are necessary elements of successful investment, allowing to avoid bad mistakes that can lead to less profits, and even losses. The article reveals an algorithm for searching, collecting and processing information to include this or that asset in the investment portfolio, risk assessment and calculation of future portfolio profitability, based on historical approach. The purpose of the article is to show that moderate diversification, inclusion of dividend stocks in the portfolio, and growth stocks improve profitability indicators reducing risk at the same time, which allows to outperform the market.*

**Ключевые слова:** инвестиции, портфельное инвестирование, Asset Allocation, ожидаемая доходность, доход, риск, акции, облигации, диверсификация.

**Keywords:** investments, portfolio investment, Asset Allocation, expected return, income, risk, stocks, bonds, diversification.

Спиридонова А.В., Рыкова И.А. Формирование портфеля ценных бумаг для частного инвестора // Экономическая среда. – 2021. – №3 (37). – С. 40-52. – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/40-52>

Spiridonova A.V., Rykova I.A. Securities portfolio formation for a private investor. *Economic environment*. 2021; 3 (37): 40-52. (In Russ.). – <http://dx.doi.org/10.36683/2306-1758/2021-3-37/40-52>

### Введение

Актуальность данной темы обусловлена современностью, быстрым скачком в развитии информационных технологий, развитием и широким распространением в обществе инноваций в сфере финансов и фондового рынка. Мягкая денежно-кредитная политика Центрального Банка РФ, низкие ставки по депозитам в совокупности со всем вышеперечисленным спровоцировали большой приток частных инвесторов на рынок ценных бумаг. По данным Банка России, за 2020 год число лиц, присутствующих на брокерском обслуживании, приближается к 10 млн, что в 2,3 раза больше по сравнению с предыдущим годом. В декабре 2020 г. количество уникальных клиентов – физических лиц на Московской бирже – составило 8,8 млн человек. Чистый приток средств физических лиц составил 1,3 трлн рублей, что на 0,5 трлн рублей больше по сравнению с 2019 годом. Все это стимулирует большой интерес

со стороны физических лиц к изучению новых видов сбережения денежных средств, а в некоторых случаях и дополнительного пассивного дохода. Знание основ портфельного инвестирования в условиях рыночной экономики и развития финансового рынка необходимо каждому начинающему инвестору независимо от того, хочет ли он сберечь денежные средства или приумножить капитал. Основными задачами исследования являются: формирование портфеля ценных бумаг российских эмитентов с потенциальной доходностью выше ставок по депозитам, а именно выше 5% годовых (на момент составления портфеля – апрель 2021 год), оценка рисков и расчёт будущей доходности по сформированному портфелю согласно историческому подходу.

### Материалы и методы исследования

Ценные бумаги различны по доходу, надежности и ликвидности, каждая бумага обладает своим набором преимуществ и недостатков. Инвестиционный портфель подразумевает такой набор различных по своим характеристикам активов, который в совокупности дает возможность инвестору извлечь максимальную выгоду из вложений с минимальным риском. Цель портфельного инвестирования – сохранить и приумножить капитал. При создании портфеля необходимо уделить внимание двум важным элементам: будущей доходности и уровню риска.

В случае портфельного инвестирования под риском понимается возможность (вероятность) того, что инвестор не получит от портфеля ценных бумаг ожидаемого результата. Риск является субъективной, индивидуальной категорией. Каждый инвестор по-своему оценивает риск одного и того же события. Зарубежные и отечественные авторы в своих исследованиях уделяют особое внимание диверсификации как главному условию снижения риска в инвестициях. Диверсификация – сознательное комбинирование инвестиционных объектов, при котором достигается не просто их разнообразие, но и определенная взаимосвязь между доходностью и риском. Целью диверсификации является снижение риска от колебаний курсов и осуществление вложения в направлениях, никак не связанных между собой напрямую [1]. Для максимального эффекта от диверсификации необходимо включать в портфель разные виды финансовых инструментов.

Ожидаемая доходность портфеля – это средневзвешенное значение ожидаемых значений доходности ценных бумаг, из которых состоит портфель. При этом «вес» каждого актива измеряется суммой денежных средств, за которую инвестор купил ценную бумагу. Взаимосвязь между доходностями ценных бумаг можно узнать, используя показатели ковариации и коэффициент корреляции. При помощи ковариации можно судить о степени зависимости двух случайных величин. Эта зависимость может быть положительной, то есть когда изменение значения одного актива, несет за собой изменение значения другого актива в том же направлении. Например, при росте доходности акции А доходность акции Б тоже увеличивается. При отрицательной ковариации значения величин изменяются в разных направлениях, то есть при увеличении доходности акции А доходность акции Б падает. Когда корреляция равна 0, это говорит о том, что между доходностями активов взаимосвязь отсутствует [5].

При проведении исследования использовались методы сравнительного и коэффициентного анализа, метод корреляции, индексный и матричный методы.

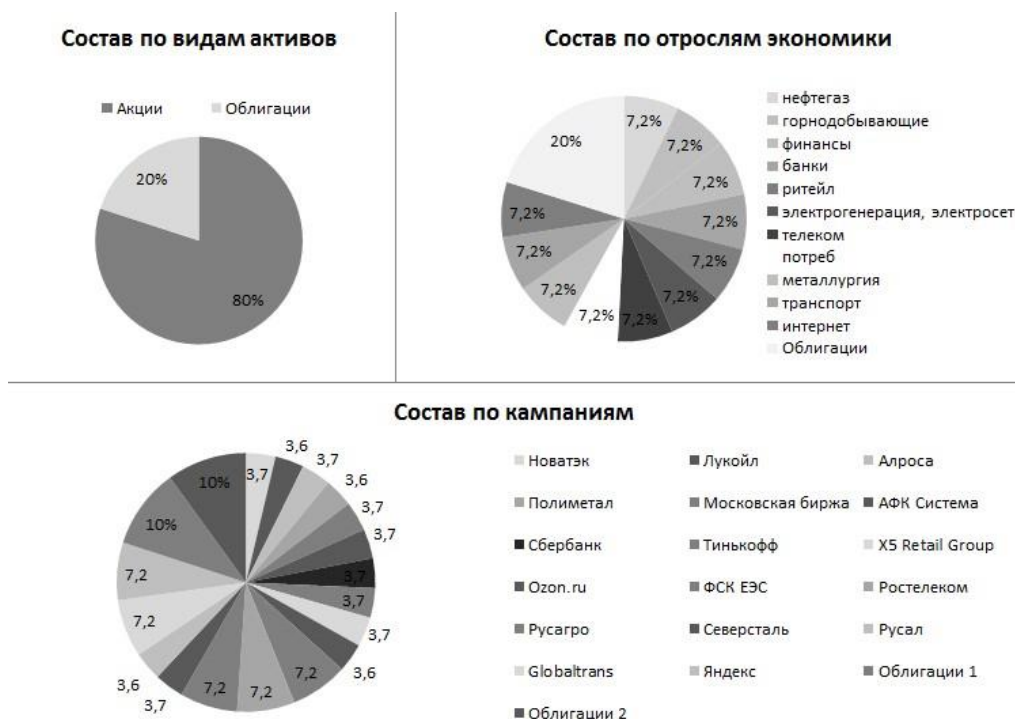
### Результаты и обсуждение

Для оценки привлекательности портфеля существует множество показателей, такие как:

- 1) коэффициент Шарпа (Sharp ratio);
- 2) коэффициент Сортино (Sortino ratio);
- 3) коэффициент Трейнора (Treynor ratio);
- 4) коэффициент Модильяни;
- 5) коэффициент Швагера [4].

