



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



№6(72)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2023



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам LXXII международной
научно-практической конференции*

№ 6 (72)
Июль 2023 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2023

УДК 33
ББК 65
НЗ4

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Илларионова Елена Александровна – канд.экон.наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО «Воронежский экономико-правовой институт», Россия, г. Старый Оскол;

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Россия, г. Екатеринбург.

НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам LXXII междунар. науч.-практ. конф. – № 6(72). – М.: Изд. «МЦНО», 2023. – 32 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2023

Оглавление

1. Менеджмент	4
АККРЕДИТАЦИЯ JCI КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ И ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ Хаджиева Айман Бериккалиевна	4
2. Экономика предпринимательства	9
ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДА НА РОССИЙСКОМ И КАЗАХСТАНСКОМ FASHION-РЫНКЕ Ружина Екатерина Ивановна	9
АНАЛИЗ ОТРАСЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЛЕГКОВЫМИ АВТОМОБИЛЯМИ И СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РФ Рахматуллина Дина Ринатовна	18
3. Экономическая теория	27
РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ВЛИЯНИЕ НЕТРАДИЦИОННЫХ МЕР МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ Носов Дмитрий Романович	27

1. МЕНЕДЖМЕНТ

АККРЕДИТАЦИЯ JCI КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ И ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ

Хаджиева Айман Бериккалиевна

*докторант «ДВА в здравоохранении»,
Казахский национальный университет им. Аль-Фараби,
Республика Казахстан, г. Алматы*

JCI ACCREDITATION AS A TOOL FOR ASSESSING AND IMPROVING THE QUALITY OF MEDICAL CARE

Aiman Khajiyeva

*Doctoral student «DBA in health care»
Al-Farabi KazNU,
Republic of Kazakhstan, Almaty*

Аннотация. Аккредитация JCI – это инструмент систематической оценки, повышения качества медицинской помощи согласно определенным стандартам. Аккредитация – это добровольная программа, при которой наличие сертификата гарантирует предоставление высококачественной медицинской помощи, совершенный менеджмент, привлечение пациентов и экспорт медицинских услуг. В статье рассматривается вопрос аккредитации медицинских организаций, который расширяет границы лидерства, стратегического развития и выступает одной из важных внешних мер оценки качества.

Abstract. JCI accreditation is a tool for systematic evaluation, improvement of quality of medical care according to certain standards. Accreditation is a voluntary programme in which the certificate guarantees the provision of high quality medical care, perfect management, attraction of patients and export of medical services. The article deals with the issue of accreditation of medical organisations, which expands the boundaries of leadership and acts as one of the important external quality assessment measures.

Ключевые слова: программа аккредитации JCI; стандарты качества; медицинские организации; качество медицинских услуг; медицинская деятельность; международные подходы.

Keywords: JCI accreditation program; quality standards; medical organizations; quality of medical services; medical activity; international approaches.

Стандарты совершенствования услуг, принятые в мире базируются на опыте обеспечения качества путем внедрения международных систем и стандартов: JCI, ISO 9001, IWA1, ISO 15189, ISO 14000, OHSAS 18001. Рассмотрим JCI.

Объединенная международная комиссия (Joint Commission International – JCI), созданная в 1994 году в США, разрабатывает стандарты качества оказания медицинской помощи, предоставляет услуги по обучению, аккредитации и сертификации JCI. Аккредитация JCI считается «золотым стандартом качества» в здравоохранении мира, а стандарты направлены на безопасность пациентов и учитывают следующие принципы безопасности: идентификация пациента, эффективные коммуникации, безопасность обращения с медикаментами высокого риска, верификация и тайм-аут, гигиена рук, профилактика падений [1]. Стандарты JCI – это специализированные стандарты качества медицинской деятельности, устанавливающие единые требования к процессам в медицинских организациях. Стандарты аккредитации JCI включают в себя следующие: стандарты для стационаров и поликлиник, стандарт для оказания медицинской помощи на дому, оказания первичной медицинской помощи, стандарт для медицинских лабораторий, стандарт для услуг по транспортировке пациентов, долгосрочная медицинская помощь и прочие. Аккредитация JCI действительна в течение 3 лет, по истечении которых необходимо подтверждение высокого качества медицинской деятельности и медицинской помощи на соответствие внедренным стандартам, правилам, политикам и операционным процедурам.

Аккредитация JCI позволяет оценить эффективность работы медицинской организации и обеспечить ее деятельность соответствию международным стандартам качества и безопасности при оказании медицинской помощи пациентам. Многие исследования эффективности аккредитации ограничены, но аккредитация по стандартам JCI является эффективной для повышения качества обслуживания и безопасности, отвечает за соблюдение стандартов в области здравоохранения. Соответствующие медицинские организации получают данную аккредитацию. JCI требует улучшения качества в целях безопасности пациентов, но требования могут увеличиваться, снижая эффективность.

Авторы Абдулла Алхенизан, Чарльз Шоуб (Abdullah Alkhenizan, Charles Shawb) выявили 26 исследований, согласно которым было оценено влияние аккредитации, где общие программы значительно улучшают клинические результаты и качество медицинской помощи [2].

В условиях глобализации, турбулентности всех процессов в мире, ускоряющихся изменений и новых кризисов в системе здравоохранения, достижение высочайших стандартов качества и безопасности остаются главными приоритетами, и лучшие практики должны быть в основе совершенствования отечественного здравоохранения, в части управления качеством медицинской помощи. Более чем в 100 странах мира Объединенная международная комиссия, как мировой аккредитатор, охватывающий весь спектр медицинских услуг и лидер в области качества медицинской помощи и безопасности пациентов, сотрудничает с больницами, клиниками, академическими медицинскими центрами, чтобы продвигать для внедрения строгие стандарты лечения и предлагать решения для достижения максимальной эффективности. Уникальная методология отслеживания, анализирует как больница оказывает помощь пациенту, снижая риски до того, когда они станут дорогостоящими проблемами.

В Казахстане на сегодняшний день аккредитованы 9 больниц и они получили золотую печать одобрения, как организации, аккредитованные JCI из более, чем 1000 организаций здравоохранения по всему миру [3]. И это следующие аккредитованные JCI медицинские организации: 1) Корпоративный фонд университетский медицинский центр, г. Астана. Больничная программа от 25 февраля 2012 года; 2) АО «Национальный центр нейрохирургии», г. Астана. Больничная программа от 23 марта 2013 года; 3) НАО «Национальный детский реабилитационный центр», г. Астана. Программа долгосрочного ухода от 24 мая 2014 года; 4) НАО «Национальный научный кардиохирургический центр», г. Астана. Больничная программа от 24 октября 2014 года; 5) АО «Центральная клиническая больница», г. Алматы. Больничная программа от 21 ноября 2015 года; 6) РГП на ПХВ «Больница Медицинского центра Управления делами Президента Республики Казахстан», г. Астана. Больничная программа от 09 апреля 2016 года; 7) Международный онкологический центр «Умит» Товарищества с ограниченной ответственностью «Гомотерапия», г. Астана. Больничная программа о 25 июня 2021 года; 8) АО «Научно-исследовательский институт кардиологии и внутренних болезней», г. Алматы. Больничная программа от 28 августа 2021 года; 9) ТОО Научно-клинический центр кардиохирургии и трансплантологии, г. Тараз. Больничная программа от 28 января 2023 года.

Наличие золотой печати аккредитации JCI доказывает всей мировой элите, что данные казахстанские организации здравоохранения в совершенстве оказывают полный спектр медицинских услуг, что позволяет им: уменьшать изменчивость и сводить к минимуму риски для безопасности пациентов; улучшать клинические и операционные расходы, повышать квалификацию медицинского персонала и знание передовых практик; обеспечивать дифференциацию в конкурентной среде здравоохранения и улучшать возможности по привлечению пациентов; укреплять доверие сообщества, заявляя о вложенных усилиях в предоставлении услуг самого высокого качества; привлекать защищать и удерживать лучших специалистов, приверженных обеспечению качественного ухода и безопасности пациентов. Сертификат JCI подтверждает соответствие медицинской деятельности больниц требованиям стандартов качества и безопасности, что выступает одним из важных условий допуска на конкурентный рынок в стране-экспортере медицинских услуг [4] и открывают возможности для сотрудничества, обмена опытом с клиниками любой страны мира [5].

Однако, несмотря на популярность стандартов JCI, их эффективность в улучшении качества медицинских услуг остается спорной [6, 7], и это связано с противоречивыми данными о влиянии аккредитации на услуги здравоохранения, результаты лечения и организационную культуру [8], а также достаточно трудно измерить результаты такого динамичного вмешательства.

Процессы и стандарты, входящие в основу аккредитации, должны быть разработаны на базе учета потребностей и ожиданий каждой страны, а также влияние окажут типы систем здравоохранения, уровень обслуживания, национальные правила, политические, социальные, культурные и религиозные требования.

Таким образом, глобальная заинтересованность многих лиц в повышении качества оказания медицинской помощи позволяет использовать стандартизированные процессы для оценки деятельности медицинских организаций. Согласно исследованиям, хотя аккредитация JCI и является одним из популярных инструментов комплексной оценки и управления качеством и позволяет достичь положительных эффектов, но иногда они неустойчивы, особенно за трехлетний период. Аккредитация JCI позволит обеспечить основу для интеграции всех сильных сторон медицинской организации в рамках ее стратегического развития.

Список литературы:

1. International Accreditation Joint Commission International. – 7th Edition, 2021. – 424 p.

2. Impact of Accreditation on the Quality of Healthcare Services: a Systematic Review of the Literature // *Annals of Saudi Medicine*. – 2011. – Vol. 31(4) July-August. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.saudiannals.net <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21808119/> (дата обращения: 10.07.2023).
3. Список действующих организаций, аккредитованных JCI. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending&numberofResults=25&f:@aocountry=\[Kazakhstan](https://www.jointcommissioninternational.org/who-we-are/accredited-organizations/#sort=%40aoname%20ascending&numberofResults=25&f:@aocountry=[Kazakhstan) (дата обращения: 11.07.2023).
4. Грин С.И., Крюкова К.К., Иванов И.В., Матыцин Н.О., Щесюль А.Г., Берсенева Е. А. Экспорт медицинских услуг как драйвер формирования национальной системы управления качеством и безопасностью медицинской деятельности // *Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины*. – 2020. – № 28(3). DOI: <http://dx.doi.org/10.32687/0869-866X-2020-28-3-459-463>
5. Касьянова А.Д., Князюк Н.Ф. Роль международных стандартов качества в деятельности медицинских организаций как основа безопасной среды для пациента // *Бизнес-образование в экономике знаний*. – 2020 – №3.
6. Greenfield D, Braithwaite J. Developing the evidence base for accreditation of healthcare organizations: a call for transparency and innovation // *Qual Saf Health Care*. – 2009. – Vol. 18 (3). – Pp. 162–163. doi:10.1136/qshc.2009.032359
7. Deema Al Shawan. The Effectiveness of the Joint Commission International Accreditation in Improving Quality at King Fahd University Hospital, Saudi Arabia: A Mixed Methods // *Approach Journal of Healthcare Leadership*. – 2021. – Vol. 13. – Pp. 47–61. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dovepress.com/> (дата обращения: 13.07.2023).
8. Brubakk K, Vist GE, Bukholm G, Barach P, Tjomsland O. A systematic review of hospital accreditation: the challenges of measuring complex intervention effects // *BMC Health Services Research*. – 2015. – Vol. 15. – P. 280. doi: 10.1186/s12913-015-0933-x

2. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ БРЕНДА НА РОССИЙСКОМ И КАЗАХСТАНСКОМ FASHION-РЫНКЕ

Ружина Екатерина Ивановна

бакалавр,

Санкт-Петербургский Политехнический университет

Петра Великого,

РФ, Санкт-Петербург

FACTORS OF BRAND DEVELOPMENT IN RUSSIAN AND KAZAKHSTANI FASHION MARKETS

Ekaterina Ruzhina

Bachelor,

St. Petersburg Polytechnic University

Of Peter the Great,

Russia, St. Petersburg

Аннотация. Рынок fashion-индустрии претерпел значительные изменения в последнее время как в мире, так и в России. Исследование направлено на анализ компании «12 STOREEZ» с целью повышения ее конкурентоспособности на рынке Казахстана.

Abstract. The fashion industry market has undergone significant changes in recent years both in the world and in Russia. The study is aimed at analyzing the company «12 STOREEZ» in order to increase its competitiveness in the market of Kazakhstan.

Ключевые слова: рынок fashion-индустрии; розничная торговля; внешнеторговая компания.

Keywords: fashion-industry market; retail trade; foreign trade company.

Россия сильно зависит от импорта. На данный момент ситуация стабилизируется, хотя также несомненное влияние оказали пандемия и антиросийские санкции. Объем рынка fashion-retail в 1 полугодии 2022 года составил 1,6 млрд руб.