Согласно исследованию, проведенного «Тинькофф Инвестиции» [8], самым популяр-

ным инструментом инвестирования у россиян являются акции, к тому же 50% инвесторов имеют среднюю склонностью к риску, а 36% инвесторов готовы идти на риск. В связи с этим в рамках настоящего исследования мы сформировали инвестиционный портфель ценных бумаг для агрессивного инвестора, в котором больший удельный вес занимают акции – 80%, а 20% – облигации (рис. 1).



Источник: составлено автором

Рисунок 1 – Состав и структура инвестиционного портфеля

По состоянию на момент проведения исследования (апрель 2021 года) ключевая ставка ЦБ РФ составляла 4,5%, максимальная ставка по депозитам – не более 5% годовых, официальная инфляция – 5,53%, а средняя доходность индекса Московской биржи полной доходности – 18,2%. В связи с вышеизложенным ожидаемая доходность по портфелю ценных бумаг выше ставки по депозитам, на 10% и выше реализуема.

Для рассматриваемого портфеля мы использовали отраслевую диверсификацию. Состав портфеля по отраслям экономики выглядит так: нефтегазовый сектор (7,2%), горнодобывающий (7,2%), финансы (7,2%), банки (7,2%), ритейл (7,2%), электрогенерация и электросети (7,2%), телекоммуникации (7,2%), потребительский сектор (7,2%), металлургия (7,2%), транспорт (7,2%), интернет (7,2%) (рис. 1).

Акции в портфель подбирались нами так же согласно принципам диверсификации (основоположник теории Дж. Марковиц). Большая часть компаний зрелая и входит в индекс «Голубых фишек» Московской биржи, а именно: «Сбербанк», «Лукойл», «Новатэк», «Яндекс», «X5 Retail Group», «Северсталь», «Алроса» – это 8 акций из 17, что составляет 48% всего инвестиционного портфеля.

Данные эмитенты имеют высокую капитализацию, их акции давно присутствуют на фондовом рынке, акции этих компаний пользуются спросом, имеют высокую ликвидность и на протяжении нескольких лет дают своим владельцам стабильный доход в виде дивидендов. Также в портфель были включены так называемые «компании роста»: Ozon.ru, «Яндекс» и «Тинькофф Банк». Это компании, бизнес которых развивается интенсивно, при этом растут операционные результаты и выручка. Отличительной чертой является то, что такие эмитенты, как правило, не выплачивают дивиденды и не проводят buyback, а их долговая нагрузка

порой находится выше среднеотраслевых уровней. При этом цена акций развивающихся компаний часто растет опережающими рынок темпами. Именно за счет подъема курсовой стоимости бумаг капитал акционеров увеличивается.

В консервативную часть портфеля были включены облигации надежных российских компаний – «Черкизово» и «Самолет» – по 10% каждая, с хорошей доходностью, опережающей ставку по депозитам на момент написания статьи (апрель 2021) на 6,75% и 8,81% годовых соответственно, сроком на 3 года.

Для расчёта доходности инвестиционного портфеля как комплекса ценных бумаг мы вычислили историческую доходность каждой отдельно взятой акции, для этого мы воспользовались ресурсом [www.mfd.ru](http://www.mfd.ru) [9] и выгрузили исторические котировки за интересующий период времени по выбранным нами для портфеля активам. Стоит заметить, что расчёт доходности портфеля строится именно на исторических данных о доходности: делается предположение, если история развивалась в определённом ключе, то данное развитие скорее продолжится, чем изменится.

Чтобы получить исторические котировки автоматизированным способом, а не выписывать их вручную (массив данных может быть весьма объёмным), мы обратились к перечню авторизованных Московской биржей распространителей информации, который представлен на сайте биржи, в нашем случае это интернет-ресурс [www.mfd.ru](http://www.mfd.ru) [9]. Весь массив данных мы выгрузили в Microsoft Excel за три предшествующих периода, а именно:

- 1) с мая 2018 г. по апрель 2019 г.;
- 2) с мая 2019 г. по апрель 2020 г.;
- 3) с мая 2020 г. по апрель 2021 г.

Вначале мы рассчитали для каждого актива среднюю доходность за каждый месяц (таблица 1) по трем периодам. Далее считали общую среднюю доходность по активу за период (год) и определили ее как среднеарифметическое по месяцам в отношении каждого актива. Например, в таблице 1 мы видим пример выгрузки данных по ценным бумагам с тикером «Five-гдр» (эмитент «X5 Retail Group») по трем периодам с 01.05.2018 по 01.04.2019 г., 01.05.2019 – 01.04.2020 и 01.05.2020 – 01.04.2021. Третий столбец таблицы 1 – цена закрытия – это цена ценной бумаги, сформированная на момент закрытия процесса торговли последнего числа месяца. При помощи этой цены мы определили доходность акции за месяц. Среднегодовая доходность по активу «Five-гдр» за период с 01.05.2018 г. по 01.04.2019 г. равна 12,3%. И так далее по всем активам инвестиционного портфеля.

Таблица 1 – Данные для расчета среднегодовой доходности стоимости акций FIVE-гдр за 01.05.2018 – 01.04.2021 в Microsoft Excel

Эмитент	Дата	Цена закрытия, руб.	Доходность, %	Среднегодовая доходность
FIVE-гдр	01.05.2018	1808		12,3
FIVE-гдр	01.06.2018	1727	-4,4801	
FIVE-гдр	01.07.2018	1680	-2,7215	
FIVE-гдр	01.08.2018	1590	-5,3571	
FIVE-гдр	01.09.2018	1481,5	-6,8239	
FIVE-гдр	01.10.2018	1539	3,88121	
FIVE-гдр	01.11.2018	1725	12,0858	
FIVE-гдр	01.12.2018	1725	0	
FIVE-гдр	01.01.2019	1715,5	-0,5507	
FIVE-гдр	01.02.2019	1676,5	-2,2734	
FIVE-гдр	01.03.2019	1637	-2,3561	
FIVE-гдр	01.04.2019	1963	19,9145	
FIVE-гдр	01.05.2019	1922,5	-2,06317	
FIVE-гдр	01.06.2019	2177,5	13,2639	
FIVE-гдр	01.07.2019	2100,5	-3,53617	
FIVE-гдр	01.08.2019	2298,5	9,42633	
FIVE-гдр	01.09.2019	2279	-0,84838	
FIVE-гдр	01.10.2019	2147	-5,79202	
FIVE-гдр	01.11.2019	2144	-0,13973	
FIVE-гдр	01.12.2019	2134,5	-0,44309	

Эмитент	Дата	Цена закрытия, руб.	Доходность, %	Среднегодовая доходность
FIVE-гдр	01.01.2020	2335	9,39330	11,8
FIVE-гдр	01.02.2020	2070,5	-11,3276	
FIVE-гдр	01.03.2020	2091,5	1,01425	
FIVE-гдр	01.04.2020	2200,5	5,21157	
FIVE-гдр	01.05.2020	2089	-5,06703	
FIVE-гдр	01.06.2020	2502	19,7702	
FIVE-гдр	01.07.2020	2780	11,1111	
FIVE-гдр	01.08.2020	2674	-3,8129	
FIVE-гдр	01.09.2020	2887,5	7,98429	
FIVE-гдр	01.10.2020	2776,5	-3,84416	
FIVE-гдр	01.11.2020	2746,5	-1,08049	
FIVE-гдр	01.12.2020	2749	0,09102	
FIVE-гдр	01.01.2021	2690,5	-2,12805	
FIVE-гдр	01.02.2021	2452,5	-8,8459	
FIVE-гдр	01.03.2021	2448	-0,18348	
FIVE-гдр	01.04.2021	2394	-2,20588	

Источник: составлено автором

Итоговые результаты по среднегодовой доходности всех активов за три периода занесли в таблицу 2. В таблице 2 видно, что среднегодовая доходность по периодам у всех активов различается. Одни акции за 2018-2019 годы показали высокий рост, но в следующем периоде глубокое падение, а потом опять значительный рост. И наоборот. В данном портфеле нет акций, которые повторяли бы движения друг друга. В период май 2018 г. - апрель 2019 г. минусовали только акции трех эмитентов – это «Московская биржа», «АФК Система» и «ФСК ЕЭС» – два эмитента из одной отрасли. Остальные акции показали хороший рост, например, «Новатэк» – доходность за год 43,5%, «Полиметал» – 22%, «Яндекс» – 17,9%, «Ростелеком» – 13,4% и т. д.