Основными проблемами, с которыми сталкиваются отечественные предприятия являются: отсутствие в стране качественного сырья (ткани, материалы и фурнитура) и оборудования, а также довольно высокий уровень кредитозависимости отрасли в целом [1, 2, 3].

Fashion-ритейл – один из самых динамичных сегментов онлайн-торговли в России. Стабильно с 2016 года объем fashion-рынка увеличивался хотя бы на 30 % в год. По сравнению с 2020 годом рост составил 37,9 %, было продано товаров на 648,7 млрд рублей, что на 178,3 млрд больше объемов предыдущего года.

Несмотря на все большую регионоориентированность, 42,1% покупателей одежды, обуви и аксессуаров через Интернет живут именно в двух столицах и их областях. По данным «РБК Исследований рынков», помимо числа покупателей (2020 год – 32 775, 2021 год – 36 253), за 2021 год увеличились частота покупок (на 14%) и средний чек (на 9%), так как россияне постепенно возвращались к допандемийным потребительским привычкам [5].

Кроме того, в качестве актуальных трендов аналитики отмечают:

- уход с рынка ведущих иностранных компаний. По данным FCG, с весны 2022 года о прекращении своей деятельности в России заявили более 70 брендов;

- рост интереса к российским товарам. Представители «Яндекса» отмечают двукратный рост числа витальных запросов с названиями отечественных марок и производителей;

- сохранение покупательской активности весной и летом в условиях резкого роста цен и снижения доходов населения. По данным опросов, проведенных в рамках маркетингового исследования рынка одежды осенью 2022 года, за последние 3 месяца в той или иной степени свой гардероб обновили более 85% респондентов;

- смещение спроса в сторону более дешевых товаров [6].

Таким образом, fashion-рынок в России опять набирает обороты. Всё больше развивается электронная коммерция. Покупатели стали тщательнее подходить к покупкам, совершать более осознанный выбор. Покупательская активность сохранилась, но произошел смещение спроса в сторону более дешевых товаров. По прогнозу «Национальной технологической инициативы» есть вероятность того, что доля российского производства одежды может в ближайшие 8 лет достичь 50%. Главными проблемами являются: отставание в технологиях и оборудовании, налаживание собственного производства, маркетинговое продвижение и отсутствие сырья [5, 6].

За 2022 год в Казахстане по сравнению с прошлым годом более чем на 50% выросла ёмкость внутреннего рынка потребления одежды, текстиля и обуви до 1,5 трлн тг [7].

В течение многих лет лидирующие позиции среди поставщиков одежды, текстиля и обуви занимают зарубежные компании. К ноябрю 2022 года доля импорта в секторе составляла 92 %.

По информации отечественных статистиков, за январь–ноябрь прошлого года в Казахстан импортирована одежда на 1,5 млрд долларов. Это на 89,8 % больше, чем за аналогичный период 2021 года. Поставки одежды из-за рубежа растут из года в год. Исключение составляет локдаун 2020-го, когда нарушились все логистические цепочки. Тогда прирост был, но составлял он всего 0,9 %.

Именно в пандемию произошло перераспределение ролей главных поставщиков импортной одежды в Казахстан. Китай оттеснил Россию и стал безусловным лидером по объёмам поставок текстиля для РК, заняв долю в 49,8% [8].

Электронная торговля в Казахстане продолжает расти. По предварительным данным международной компании по исследованию рынков Euromonitor International, объёмы электронной торговли в Казахстане по итогам 2022 выросли на 20,2 процента, до 1,3 триллиона тенге (без учёта торговли услугами через Интернет). Это на 220,1 миллиарда тенге больше, чем годом ранее.

В 2022 году fashion-сегмент занял 32,4% в общей сумме онлайн продаж. 423,9 млрд тенге (на 17% больше, чем в 2021) было потрачено казахстанцами на покупку в интернете одежды, обуви и различных аксессуаров.

Таким образом, рынок fashion-индустрии в Казахстане – растущий рынок. Доля импорта занимает более 90% [8]. Электронная торговля стремительно развивается, в 2022 году увеличилась более, чем на 20% [4].

Рассмотрим влияние таких факторов, как: политико-правовые, экономические, социально-культурные и технологические факторы, используя PEST-анализ.

Это необходимо для выявления возможных внешних угроз и возможностей на раннем этапе, для быстрой реакции на них, чтобы предотвратить ухудшения положения компании на рынке.

Таблица 1.1.

**Распределение факторов в ранжированном порядке, Россия
(составлено автором)**

ПОЛИТИЧЕСКИЕ		ЭКОНОМИЧЕСКИЕ	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Сложная политическая обстановка в мире, санкционное давление	-0,35	Растущий уровень инфляции	-0,38
Сильная зависимость fashion-индустрии от импорта	-0,20	Падение реальных располагаемых доходов населения	-0,33
Поддержка малого и среднего бизнеса	0,20	Рост числа конкурентов на рынке моды	-0,30
Обязательная маркировка товаров одежды	-0,17	Волатильность курса отечественной валюты по отношению к бивалютной корзине	-0,30
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ		ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Смещение спроса в сторону дешевых товаров, рост «нижнего» ценового сегмента	-0,38	Стремительное развитие рынка электронной коммерции и маркетплейсов	0,38
Сокращение численности населения	-0,35	Digital продвижение	0,38
Рост интереса к отечественным брендам	0,33	Отсутствие технологических возможностей производства одежды (вынужденный аутсорсинг в Китай, Турцию)	-0,25

Обоснование выбора каждого из факторов.

Политические факторы. Сложная политическая обстановка в мире, санкционное давление – на данный момент Россия на первом месте среди стран по количеству введенных санкций. Сильная зависимость fashion-индустрии от импорта – доля импорта одежды в продажах в 2021 году составила 87,4 % [9]. Поддержка малого и среднего бизнеса – осуществляется много программ для развития данной отрасли, в том числе государство старается «смягчить» влияние пандемии и санкций. Обязательная маркировка одежды – в 2023 году правительство расширило список товаров легкой промышленности, которые надо маркировать [10].

Экономические. Растущий уровень инфляции – фактор может негативно сказаться на компании, инфляция с начала 2023 года составила 2,07%, а в годовом исчислении - 2,30 % [11]. Падение реальных располагаемых доходов населения ведет к тому, что покупатели совершают покупки более осторожно, сокращают свои дополнительные траты (на одежду, отдых, развлечения), что также может вести к смещению спроса в сторону дешевых товаров [6]. Рост на рынке числа конкурентов моды создает дополнительные барьеры, чем выше конкуренция – тем требовательнее покупатели. На рынке России количество отечественных брендов за последние 2,5 года увеличилось на 7,6 % (до более, чем 33 тыс. компаний) [12]. Волатильность курса отечественной валюты, несомненно, влияет на данную компания: курс евро и доллара за последний год был очень нестабилен.