Таблица 2 – Среднегодовая доходность активов за май 2018 - апрель 2021

Эмитент	Доля в портфеле	Среднегодовая доходность, %		
		май 2018 г. - апрель 2019 г.	май 2019 г. - апрель 2020 г.	май 2020 г. по апрель 2021 г.
Новатэк	3,7	43,5	-23,1	45,9
Лукойл	3,6	30,7	-5,8	24,8
Алроса	3,7	8,6	-35,5	55,3
Полиметал	3,6	22	97,8	7,5
Московская биржа	3,7	-22,4	42,3	38
АФК Система	3,7	-12,3	61,4	97,2
Сбербанк	3,7	5,6	-14,7	40,3
Тинькофф	3,7	-	-8,2	170,6
X5 Retail Group	3,7	12,3	17,7	11,8
Ozon.ru	3,6	-	-	27,9
ФСК ЕЭС	7,2	-8,4	13,8	14,7
Ростелеком	7,2	13,4	9,9	28,8
Русагро	7,2	7,3	-19,6	41,3
Северсталь	3,7	6,2	-15	56,3
Русал	3,6	9,8	18,0	69,2
Globaltrans	7,2	-	-	10,2
Яндекс	7,2	17,9	26,4	70,1
Черкизово Б1Р3	10	-	-	6,75
Самолет 1Р9	10	-	-	8,81

Источник: составлено автором

Далее ожидаемую доходность инвестиционного портфеля мы определили по формуле:

$$E(r_p) = \sum_{i=1}^n W_i E(r_i), \quad (1)$$

где  $E(r_p)$  – ожидаемая доходность портфеля;

$W_i$  – доля в общих инвестиционных расходах, идущая на приобретение  $i$ -ой ценной бумаги («вес»  $i$ -ой ценной бумаги в портфеле);  
 $E(r_i)$  – ожидаемая доходность  $i$ -ой ценной бумаги;  
 $n$  – число ценных бумаг в портфеле [2].

Расчеты мы производили при помощи Microsoft Excel. По результатам расчетов средняя доходность в ретроспективе за три предшествующих года составила 48,9%. Таким образом, среднегодовая ставка равна 16,3%. На момент исследования (апрель 2021 год) ставка по депозитам составляла 5%. Следовательно, ожидаемая доходность портфеля выше ставки по депозитам более чем на 10% годовых без учета дивидендов.

Поскольку наш инвестиционный портфель состоит на 20% из корпоративных облигаций ЧеркизовоБ1Р3 с годовой доходностью 6,75% и удельной долей в портфеле 10%, а также облигаций Самолет1Р3 с годовой доходностью 8,81% и удельной долей в портфеле 10%, следовательно, ожидаемая среднегодовая доходность всего инвестиционного портфеля будет равна (используя формулу 1):

$$E(r_p) = 16,3\% + 6,75\% * 0,1 + 8,81\% * 0,1 = 17,9\%$$

К полученной выше доходности мы добавили доходность по дивидендам. Для того чтобы узнать размер дивидендных выплат по годам, мы воспользовались статистикой с сайта smart-lab.ru [7]. В таблице 3 мы рассчитали среднегодовой рост дивидендов за 3 года по представленным акциям, и он составил 5,9% годовых.

Таблица 3 – Расчет среднегодовой дивидендной доходности инвестиционного портфеля за 2017-2019 года

Показатель	Период			Средняя доходность в год, %
	2017 год	2018 год	2019 год	
Алроса				
Дивиденд, руб./акцию	5,24	10,04	6,47	
Див доход, ао, %	7	10,2	7,7	8,3
Полиметалл				
Дивиденд, руб./акцию	26,56		50,84	
Див доход, ао, %	3,8		5,2	4,5
Северсталь				
Дивиденд, руб./акцию	110,05	160,73	115,88	
Див доход, ао, %	12,4	17	12,4	13,9
Новатэк				
Дивиденд, руб./акцию	14,95	26,06	32,33	
Див доход, ао, %	2,2	2,3	2,6	2,4
X5 Retail Group				
Дивиденд, руб./акцию	79,5	92,06	110,47	
Див доход, ао, %	3,7	5,3	5,2	4,7
Globaltrans				
Дивиденд, руб./акцию	44,85	92,4	93,1	
Див доход, ао, %	8,3	14,7	17	13,3
Русал				
Дивиденд, руб./акцию	1,14			
Див доход, ао, %	2,8			2,8
Лукойл				
Дивиденд, руб./акцию	215	250	542	
Див доход, ао, %	6,4	5	8,8	6,7
Московская биржа				
Дивиденд, руб./акцию	7,96	7,7	7,93	
Див доход, ао, %	7,3	9,5	7,4	8,1
АФК Система				
Дивиденд, руб./акцию	0,79	0,11	0,13	
Див доход, ао, %	6,5	1,4	0,9	2,9

Показатель	Период			Средняя доходность в год, %
	2017 год	2018 год	2019 год	
Тинькофф				
Дивиденд, руб./акцию	33,38	70,52	27,55	
Див доход, ао, %	3,1	6,5	2,1	3,9
Озон				
Дивиденд, руб./акцию				
Див доход, ао, %				0
ФСК ЕЭС				
Дивиденд, руб./акцию	0,01592	0,016	0,0183	
Див доход, ао, %	9,8	10,8	9,1	9,9
Ростелеком				
Дивиденд, руб./акцию	5,05	5	5	
Див доход, ао, %	7,9	6,8	6,4	7,0
Русагро				
Дивиденд, руб./акцию	30,11	32,87	33,68	
Див доход, ао, %	5,3	4,1	5,2	4,9
Яндекс				
Дивиденд, руб./акцию	0			
Див доход, ао, %			0	0
Сбербанк				
Дивиденд, руб./акцию	12	16	18,7	
Див доход, ао, %	5,3	8,6	7,3	7,1
				5,9

Источник: составлено автором с использованием материалов с ресурса [7]

Таким образом, мы можем предположить, что темп роста стоимости выбранных акций составит:

$$E(r_p) = 17,9\% + 5,9\% = 23,8\%$$

В связи с этим, чтобы оценить эффект от инвестиционной деятельности через 3 года в денежном выражении при условии наращивания депозита по ставке 23,8 % в год, мы воспользовались формулой будущей стоимости денег по схеме простых процентов:

$$\text{Проценты} = P * n * i, \tag{2}$$

где P – основная сумма;  
 n – число периодов;  
 i – процентная ставка на один период [3].

Подставили в формулу 2 известные величины и получили:

$$\text{Проценты} = 499\,588,7 * 3 * 0,238 = 356\,706,3 \text{ (рублей)}$$

За три года доход по представленному портфелю составит 356 706,3 руб. Таким образом, доходность за весь срок (3 года) составит 68,9%.

Для того чтобы рассчитать уровень риска по портфелю, состоящему из нескольких активов, мы перенесли данные по ожидаемой среднегодовой доходности из таблицы 2 в таблицу 3 и рассчитали среднюю доходность ценных бумаг за три периода (см. таблицу 3) как среднеарифметическое.

Далее мы рассчитали стандартное отклонение (таблица 4) по формуле «СТАНДОТ-КЛОНА», используя возможности программы Microsoft Excel. Полученные данные нам будут необходимы для расчета корреляции и дисперсии, а также ковариации. В конечном итоге, определим процент риска по данному портфелю.

Таблица 4 – Показатели доходности ценных бумаг за период май 2018 - апрель 2021

Эмитент	Среднегодовая доходность, %			Средняя доходность бумаг, %	Стандартное отклонение ЦБ ( $\sigma(i)$ ), %	Удельные веса
	период					
	01.05.2018-01.04.2019	01.05.2019-01.04.2020	01.05.2020-01.04.2021			
Новатэк	43,5	-23,1	45,9	22,1	31,97	0,037
Лукойл	30,7	-5,8	24,8	16,6	16,02	0,036
Алроса	8,6	-35,5	56,8	10,0	37,67	0,037
Полиметал	22,0	97,8	7,5	42,4	39,62	0,036
Московская биржа	-22,4	42,3	38,0	19,3	29,54	0,037
АФК Система	-12,3	61,4	95,0	48,0	44,80	0,037
Сбербанк	5,6	-14,7	40,3	10,4	22,72	0,037
Тинькофф		-8,2	170,6	54,1	90,80	0,037
X5 Retail Group	12,3	17,7	11,8	13,9	2,66	0,037
Ozon.ru			27,9	9,3	13,16	0,036
ФСК ЕЭС	-8,4	13,8	14,7	6,7	10,69	0,072
Ростелеком	13,4	9,9	28,8	17,4	8,21	0,072
Русарго	7,3	-19,6	42,9	10,2	25,60	0,072
Северсталь	6,2	-15,0	56,3	15,8	29,89	0,037
Русал	9,8	18,0	69,2	32,4	26,29	0,036
Globaltrans			10,2	3,4	4,80	0,072
Яндекс	17,9	26,4	70,1	38,1	22,87	0,072
ЧеркизовоБ1Р3	6,75	6,75	6,75	6,75	0,00	0,1
Самолет1Р9	8,81	8,81	8,81	8,81	0,00	0,1

Источник: составлено автором

Так как портфель состоит из 19 ценных бумаг, для наглядности создадим ковариационную и корреляционную матрицу (рисунок 2). Ковариацию  $Cov_{i,j}$  мы рассчитали по формуле:

$$Cov_{i,j} = \sum_{i=1}^N \frac{(r_i - \bar{r}_i) \times (r_j - \bar{r}_j)}{N-1}, \quad (3)$$

где  $Cov_{i,j}$  – ковариация между величинами доходности ценной бумаги  $i$  и ценной бумагой  $j$ ;  
 $r_i$  и  $r_j$  – доходность ценной бумаги  $i$  и  $j$  за  $n$  периодов;  
 $\bar{r}_i, \bar{r}_j$  – ожидаемая (средняя арифметическая) доходность ценных бумаг  $i$  и  $j$ ;  
 $N$  – общее количество лет наблюдения [5].

А корреляцию  $Corr_{i,j}$  по формуле:

$$\sigma_p^2 = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n \theta_i \theta_j Cov_{i,j}, \quad (4)$$

где  $\sigma_p^2$  – риск портфеля;  
 $\theta_i$  – удельный вес  $i$ -го актива в портфеле;  
 $\theta_j$  – удельный вес  $j$ -го актива в портфеле;  
 $Cov_{i,j}$  – ковариация доходности  $i$ -го и  $j$ -го актива, рассчитанная по формуле:

$$Corr_{i,j} = \frac{Cov_{i,j}}{\sigma_i \times \sigma_j}, \quad (5)$$

где  $Corr_{i,j}$  – коэффициент корреляции доходности активов  $i$  и  $j$ ;  
 $\sigma_i$  – стандартное отклонение доходности актива  $i$ ;  
 $\sigma_j$  – стандартное отклонение доходности актива  $j$  [5].

Все расчеты для простоты и удобства мы сделали в Microsoft Excel.

Эмитент	Ковариационная матрица активов																		
	Новатэк	Лукойл	Алроса	Полиметалл	Московская биржа	АФК Система	Сбербанк	Тинькофф	X5 Retail Group	Ozon.ru	ФСК ЕЭС	Ростелеком	Русагро	Северсталь	Русал	Globaltrans	Яндекс	Черкизово БРЗ	Самолет ПР
Новатэк	1022	504	1046	-1257	-498	-260,1	581,1	3084	-85	0	-151,1	174,7	687,3	716,1	347,1	0	285,2	0	0
Лукойл	0,98	257	462	-606,3	-317	-255,1	247,3	1371	-41,5	0	-102,1	68,5	298,9	296,1	102,2	0	79,97	0	0
Алроса	0,87	0,77	1419	-1376	-39,5	556,6	849,1	4125,4	-89,8	0	24,56	293,2	962,9	1102,5	802,3	0	685,2	0	0
Полиметалл	-0,99	-0,9	-0,92	1570	492,1	110,7	-780	-4041	105,3	0	140,3	-244	-912	-975	-540,8	0	-450,9	0	0
Московская биржа	-0,53	-0,7	-0,04	0,42	872,4	1233	59,5	-196,3	37,6	0	314,4	68,9	14,73	148,78	432,5	0	390,2	0	0
АФК Система	-0,18	-0,4	0,33	0,06	0,93	2007	452,1	1501,2	15,1	0	460,9	225,4	437,1	689,5	966,2	0	855	0	0
Сбербанк	0,80	0,68	0,99	-0,87	0,09	0,44	515,9	2460,5	-50,4	0	44,8	182,8	580,1	676,8	523,4	0	449	0	0
Тинькофф	1,06	0,94	1,21	-1,12	-0,07	0,37	1,19	8243,8	-264	0	41,97	-27,9	-92,3	3187,9	2290	0	1954	0	0
X5 Retail Group	-1,00	-0,9	-0,89	1,00	0,48	0,13	-0,83	-1,09	7,09	0	11,14	-15,5	-59,2	-62,51	-32,42	0	-26,85	0	0
Ozon.ru	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0	173	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ФСК ЕЭС	-0,44	-0,6	0,06	0,33	1,00	0,96	0,18	0,04	0,39	0	114,3	32,9	31,68	83,9	178,3	0	159,8	0	0
Ростелеком	0,67	0,52	0,95	-0,75	0,28	0,61	0,98	-0,04	-0,71	0	0,38	67,4	202,6	243,6	205,9	0	177,7	0	0
Русагро	0,84	0,73	1,00	-0,9	0,02	0,38	1,00	-0,04	-0,87	0	0,12	0,96	655,3	756,6	566,1	0	484,4	0	0
Северсталь	0,75	0,62	0,98	-0,82	0,17	0,51	1,00	1,17	-0,79	0	0,26	0,99	0,99	893,4	716,9	0	616,59	0	0
Русал	0,41	0,24	0,81	-0,52	0,56	0,82	0,88	0,96	-0,46	0	0,63	0,95	0,72	0,91	690,9	0	600,9	0	0
Globaltrans	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00	23	0	0	0
Яндекс	0,39	0,22	0,80	-0,50	0,58	0,83	0,86	0,94	-0,32	0	0,65	0,95	0,83	0,90	1,00	0,2	523,04	0	0
Черкизово БРЗ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Самолет ПР	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Средняя корреляция	0,20	0,07	0,33	-0,24	0,29	0,39	0,44	0,18	-0,27	0	0,26	0,55	0,42	0,36	0,25	0,07	0	0	0

Источник: составлено автором

Рисунок 2 – Ковариационная и корреляционная матрица доходности активов

Ковариационная матрица характеризуется тем, что ее диагональные члены являются дисперсиями случайных величин. В нашем случае это позиции «Новатэк» - «Новатэк», «Лукойл» - «Лукойл», «Алроса» - «Алроса» и т. д. Остальные члены представляют собой ковариации доходностей активов. В исходной формуле стоит знак двойной суммы  $\sum\sum$ . Он означает, что, раскрывая формулу, мы должны вначале взять значение  $i = 1$  и умножить на него все значения  $j$  от 1 до  $n$ . Затем повторить данную операцию, но уже для  $i = 2$  и т. д. В итоге мы получим  $n$  слагаемых. Результаты расчетов по нашему портфелю представлены на рисунке 2.