Социально-культурные факторы. Сокращение численности населения является очень негативным фактором, который может быть вызван разными причинами, что плохо отражается как на населении, так и экономике страны. На 1 января 2023 года, численность постоянного населения России снизилась на 0,38% за год – на 555 тыс. и составила 146,425 млн [13]. Рост интереса к отечественным брендам является несомненным плюсом для компании, так как «12 STOREEZ» – российский бренд. Например, в апреле 2022 года среднесуточный мобильный трафик в онлайн-магазинах российских брендов вырос относительно февраля на 55 % [14].

Технологические факторы. Стремительное развитие рынка электронной коммерции и маркетплейсов, а также digital продвижение – дополнительные возможности для компании расширить сбыт продукции и узнаваемость бренда. Отсутствие технологических возможностей производства одежды (вынужденный аутсорсинг в Китай, Турцию). Для компании данный фактор не является большой проблемой, так как она нашла возможности, но при этом, если была бы возможность создавать товар в России полностью, компания бы меньше зависела от импортных участников рынка и статьи расходов, например, на логистику, были меньше [15].

Таблица 1.2.

**Распределение факторов в ранжированном порядке, Казахстан
(составлено автором)**

ПОЛИТИЧЕСКИЕ		ЭКОНОМИЧЕСКИЕ	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Сложная геополитическая обстановка в мире	-0,37	Рост инфляции	-0,39
Тесное сотрудничество России и Казахстана, Казахстан — страна ЕАЭС	0,34	Падение реальных располагаемых доходов населения	-0,33
Сильная зависимость от импорта	-0,29		
Поддержка и развитие малого и среднего бизнеса	0,21		
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ		ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ	
Фактор	Вес	Фактор	Вес
Интерес к отечественным брендам	0,42	Использование социальных сетей и интернет-маркетинга для продвижения товаров в сфере моды	0,45
Рост численности населения	0,28	Стремительное развитие рынка электронной коммерции	0,39
«Молодая страна», средний возраст 31,9 лет; большая доля трудоспособного населения - 59%	0,15	Слабо развито собственное производство	-0,24

Обоснование факторов. Политические факторы: сложная геополитическая обстановка в мире также оказывает существенное влияние на рынок Казахстана, несмотря на это между Россией и Казахстаном тесное взаимосоотрудничество в рамках ЕАЭС, что способствует росту торгового оборота. Казахстан также, как и Россия очень сильно зависим от импорта (к ноябрю 2022 года доля импорта в секторе fashion-индустрии составила 92%) [8].

Экономические факторы. В Казахстане также наблюдается рост инфляции (годовая инфляция по итогам апреля 2023 года составила 16,8% [16]), что влияет на падение реальных располагаемых доходов населения и отражается на покупательской способности населения.

Социально-культурные факторы. Рост интереса казахстанцев к отечественным брендам [17] также влияет на финансовые показатели «12 STOREEZ». Знание, что этому способствовала может помочь

разработать «специальные» коллекции. Рост численности населения, а также большая доля трудоспособного населения сильно характеризуют социальную ситуацию стране, а также низкий средний возраст [18, 19]. Это говорит о благоприятной ситуации о положительной возможности привлечь целевую аудиторию.

Технологические факторы. Использование социальных сетей и интернет маркетинга для продвижения товаров в сфере моды, а также стремительное развитие электрофоны коммерции — очень важные факторы, так как в Казахстане рынок электронной коммерции значительно вырос за последний год: по итогам 2022 вырос на 20,2 % [3]. Слабое развитие собственного производства говорит о сильной зависимости отрасли от импорта, ситуация очень схожа, что и в России [7].

Таким образом, сравнивая PEST-анализ двух стран, можно заметить, что сложная геополитическая ситуация имеет наибольший вес среди политических факторов в обеих странах. Среди экономических факторов в обеих странах лидируют рост инфляции и падение реальных располагаемых доходов. Также среди политических факторов заметную долю занимают сильная зависимость от импорта и поддержка малого и среднего бизнеса. Есть заметное различие среди социально-культурных факторов: Казахстан – более молодая страна с растущей численностью, в России ситуация совершенно другая. А вот технологические факторы схожи: мировая тенденция к развитию электронной торговли затронула и эти страны, причем довольно успешно. Но есть «отрицательный» технологический фактор – отсутствие собственного производства в странах, и как, следствие, высокая степень зависимости от импорта.

Список литературы:

1. Ситуация на fashion-рынке и вызовы 2023 года [Электронный ресурс] – WWW.RETAIL.RU - Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/situatsiyana-fashion-rynke-i-vyzovy-2023-goda/> (дата обращения: 20.03.2023).
2. Мировой рынок одежды, 2023 г. [Электронный ресурс] – Alibaba.com Readers – Режим доступа: <https://baba-blog.com/ru/apparel-retail-worldwide/> (дата обращения: 26.05.2023).
3. Рынок fashion-ритейла: как уход зарубежных игроков повлиял на отечественных [Электронный ресурс] – BOOMIN.RU – Режим доступа: <https://boomin.ru/publications/article/rynok-fashion-ritejla-kak-uhod-zarubeznyh-igrokov-povliial-na-otcecestvennyh/> (дата обращения: 06.04.2023).
4. Fashion-сегмент – лидер казахстанского онлайн-рынка [Электронный ресурс]. – BAIGENEWS – Режим доступа: https://baigenews.kz/fashion-segment-lider-kazahstanskogo-onlayn-rynka_148361/ (дата обращения 26.05.2023).