На рисунке 2 в правом верхнем углу белым выделена ковариация доходностей активов, а в левом нижнем углу серым выделена корреляция доходностей.

Коэффициент корреляции по всему портфелю мы рассчитали как среднеарифметическое всех коэффициентов корреляции, и он составил:

$$\text{Corr} = 0,174$$

Положительное значение коэффициента корреляции означает, что анализируемые ценные бумаги изменяются в одном направлении. Чем ближе коэффициент к единице, тем сильнее взаимосвязь. В нашем случае коэффициент ближе к 0, тем самым взаимосвязь есть, но незначительная. Это значит, что при падении котировок одних акций другие будут возрастать. Из рисунка 2 видно, что в портфель включены акции с разным  $\text{Corr}$ , есть  $\text{Corr}$ , равный 1, есть равный 0, также есть и отрицательный. Отрицательный  $\text{Corr}$  говорит об отрицательной линейной зависимости. Например,  $\text{Corr}$  «Новатэк» - «Московская биржа» = -0,53, это означает, что при повышении цены акций «Новатэк» цена на акции Московской биржи будет падать и наоборот. И это верно, так как эти компании принадлежат к разным секторам экономики. А вот  $\text{Corr}$  акций «Московской биржи» - «АФК Система» = 0,93, что близко к 1, это означает, что между этими акциями существует положительная линейная зависимость и котировки этих акций будут двигаться в одном направлении, обе эти компании относятся к финансовому сектору экономики.

Для того чтобы определить уровень риска по данному портфелю ценных бумаг, мы воспользовались формулой (4). Дисперсию по каждому виду активов мы рассчитали при помощи матрицы в Excel.

Так как дисперсия всего портфеля равна сумме всех дисперсий по отдельным ценным бумагам, то расчеты примут вид:

$$\sigma_p^2 = 9,7881728 + 2,92147976 + 15,320504 + (-9,2447) + 4,431173 + 13,03099902 + 8,977253361 + 12,04824 + (-0,1070797) + 0 + 2,4421315 + 3,503915 + 9,390894 + 3,820693619 + 2,453268927 + 0 + 4,067165 + 0 + 0 = 82,844$$

Стандартное отклонение по портфелю (риск) составляет:

$$\sigma_p = \sqrt{82,844} = 9,1\%$$

Риск по портфелю представляет собой средневзвешенный риск входящих в него активов. Таким образом, с увеличением активов в портфеле происходит не уменьшение риска, а его усреднение.

Следовательно, проведя указанные выше расчеты, можно сделать вывод, что по составленному инвестиционному портфелю с ожидаемой доходностью 23,8 % годовых риск будет равен 9,1%.

Для более детального и подробного анализа оценки риска и доходности портфеля мы рассчитали коэффициент Шарпа по формуле (6):

$$\text{Коэффициент Шарпа} = \frac{r_p - r_f}{\sigma_p}, \tag{6}$$

где  $r_p$  – средняя доходность портфеля;

$r_f$  – средняя доходность безрискового актива;

$\sigma_p$  – стандартное отклонение доходности портфеля [4].

Средняя доходность портфеля нами уже рассчитана, и она составляет 23,8% годовых. За среднюю доходность безрискового актива мы взяли минимально допустимую для инвестора доходность, и это размер ключевой ставки ЦБ РФ на момент составления инвестиционного портфеля (апрель 2021) – 4,5%. Подставили известные переменные в формулу 6:

$$\text{Коэффициент Шарпа} = \frac{(23,8 - 4,5)}{9,1} = 2,12$$

Коэффициент Шарпа равен 2,12. Он показывает, насколько портфель обгоняет «гарантированную» доходность. Стандартное отклонение в знаменателе формулы отражает риск портфеля. Чем выше коэффициент, тем более привлекателен портфель. Расчетный показатель получился больше 1, это значит, что уровень риска по отношению к доходности является комфортным.

Коэффициент Сортино рассчитали по формуле 7:

$$\text{Коэффициент Сортино} = \frac{r_p - r_f}{\sigma_d}, \tag{7}$$

где  $\sigma_d$  – стандартное отклонение убытков по портфелю [4].

Средняя доходность портфеля и средняя доходность безрискового актива нам известны. Для расчета среднего отклонения убытков по портфелю мы взяли только значения доходности из таблицы 3 ниже минимально допустимого, то есть в данном случае ниже 4,5%. Для расчета стандартного отклонения убытков ( $\sigma_d$ ) мы воспользовались формулой «СТАНДОТКЛОНА» в Excel и полученные результаты отразили в таблице 5.

Таблица 5 – Стандартное отклонение убытков по портфелю

Эмитент	Удельный вес	Стандартное отклонение убытков ( $\sigma_d$ )
Новатэк	0,037	15,92
Лукойл	0,036	5,97
Алроса	0,037	23,08
Полиметал	0,036	-
Московская биржа	0,037	15,53
АФК Система	0,037	9,69
Сбербанк	0,037	11,10
Тинькофф	0,037	7,35
X5 Retail Group	0,037	-
Ozon.ru	0,036	-
ФСК ЕЭС	0,072	7,46
Ростелеком	0,072	-
Русагро	0,072	13,90
Северсталь	0,037	11,26
Русал	0,036	-
Globaltrans	0,072	-
Яндекс	0,072	-
ЧеркизовоБПЗ	0,1	-
СамолетПР9	0,1	-
Стандартное отклонение убытков по портфелю		5,23

Источник: составлено автором

Среднее стандартное отклонение убытков по портфелю равно:

$$\sigma_d = 0,037 * 15,92 + 0,036 * 5,97 + 0,037 * 23,08 + 0,037 * 15,53 + 0,037 * 9,69 + 0,037 * 11,1 + 0,037 * 7,35 + 0,071 * 7,46 + 0,072 * 13,9 + 0,037 * 11,26 = 5,23$$

Известные переменные подставили в формулу (7):

$$\text{Коэффициент Сортино} = \frac{(23,8-4,5)}{5,23} = 3,69$$

Коэффициент Шарпа равен 2,12, а это ниже полученного значения коэффициента Сортино (3,69). Такое расхождение в результатах получилось из-за сильного положительного отклонения доходности по другим активам (см. таблицу 3). Коэффициент Шарпа показывает в первую очередь волатильность, а коэффициент Сортино действительно показывает уровень дохода на единицу риска.

Коэффициент Трейнора рассчитали по формуле 8:

$$\text{Коэффициента Трейнора} = \frac{r_p - r_f}{\beta_p}, \quad (8)$$

где  $\beta_p$  – коэффициент бета [4].