5. Рынок fashion-retail в 2022 году: есть ли жизнь после Zara [Электронный ресурс] – DEVPROF.RU – Режим доступа: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/gynok-fashion-retail-v-2022-godu-est-li-zhizn-posle-zara/> (дата обращения: 27.03.2023).
6. Анализ рынка одежды [Электронный ресурс] – MEGARESEARCH.RU – Режим доступа: https://www.megaresearch.ru/news_in/analiz-rynka-odezhdy?ysclid=leei2tybhm882902149ë (дата обращения: 20.03.2023).
7. Емкость внутреннего рынка потребления одежды, текстиля и обуви в Казахстане [Электронный ресурс] – WFIN.KZ - Режим доступа: <https://wfin.kz/publikatsii/kazakhstan-v-tsifrakh/90724-jomkost-vnutrennego-rynka-potrebleniya-odezhdy-tekstilya-i-obuvi-v-kazakhstane-za-proshlyj-god-vyroslo-bolee-chem-na-50.html?ysclid=limcnm6bf4550413463> (дата обращения: 26.05.2023).
8. Доля текстиля, одежды и обуви казахстанского производства [Электронный ресурс] – KAPITAL.KZ – Режим доступа: <https://kapital.kz/economic/112396/dolya-tekstilya-odezhdy-i-obuvi-kazakhstanskogo-proizvodstva-sokratilas-do-8.html> (дата обращения: 26.05.2023).
9. Сокращение производства одежды в России [Электронный ресурс] – MARKETING.RBC.RU – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/13719/?ysclid=limf7xmmys143630237> (дата обращения: 26.05.2023).
10. Маркировка одежды и текстиля в 2023 году [Электронный ресурс] – MERTECH.RU – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/13719/?ysclid=limf7xmmys143630237> (дата обращения: 20.05.2023).
11. Уровень инфляции в Российской Федерации в 2023 году [Электронный ресурс] – STATBUREAU – Режим доступа: <https://www.statbureau.org/ru/russia/inflation?ysclid=limfhcsrd2684993595> (дата обращения: 26.05.2023).
12. Число российских брендов одежды [Электронный ресурс] – TASS.RU – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/17816493?ysclid=limfo2f0m145707125> (дата обращения: 26.05.2023).
13. Численность населения в России [Электронный ресурс] – RIA.RU – Режим доступа: <https://ria.ru/20230201/chislennost-1848960559.html> (дата обращения: 27.03.2023).
14. Интерес к российским брендам одежды [Электронный ресурс] – PLUS.RBC.RU – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/pressrelease/6273aa527a8aa9aee815f208?ysclid=limfxlx5ak852164386> (дата обращения 26.05.2023).
15. «12 STOREEZ» – о переходе в премиум [Электронный ресурс] – STYLE.RBC.RU – Режим доступа: <https://style.rbc.ru/people/62fe32c99a7947baf0f2bc0e?ysclid=limgl1uwrzu723100614> (дата обращения: 26.05.2023).

16. Годовая инфляция в Казахстане [Электронный ресурс] – KAPITAL.KZ – Режим доступа: <https://kapital.kz/economic/115294/godovaya-inflyatsiya-poitogam-aprelya-sostavila-16-8.html> (дата обращения: 20.05.2023).
17. Экономика простых вещей: почему не развивается казахстанское производство [Электронный ресурс] – INFORM.KZ – Режим доступа: https://www.inform.kz/ru/ekonomika-prostyh-veschey-pochemu-ne-razvivaetsya-kazahstanskoe-proizvodstvo-odezhdy_a3981032?ysclid=limgj1j3r8151875227 (дата обращения: 20.05.2023).
18. Население Казахстана [Электронный доступ] – KP.KZ – Режим доступа: <https://www.kp.kz/online/news/4769342/?ysclid=limgo81m10866988945> (20.05.2023).
19. Средний возраст казахстанцев [Электронный ресурс] – BUSINESS-GAZETA.RU – Режим доступа: <https://www.business-gazeta.ru/article/539463> (дата обращения: 20.05.2023).

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ ЛЕГКОВЫМИ АВТОМОБИЛЯМИ И СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РФ

Рахматуллина Дина Ринатовна

магистрант,

*Государственный Университет Управления,
РФ, г. Москва*

ANALYSIS OF THE RETAIL INDUSTRY OF PASSENGER CARS AND SERVICE IN THE RUSSIAN FEDERATION

Dina Rakhmatullina

Master's degree student,

*State University of Management,
Russia, Moscow*

Аннотация. В работе рассмотрены особенности состояния рынка розничной торговли легковых автомобилей и комплектующих в РФ.

Детально описан рейтинг ведущих дилерских центров по двум основным показателям – количеству проданных новых автомобилей и суммарной выручке за период. В статье рассматривается структура продаж новых автомобилей по брендам и анализируется их поведение на рынке РФ в период нелегких экономических условий. Как итог, был произведен анализ рынка с помощью PEST-анализа, который помогает определить основные факторы, влияющие на описываемую отрасль.

Цель работы описать текущее состояние рынка розничной торговли легковых автомобилей и комплектующих в РФ.

Метод. В данной работе применены теоретические и практические методы исследования такие как анализ, синтез, дедукция, обобщение.

Результат. Выявлена тенденция замены уходящих европейских брендов автомобилей на более перспективные в настоящее время автомобили брендов из Китая.

Выводы. На данный момент рынок розничной торговли легковых автомобилей и комплектующих в РФ полностью перестраивается.

Изменяются как цепочки поставок, так и сами поставщики. Автодилерам необходимо быстро среагировать на текущие тенденции рынка.

Abstract. The paper considers the peculiarities of the state of the retail market for cars and components in the Russian Federation. The rating of leading dealerships for two main indicators - the number of new cars sold and total revenue for the period - is described in detail. The article examines the structure of sales of new cars by brands and analyzes their behavior in the Russian market during a period of difficult economic conditions. As a result, the market was analyzed using PEST analysis, which helps to determine the main factors affecting the described industry.

The purpose of work is to describe the current state of the retail market for passenger cars and components in the Russian Federation.

Methods. In this work, theoretical and practical research methods such as analysis, synthesis, deduction, generalization are applied.

Results. The trend of replacing outgoing European car brands with more promising cars of brands from China has been revealed.

Conclusion. At the moment, the retail market for passenger cars and components in the Russian Federation is being completely rebuilt. Supply chains and suppliers themselves are changing. Car dealers need to quickly react to current market trends.

Ключевые слова: рынок торговли автомобилями; автодилеры; комплектующие автомобилей; факторы рынка.

Keywords: car trading market; car dealers; car components; market factors.

Рынок розничной торговли легковыми автомобилями и сервисного обслуживания – это совокупность экономических отношений, в основе которых происходит взаимодействие субъектов рынка, нацеленное на обмен готовых автомобилей на денежные средства или их эквиваленты.

Товаром данного рынка является готовый автомобиль, т. е., механическое транспортное средство, имеющее более двух колес, способное к передвижению без внесения дополнительных изменений в его конструкцию. Эта отрасль включает в себя продажу новых и автомобилей с пробегом, а также услуги по финансированию, страхованию, обслуживанию и ремонту автомобилей и является одной из крупнейших в России, чьи объемы составляют более 3,5 трлн. рублей в России [1].

Продажа новых автомобилей и автомобилей с пробегом являются двумя отдельными и самостоятельными отраслями рынка продаж легкового автотранспорта. Последний и вовсе превышает в объемах емкость рынка новых ТС, она превышает его более чем в три раза, а ценовые условия и ассортимент и вовсе не зависят от самих производителей автомобилей. Меньшая зависимость от рыночной конъюнктуры, значи-

тельный потенциал продаж и отсутствие рисков дефицита способствуют его устойчивому положению на рынке, что можно увидеть на рис. 1.

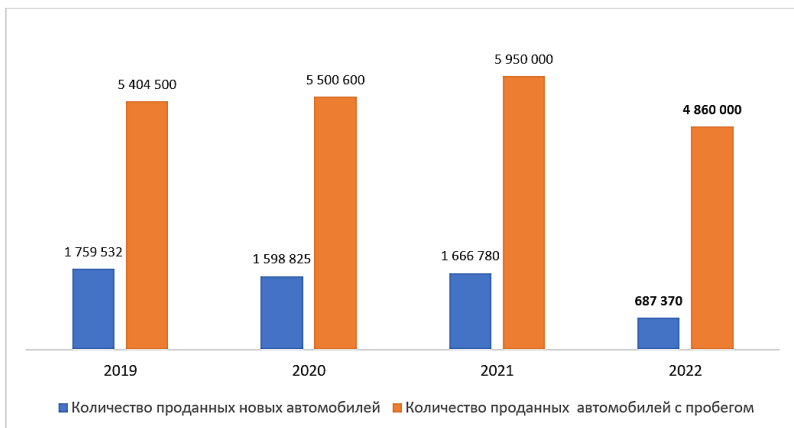


Рисунок 1. Динамика продаж новых автомобилей и автомобилей с пробегом в РФ, 2019–2022 гг., шт.

По сведениям «Автостат Инфо», в 2021 был увеличен спрос на автомобили с пробегом на 42%, далее произошло незначительное падение на 18% в 2022 году [2]. При этом стоит отметить, что уровни продаж новых автомобилей упали в 2021 году и 2022 году на 3% и на 58% соответственно. Итого, на 1 проданный новый автомобиль приходилось 4 автомобиля с пробегом.

Это продолжает тенденцию, сохраняющуюся на российском рынке на протяжении последних семи лет.

Объем рынка автомобилей с пробегом в России превысила объем рынка новых автомобилей более чем в три раза, а ценовые условия и ассортимент не зависят от производителей автомобилей.

Стоит так же отметить, что и сам сектор продаж новых автомобилей претерпел изменения.

Начиная с «пандемийного» 2020 года появляется дефицит новых автомобилей, вследствие этого высокий спрос, что и привело к росту цен на транспортные средства. Структура продаж новых автомобилей по брендам в динамике на 1-е кварталы 2019–2023 года изображена на рис. 2.

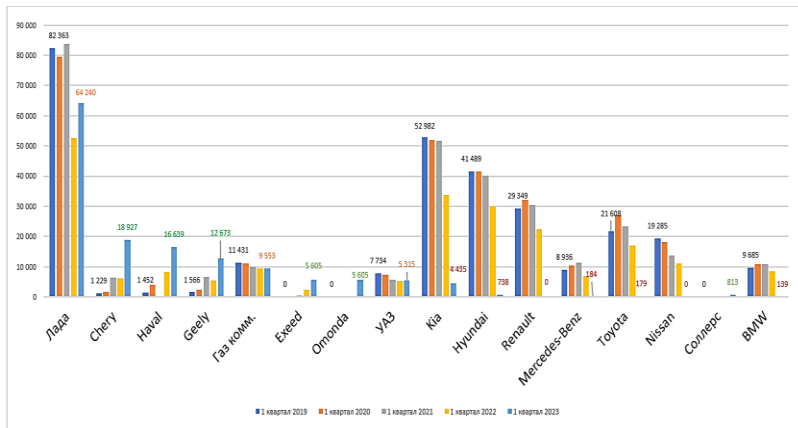


Рисунок 2. Структура продаж новых автомобилей по брендам в динамике, I кварталы 2019–2023 гг., шт.

Проанализировав структуру продаж новых автомобилей по брендам в динамике, можно заметить, что на рынке устойчиво держатся отечественные производители Лада и УАЗ, а уходящие европейские бренды заменяются перспективными китайскими производителями.

Например, бренды Otonda и Sollers вошли в российский рынок уже в 1 квартале 2023 года и наращивают объем продаж новых автомобилей. В таблице 1 можно увидеть процентное изменение продаж новых автомобилей в 2023 году по отношению к 2019 году.

Стоит отметить, что базовым годом для анализа рынка выбран именно 2019 год, поскольку на него не было оказано нетипичных внешних условий, как пандемия коронавируса или усиление санкций, которые появлялись в 2020–2022 годах.

Таблица 1.

Изменение продаж новых автомобилей в 2023 году по отношению к 2019 году, %

Бренд	% изменения от 2019 г.
Лада	-22%
Chery	1440%
Haval	1046%
Geely	709%
Газ комм.	-16%

Бренд	% изменения от 2019 г.
Exeed	-
Omonda	-
УАЗ	-31%
Kia	-92%
Hyundai	-98%
Renault	-
Mercedes-Benz	-98%
Toyota	-99%
Nissan	-
Соллерс	-
BMW	-99%

Поскольку полные данные за 2023 год еще не доступны, сложно оценить, насколько упали продажи новых автомобилей со второго квартала года, однако некоторые бренды уже объявили о приостановке деятельности в России, например немецкий производитель премиум-авто Mercedes-Benz [3], баварская компания BMW так же прекратила поставки в страну и закрыла свой завод в Калининграде [4]. Именно на машины этих компаний, как и было написано ранее, снизились продажи в России уже в 2022 году.

Геополитическая напряженность привела к большому осложнению ситуации на российском и в целом на зарубежных рынках. Средневзвешенное изменение цен уже в марте 2023 года составляло 50% относительно января этого же года [5].

По прогнозам АЕБ такая ситуация может привести к уходу ряда крупных иностранных инвесторов и банкротству большого числа предпринимательств, преимущественно в регионах России [1]. Другие же будут максимально сокращать расходы.

Предполагается, что будет наблюдаться сокращение объемов продаж новых автомобилей на около 60% в связи с ограничениями их доступности и невозможности использования ранее выстроенных цепочек поставок и логистики [6]. Такая же ситуация может сохраниться и в 2023 году.

Значимую роль на отрасли занимает именно продажа автомобилей, который осуществляется, как правило, дилерскими компаниями. Дилерские компании оказывают посреднические услуги по реализации автомобилей, что существенно влияет на уровень рынка автомобилей.