Для того чтобы мы смогли рассчитать коэффициент Трейнора по полученному портфелю ценных бумаг, необходим коэффициент  $\beta$ . Его мы не рассчитывали, так как этот показатель посчитан на сайте Московской биржи для каждого актива. Для удобства данные  $\beta$  мы занесли в матрицу (см. рис. 3). Если  $\beta$  равен единице, это значит, что акция колеблется вместе с рынком и ее риск эквивалентен общерыночному. Значение  $\beta$  больше единицы говорит о повышенном риске, меньше единицы – о пониженном.

Например, в нашем случае, если  $\beta$  коэффициент «Сбербанк» / «Новатэк» равен  $\approx 0,57$ , это значит, что при росте цены акций «Сбербанка» на 1% цена акций «Новатэк» вырастет на 0,57%. И наоборот, если цена одной акции снизится на 1%, то цена на другую акцию снизится на 0,57%.

Эмитент	Новатэк	Лукойл	Алроса	Полиметал	Московская биржа	АФК Система	Сбербанк	Тинькофф	X5 Retail Group	Ozon.ru	ФСК ЕЭС	Ростелеком	Русгазро	Северсталь	Русал	Globaltrans	Яндекс	Черкизов	Самолет1Р9
Новатэк	1,00	0,612532	0,614887	0,304551	-0,00497	0,46433	0,568216	0,129419	0,014497	0,030647	0,412923	0,058456031	-0,024552463	0,093562	0,239849	0,128305	0,218124	-0,00613	0,022585655
Лукойл		1,00	0,329606	0,107611	0,026306	0,366127	0,31602	0,298991	0,106996	-0,05733	0,644363	0,051952333	-0,027033849	0,164747	0,237837	0,060685	0,053488	0,036858	0,035170101
Алроса			1,00	-0,13554	0,043756	-0,07329	0,470063	0,006921	0,16242	0,003434	0,525353	-0,10308414	0,019948765	0,020177	0,275436	0,241394	0,055288	-0,00478	0,120576027
Полиметал				1,00	0,212464	0,192758	0,263672	0,126144	0,256551	0,163325	-0,04563	0,136294649	0,096824716	-0,03589	0,577182	-0,12736	0,441198	-0,00574	0,100458932
Московская биржа					1,00	0,139833	0,282892	-0,33014	0,108263	0,883577	0,085615	0,2400853	-0,038896404	0,323238	0,543356	0,017541	0,287542	0,034442	0,141846012
АФК Система						1,00	0,334579	1,431659	0,185725	1,411197	-0,03982	0,423169837	-0,077534969	0,596334	0,655408	-0,12359	0,647991	0,013975	0,024658514
Сбербанк							1,00	0,11471	-0,04539	0,152463	0,582006	0,396231496	0,255398581	0,245455	0,903673	-0,0641	0,549119	0,038881	0,065232589
Тинькофф								1,00	0,309403	0,312715	1,130697	0,878540703	0,00445033	0,905263	0,175005	-0,04642	0,153669	-0,00705	0,003844365
X5 Retail Group									1,00	0,642199	0,662747	-0,0109526	0,016849921	0,324254	0,634632	-0,00654	0,21993	0,071618	0,062667871
Ozon.ru										1	1,070902	0,135466545	0,012650383	0,948334	0,38166	0,026139	0,359347	0,006596	0,009831386
ФСК ЕЭС											1,00	-0,22632328	0,298919004	0,281331	1,342416	0,253402	0,656551	0,045217	0,00643052
Ростелеком												1,00	-0,11710861	0,140015	0,405061	-0,00259	0,60001	-0,01567	-0,096674613
Русгазро													1,00	-0,02479	0,883577	0,163325	-0,06009	0,034442	0,024658514
Северсталь														1,00	0,741917	-0,00817	0,525529	0,07335	0,0400056
Русал															1,00	-0,10308	0,441198	-0,03982	0,071618475
Globaltrans																1	0,175005	0,164747	-0,060085623
Яндекс																	1,00	0,015929	0,088081607
ЧеркизовБ1Р3																		1	-0,0061294
Самолет1Р9																			1
Среднее значение	1,0000	0,8063	0,6482	0,3192	0,2555	0,3483	0,4622	0,3472	0,2332	0,4542	0,5481	0,2483	0,1092	0,3559	0,5998	0,0881	0,3720	0,0809	0,0871
Удельный вес	0,037	0,036	0,037	0,036	0,037	0,037	0,037	0,037	0,037	0,036	0,072	0,072	0,072	0,037	0,036	0,072	0,072	0,1	0,1
Коэффициент β всего портфеля		0,328659																	

Источник: составлено автором

Рисунок 3 – Расчет коэффициента β для инвестиционного портфеля

Редко, но встречается отрицательное значение β, которое означает, что в рассматриваемый промежуток времени между ценами на акции наблюдалась обратная зависимость: когда цена на одну акцию росла, а цена на другую акцию снижалась и наоборот. Например, в нашем случае это пара акций «Московская биржа» / «Новатэк», «АФК Система» / «Алроса» и т. д.

Таким образом,

$$\text{Коэффициент Трейнора} = \frac{(23,8 - 4,5)}{0,328659} = 0,59.$$

При положительных значениях коэффициента Трейнора у нас он получился 0,59, это означает, что портфель показывает себя лучше рынка и вложения в него считаются привлекательными.

Полученные результаты по коэффициентам мы занесли в сравнительную таблицу 5. Оценить привлекательность составленного нами портфеля ценных бумаг можно, сравнив полученные нами расчетные данные с данными индекса Московской биржи полной доходности. Показатели по индексу взяты с сайта Московской биржи. Сравнительный анализ коэффициентов показывает, что по сравнению с российским рынком акций в целом сформированный нами инвестиционный портфель привлекателен для инвестирования. Общий уровень риска ниже на 1,5%, а доходность выше на 5,6%, Коэффициент Шарпа и коэффициент Сортино также больше на 1,68 и на 2,86 соответственно. Предпочтение в выборе необходимо отдавать тем активам, чьи данные коэффициенты выше.

Таблица 5 – Сравнение доходности риска инвестиционного портфеля и Индекса Московской биржи полной доходности, %

Коэффициент	Индекс Мосбиржи полной доходности	Портфель	Отклонение
Стандартное отклонение ( $\sigma_d$ )	10,6	9,1	-1,5
Доходность средняя	18,2	23,8	5,6
Коэффициент Шарпа	0,44	2,12	1,68
Коэффициент β	-	0,33	-
Стандартное отклонение убытков по портфелю	-	5,23	-
Коэффициент Сортино	0,83	3,69	2,86
Коэффициент Трейнора	-	0,59	-

Источник: составлено автором с использованием материалов [5]

В результате исследования нами был составлен инвестиционный портфель с ожидаемой доходностью 23,8% годовых, что соответствует общему уровню риска – 9,1%, коэффициент Шарпа равен 2,12, коэффициент Сортино равен 3,69. Сравнительный анализ полученных данных и индекса полной доходности Мосбиржи показал, что составленный портфель выигрывает по доходности на 5,6% с меньшим риском, а также коэффициенты Шарпа и Сортино выглядят более привлекательным, чем у индекса. Из вышеописанного можно сделать вывод, что сформированный инвестиционный портфель для частного инвестора более доходный и обгоняющий индекс полной доходности. Что соответствует поставленной цели и уровню риска.