Наряду с дилерскими компаниями продажей автомобилей занимаются дилерские центры. Если дилерская компания – это самостоятельное

юридическое лицо, то дилерский центр может быть структурным подразделением завода по производству автомобилей или самостоятельной организацией.

И если дилерская организация, как правило, оказывает только услуги по продаже автомобилей, то дилерские центры, кроме функции продавца, осуществляют ремонт и модификацию автомобилей. Дилерский центр может принадлежать как автомобильной компании, так и иметь мультибренд. Мультибрендовыми дилерами считаются те дилерские центры, в ассортименте которых имеются автомобили от разных брендов.

Количество дилерских компаний в России имеет устойчивый тренд на сокращение из года в год, что видно на рис. 3.

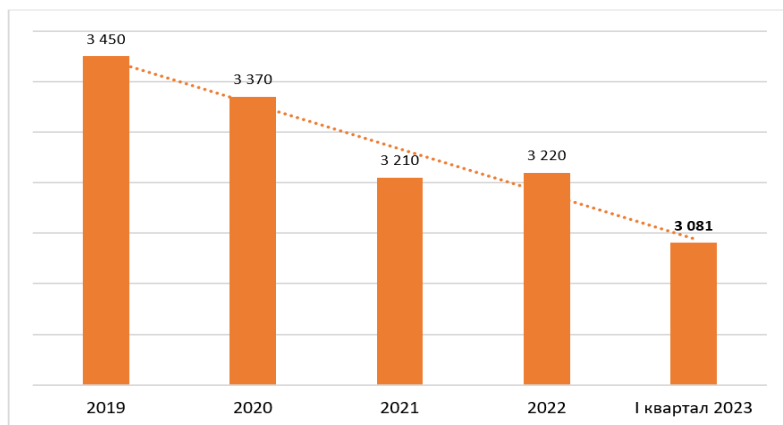


Рисунок 3. Динамика количества автодилеров в РФ, 2019- I квартал 2023 гг., шт.

Отрасль розничной торговли легковыми автомобилями характеризуется высокой конкуренцией и большим количеством продавцов, предлагающих различные марки, модели, комплектации и цены на автомобили.

Дилеры и продавцы стараются привлечь покупателей за счет различных маркетинговых стратегий, таких как скидки, бонусы, программы лояльности и т. д.

Далее представлен топ - 15 крупнейших российских автодилеров в 2022 году [7] по двум критериям:

- По количеству проданных новых автомобилей и авто с пробегом на рис. 4.

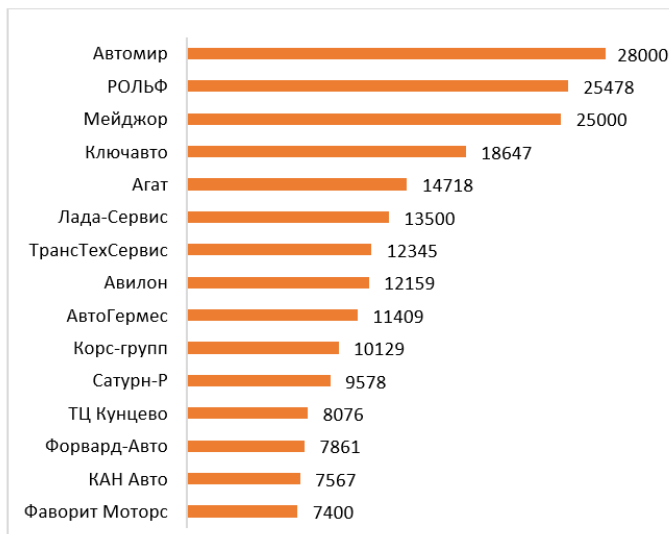


Рисунок 4. Топ-15 крупнейших российских автодилеров по продажам новых а/м в 2022 году, шт.

- По суммарной выручке за год на рис. 5.

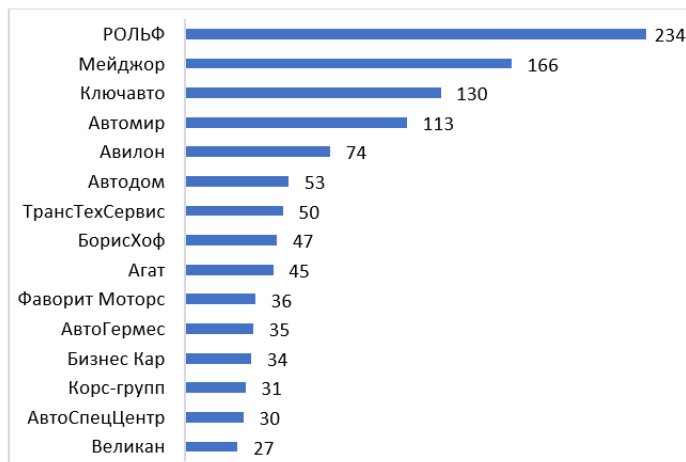


Рисунок 5. Топ-15 крупнейших российских автодилеров по суммарной выручке в 2022 году, млрд руб.

В рейтинг крупнейших российских автодилеров по продажам автомобилей с пробегом входят так же: РОЛЬФ, Ключавто и Автомир, так как они достаточное долгое время являются ключевыми игроками на рынке, имеют статус надежных и вызывающих доверие потребителей.

Так же они предоставляют собственные гарантии на автомобили с пробегом.

По объему услуг сервиса в тыс. нормо-часов лидирует Рольф (4 319) по отчетам своего же ГД за 2021 год, далее следует Ключавто (2 970), Автомир (2793).

По выручке от услуг сервиса первые две позиции остаются прежними по 45,51 млрд. руб и 18,24 млрд. руб соответственно.

На третьем месте по этому же показателю находится ТрансТехСервис со значением 14,75 млрд. руб.

Те же компании занимают аналогичные места по выручке от финансовых и страховых услуг в 2021 году со значениями 17,3 млрд.руб., 9,06 млрд.руб. и 3,68 млрд.руб. соответственно [5].

Чтобы грамотно завершить анализ рынка розничной торговли легковыми автомобилями и сервисного обслуживания, следует проанализировать его методом PEST-анализа для выявления факторов, влияющих исследуемый рынок. Результаты представлены ниже на рис. 6.