#### Заключение

В итоге хотелось бы подчеркнуть, что эффективность и доходность инвестиционного портфеля в важной степени зависят от доходности отдельных активов и риск по портфелю представляет собой средневзвешенный риск входящих в него активов. Таким образом, с увеличением активов в портфеле происходит не уменьшение риска, а его усреднение, что можно достичь грамотной диверсификацией портфеля. Стоит помнить, что излишняя диверсификация приводит не к уменьшению риска и повышению доходности, а наоборот. Оптимальное число активов в портфеле до 20.

Не существует универсального инвестиционного портфеля, подходящего всем инвесторам, для каждого индивидуального инвестора необходимо составлять подходящий только ему портфель, соответствующий его целям, задачам и уровню риска.

Данная информация не является индивидуальной инвестиционной рекомендацией.

#### Список источников:

1. Батракина Т.Н., Структура личного инвестиционного портфеля // Актуальные проблемы экономики : Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, Чита, 12 марта 2021 года / Отв. редактор В.Н. Гонин. – Чита: Забайкальский государственный университет, 2021. – С. 29-35.
2. Борщ Л.М., Шинкаренко А. Применение институциональных инструментов при формировании инвестиционного портфеля ценных бумаг // Таврический научный обозреватель. – 2016. – №9 (14). – С. 50-57.
3. Петров А.М., Антонова О.В. Дисконтирование денежных потоков как прием финансового анализа // Kant. – 2016. – №2 (19). – С. 93-97.
4. Тенсин П. Как выбрать портфель по соотношению доходности и риска. – URL: <https://bcs-express.ru/novosti-i-analitika/kak-vybrat-portfel-po-sootnosheniiu-dokhodnosti-i-risk> (дата обращения: 04.04.2021).
5. Уксуменко А.А., Быковская Н.В., Анализ доходности и риска инвестиционного портфеля физических лиц // Карельский научный журнал. – 2017. – Т. 6. – №4 (21). – С. 149-152.
6. Официальный сайт Московской биржи. – URL: [www.moex.com](http://www.moex.com) (дата обращения: 04.04.2021).
7. Сообщество инвесторов и трейдеров. – URL: [www.smart-lab.ru](http://www.smart-lab.ru) (дата обращения: 10.04.2021).
8. Тинькофф Инвестиции составили «Портрет российского инвестора — 2020». – URL: <https://www.tinkoff.ru/invest/news/553208/> (дата обращения: 10.04.2021).
9. Финансовый портал – URL: [www.mfd.ru](http://www.mfd.ru) (дата обращения: 10.04.2021).

*Статья поступила 01.10.2021 г.*

## ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

1. Редакция журнала «Экономическая среда» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Материалы для публикации рекомендуется отправлять по адресу: [economicreda@mail.ru](mailto:economicreda@mail.ru). Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, принятых к публикации.

2. Редакция принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики. Материалы по другим отраслям знаний к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь две рецензии специалистов соответствующего научного профиля (доктора или кандидата наук). Кроме того, для публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Редакция направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление (научную дисциплину); член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних пяти лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционной коллегии рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство науки и высшего образования Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, возвращенная автором в редакцию после устранения замечаний, направляется для повторного рецензирования тому же члену редакционной коллегии, который осуществлял первичное рецензирование данной статьи.

## ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Статья должна носить аналитический, а не описательный характер, автор должен четко сформулировать круг рассматриваемых вопросов (проблем), их актуальность, цели исследования и результаты (выводы, рекомендации). Позиция автора должна быть аргументирована и логически выдержана.

2. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10 000-40 000 знаков).

3. Обязательным элементом является список литературы. Он приводится в конце руко-

писи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

4. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления» (в квадратных скобках указывается номер источника в списке литературы).

5. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

6. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправомерного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Экономическая среда» ([http://orelgiet.ru/public/economicheskaya\\_sreda](http://orelgiet.ru/public/economicheskaya_sreda)), Научной электронной библиотеки ([www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

7. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с данными требованиями.

### **МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Редакция не гарантирует каких-либо сроков опубликования статей, получивших положительную рецензию. В среднем между прохождением статьи через технический контроль и публикацией при положительном решении редколлегии проходит 1-3 месяцев.

При публикации материалов приоритет отдается подписчикам журнала.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ  
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
УПРАВЛЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
И ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ  
ФГБОУ ВО «ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ»**

приглашают научных и научно-педагогических работников общего и профессионального образования принять участие в научно-практической конференции:



**«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА БЕЗ ГРАНИЦ:  
АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ  
И ПРИКЛАДНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ»**

**Цели и задачи конференции:**

- публичное обсуждение результатов экспериментальной или теоретической деятельности, направленной на получение новых знаний об основных закономерностях строения, функционирования и развития человека, общества, окружающей среды;
- развитие и популяризация новейших достижений науки и техники;
- обмен актуальной научно-технической информацией, укрепление деловых контактов между российскими и зарубежными учеными, специалистами и руководителями предприятий различных отраслей экономики.

**Место проведения:**

302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, 12.

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

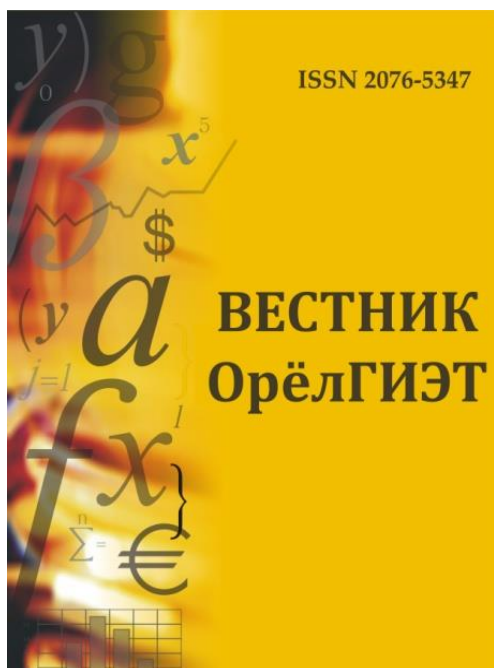
Сайт: [www.orelgiet.ru](http://www.orelgiet.ru)

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

Дополнительную информацию можно получить по телефону:

+7 (486)225-50-43 (Сотникова Елена Анатольевна)

Материалы конференции будут опубликованы в сборниках серии «Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования» (ISSN 2500-249X), электронная версия которых размещается в открытом доступе на сайте университета, а также индексируется в базе данных РИНЦ ([eLIBRARY.RU](http://eLIBRARY.RU)).



Журнал «Вестник ОрёлГИЭТ» печатается с 2007 г. и является регулярным научным изданием, выпускаемым с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации. Периодичность издания – 1 раз в квартал.

В журнале публикуются результаты исследований по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания.

«Вестник ОрёлГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, кото-

рые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

**Свидетельство о регистрации:** ПИ № ФС 77-67656 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):** ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли».

**Журнал входит в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук» (Перечень ВАК).**

**Журнал включен в Российский индекс научного цитирования ([РИНЦ](#)).**

Подписка на журнал осуществляется во всех отделениях связи по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс [E36888](#)).

Перед публикацией все присланные материалы подлежат обязательному рецензированию. Копии рецензии или мотивированного отказа направляются авторам (без указания сведений о рецензенте). Рецензии хранятся в редакции журнала в течение 5 лет и могут быть предоставлены в Министерство образования и науки Российской Федерации при поступлении в редакцию соответствующего запроса.

Адрес редакции: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12, каб.309

Телефон: (4862) 255-037; (910)300-77-56

E-mail: [rio-ogiet@mail.ru](mailto:rio-ogiet@mail.ru)

Сайт: [http://orelgiet.ru/public/redakcionno\\_izdatelskiy\\_otdel](http://orelgiet.ru/public/redakcionno_izdatelskiy_otdel)

QUARTERLY THEORETICAL AND PRACTICAL JOURNAL

# ECONOMIC ENVIRONMENT

## № 3 (37) 2021

Quarterly scientific and practical journal has been published since 2012

Postal subscription is carried out at all Postal Telegraph Offices according to the union catalog «Pressa Rossiji» («Russian Press») code E29460

The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology, and Mass Media (Roskomnadzor).

**Registration License:**

ПИ № ФС 77-67657 from 10.10.2016.

**Founder (Publisher):**

Orel State University of Economics and Trade  
12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation

The journal publishes the results of scientific research on economic theory, management of national economy, accounting, statistics, commodity study and technology of public catering. The journal is addressed to researchers, lecturers, post-graduate students and students who are interested in the newest results of fundamental and applied researches in different scientific branches.

Before publication all the materials are necessarily reviewed. Copies of the review or motivated refusal are sent to the authors (without any information about the reviewer). The reviews are placed in custody in the Editorial Office for 5 years and may be put at the disposal of the Ministry of science and higher education on demand.

**When reprinting materials, a reference to the publication is required**

Editorial Office of «Economic environment»:

12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028,

Russian Federation

Telephone: +7 (4862) 255037;

e-mail: economicsreda@mail.ru

<https://orelgiet.ru/sveden/ekonomicheskaya-sreda>

© OreISUET, 2021

Passed for printing 17.12.2021.

Date of publication 24.12.2021.

Order № 39. Format 60x84 $\frac{1}{8}$

Volume 7,5 printed sheets.

Circulation 1000 cop.

Free price.

Printed at the poligraphic base of OreISUET  
12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation

**Editor-in-Chief:**

**Parushina N.V.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Orel State University of Economics and Trade

**Editorial board:**

**Agarkova L.V.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Stavropol State Agrarian University

**Bogataya I.N.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Rostov State University of Economics

**Vorobyova E.I.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

**Glotko A.V.** Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
Gorno-Altai State University

**Zenkina I.V.** Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
Financial University under the Government of the Russian Federation

**Karlina E.P.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Astrakhan State Technical University

**Kuznetsova A.R.** Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
Institute of strategic studies of the Republic of Bashkortostan

**Lazarenko A.L.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Orel State University of Economics and Trade

**Lochan S.A.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Plekhanov Russian University of Economics

**Lytneva N.A.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Orel State University of Economics and Trade

**Nizhegorodtsev R.M.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
V.A. Trapeznikov Institute of Control Sciences of Russian Academy of Sciences

**Plaskova N.S.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Plekhanov Russian University of Economics

**Pronyaeva L.I.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

**Rudakova O.V.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Central Russian Institute of Management, Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

**Simchenko N.A.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

**Sirotkina N.V.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Voronezh State Technical University

**Tsohla S.Yu.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University

**Cheglakova S.G.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Ryazan State Radio Engineering University

**Chekulina T.A.** Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
Orel State University of Economics and Trade

**Shmanev S.V.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Financial University under the Government of the Russian Federation

**Yurzinova I.L.** Doctor of Economic Sciences, Professor  
Financial University under the Government of the Russian Federation

**Managing editor:**

**Zhuchkov A.A.** Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor  
Orel State University of Economics and Trade

**Copy Editor:**

**Zaitseva N.N.** Senior Lecturer  
Orel State University of Economics and Trade

**Translation:**

**Lepeshkina G.G.** Senior Lecturer  
Orel State University of Economics and Trade

## AUTHORS GUIDELINES

Editorial board reviews, carries out necessary scientific and stylistic editing of all the materials published in the journal by all means. Reviewing and editing of manuscripts (scientific, stylistic, technical) is carried out by the editorial council according to requirements of Higher Attestation Commission of Russian Federation to scientific literature publication. The editorial board has the right to decline the work out of line with the requirements to the publication. Editorial is not obliged to explain the authors nontechnical reasons for articles rejection. Highly skilled experts co-operate with the journal and their opinion is defining.

Editorial board does not guarantee any publication terms of articles having positive review. On the average, it takes 1-3 month to pass through the technical control and to get positive decision of the editorial board.

The Orel State University of Economy and Trade and editorial board of « Economic environment» invites lecturers, practical workers, post-graduate students and students to cooperate. The journal subscribers will have priority at publication.

### THE REVIEWING PROCEDURE OF SCIENTIFIC ARTICLES

1. Editorial Board of «Economic environment» reviews only the materials sent by e-mail. Materials for publication should be sent to: economicsreda@mail.ru. The articles are reviewed, and all necessary scientific and stylistic editing of the materials published in magazines OrelSUET is done by the Editorial Board according to the requirements of High Attestation Commission of Russian Federation

2. Materials and articles should correspond scientific views, results and achievements of fundamental and theoretical-applied researches in the sphere of economic science. Materials out of line with the themes of the subject areas are not considered.

3. Each article must have a review of a specialist (Doctor of Science, Professor). The articles of post-graduate students and applicants for scientific degree must also have a recommendation for publication written by the scientific supervisor.

4. The Chief Editor sends the article to the member of the Editorial Board in charge of the topic. If the member in charge is absent or is the author of the article, the material is sent to external reviewers.

5. The external reviewers can be well-known specialists in the sphere who have had published articles for the last 5 years in the reviewed journals. They should have the same or higher scientific degree.

6. The reviewer must send a review or motivated refusal within 2 weeks since the date of getting the material by post of Russian Federation or email.

7. All the articles having a review of Editorial Board are discussed at the regular meeting and a decision on publication is made. The author is sent a letter concerning the decision (by post or e-mail).

8. The reviews are placed in custody in the Editorial Office for 5 years and its copies may be put at the disposal of the Ministry of Science and higher Education on demand. Editorial Staff puts corresponding reviews of the articles at the disposal of authors and Councils of Experts of High Attestation Commission on demand without the name of the reviewer.

9. The article submitted to the Editor for the second time after correction is reviewed again.

10. External reviewing is possible if:

- The member of the Editorial Board in charge of the topic is absent;
- The member is not able to make a review;
- The Editorial Board does not agree with the opinion of the member of the Board;
- The member of the Board is the author of the article.

There should be a decision of the meeting of the Editorial Board to ask a scientist in the corresponding field of science to review the material. He is sent a letter with the request for reviewing, the article and recommended review form.

#### General Review of the Article

The review should highlight the following issues:

- Urgency and correspondence to the themes of the journal;
- Scientific level and novelty of the results submitted for publication and their practical importance;
- Advantages and disadvantages of the content and style;
- Concrete recommendations to improve the article;
- Possibility/impossibility of publication of the reviewed article in the journal.

# TABLE OF CONTENTS

## REGIONAL AND SECTORAL ECONOMY

**Ilukhina N.A.**

Results of participation of Orel region universities in the development programs of Russian economy and social sphere 4

**Semenov I.A.**

TCO model for seasonal procurement of raw materials in food industry 12

## MANAGEMENT AND MARKETING

**Antineskul E.A., Yuzhakova A.S.**

Integrated marketing communications of wooden toy manufacturer: trends and prospects 17

**Antineskul E.A., Remneva M.A.**

Analysis, trends and development prospects of food delivery services 26

## FINANCE

**Rykova I.A., Uvarova E.E.**

Analysis of the market of banking products and services on the example of PJSC "BANK URALSIB" 33

**Spiridonova A.V., Rykova I.A.**

Securities portfolio formation for a private investor 40

**AUTHORS GUIDELINES** 53