P- Политические факторы	E- Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - Непростые геополитические отношения в мире - Введение новых законов и правил регулирования можно рассматривать как новые возможности для бизнеса или как дополнительные риски, которые нужно учитывать 	<ul style="list-style-type: none"> - Покупательская способность населения и, следовательно, на спрос на автомобили и услуги по их обслуживанию. - Курс рубля и цены на нефть оказывают влияние на национальную экономику и могут помочь или препятствовать развитию бизнеса на рынке.
S- Социальные факторы	T- Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none"> - Демографические изменения, включая социальный статус, возраст и образ жизни, могут влиять на предпочтения потребителей в выборе автомобилей. - Изменение мнений и предпочтений потребителей в отношении безопасности, экологии и других факторов может стимулировать развитие новых технологий. 	<ul style="list-style-type: none"> - Развитие новых технологий, таких как автоматическое управление, может изменить способ производства, эксплуатации и продажи автомобилей, а также влиять на спрос на многие связанные с автомобильным рынком услуги. - Развитие цифровых каналов продажи и сервисного обслуживания может значительно повлиять на развитие рынка, сократив себестоимость услуг и увеличив прибыль.

Рисунок 6. Результаты PEST-анализа отрасли розничной торговли легковыми автомобилями и сервисного обслуживания

Одним из ключевых направлений работы дилерских центров России 2023 году являются установление стабильных отношений с производителями и дистрибьютерами азиатского рынка.

Необходимо заместить дефицитные бренды аналогичными по стоимости и надежности марками. То же касается и запчастей на автомобили и мотоциклы.

Кроме стран Евразийского экономического союза в данный момент уже разрабатываются новые варианты цепочек поставок из Китая, Турции Южной Кореи, Индии, Ирана, а также Казахстана [8].

Также в период индустрии 2.0 ключевые игроки рынка должны использовать современные технологии, онлайн-платформы, метрики, для выявления изменений в потребительских предпочтениях (например, повышение спроса на электромобили), совершенствования своих бизнес-процессов и осуществления качественных продаж транспортных средств.

Список литературы:

1. Аналитическая база данных Association of European Businesses. <https://aebus.ru/>
2. Аналитическая база данных АвтоСтат. <https://avtostat-info.com/>
3. Официальный сайт ТрансТехСервис. <https://www.tts.ru/blog/novosti-avtomobilnogo-rynka/kakie-avtobrendy-ushli-s-rynka-rossii-v-2022-m-godu/>
4. Журнал Motor. <https://motor.ru/news/bmw-bans-russia-02-03-2022.htm>
5. Отчет о результатах деятельности АО «РОЛЬФ» за 2021 год, 61 с. https://www.rolf.ru/uploads/to_investors/presentations/ROLF_annual_report_2021_rus.pdf
6. Аналитическая база данных АвтоБизнесРевю. <https://abreview.ru/>
7. Бизнес-журнал Forbes. <https://www.forbes.ru/biznes/488065-ekstraordinarnoe-padenie-rejting-krupnejshih-rossijskih-avtodilerov-2022>
8. Аналитический Интернет-журнал Авто.ру <https://auto.ru/mag/article/chto-proishodit-s-rynkom-kitajskih-avtomobiley-v-2022-godu-ceny-spros-predlozhenie-populyarnye-modeli/>

3. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД НА ВЛИЯНИЕ НЕТРАДИЦИОННЫХ МЕР МОНЕТАРНОЙ ПОЛИТИКИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Носов Дмитрий Романович

*магистрант,
Московский Государственный Университет
им. М.В. Ломоносова,
РФ, г. Москва*

RETROSPECTIVE VIEW OF THE IMPACT OF UNCONVENTIONAL MONETARY POLICY MEASURES IN THE WORLD ECONOMY

Dmitriy Nosov

*Master's student,
Lomonosov Moscow State University,
Russia, Moscow*

Аннотация. В работе был рассмотрен ряд работ с экспериментальными подтверждениями влияния нетрадиционных методов монетарной политики (НММП) мировых регуляторов на глобальный финансовый рынок. Было выявлено, что решения ФРС имели наибольший вклад в мировую экономику по сравнению с другими регуляторами развитых стран. В частности, была установлена корреляция между анонсами ФРС о проведении НММП и динамикой рынков облигаций развивающихся экономик.

Abstract. The paper reviewed several publications with experimental evidence of the impact of unconventional monetary policy methods (UMP) of world regulators on the global financial system. It was found that the Fed's decisions had the largest impact on the global economy compared to other regulators of advanced economies. In particular, a correlation was established between the Fed's announcements of UMP and the dynamics of bond markets of emerging economies.

Ключевые слова: монетарная политика; долгосрочные облигации; ФРС.

Keywords: monetary policy; long-term bonds; Fed.

Традиционные подходы монетарной политики начали терять свою эффективность в период мирового финансового кризиса 2008 года. В то время начала активно применяться политика "нетрадиционной монетарной политики" (НМП) для борьбы с обширными экономическими проблемами.

Одним из механизмов является количественное смягчение (QE), суть его в том, что регулятор осуществляет масштабные покупки финансовых активов у коммерческих банков и других финансовых институтов, тем самым стимулируя рост деловой активности. Стоит различать QE и операции на финансовом рынке в традиционные периоды. Традиционная денежно-кредитная политика работает в основном с краткосрочными инструментами, чаще всего долговыми, и направлена на воздействие на краткосрочные процентные ставки. Количественное смягчение направлено на среднесрочные и долгосрочные доходности. Такая политика направлена на увеличение денежной массы, оказывая влияние на долгосрочные процентные ставки.

В начале мирового финансового кризиса 2007 года четыре центральных банка США, Великобритании, еврозоны и Японии влили в свои экономики значительный объем ликвидности, процентные ставки были очень низкими, близкими к нулю, а центральные банки перешли к нетрадиционной монетарной политике, чтобы создать дополнительные стимулы для денег и экономики, и эта политика включает в себя предоставление ликвидности и кредитное смягчение, а также широко-масштабные покупки активов (известные как количественное смягчение (QE), как уже упоминалось ранее).

Переход центральных банков к инструментам нетрадиционной монетарной политики оказал значительное влияние на мировую экономику. Но, как утверждает Neely [1], действия ФРС оказали наибольшее воздействие на общую мировую экономическую активность. Поэтому наибольший интерес представляет именно политика главного американского регулятора.

Как пишет Abdullah [2], во время финансового кризиса в США Федеральная резервная система снижала процентные ставки, контролируя ставку по федеральным фондам, поскольку снижение процентных ставок способствует стимулированию спроса и росту цен на активы, что должно было стимулировать восстановление экономики, однако этот инструмент стал неэффективным после того, как процентная ставка достигла нулевого уровня. Поэтому в конце ноября 2008 года ФРС начала

первый раунд количественного смягчения (QE1) с масштабными покупками активов. Покупки активов возобновились в августе 2010 года, когда ФРС решила, что экономика не растет высокими темпами. И тогда ФРС объявила о втором раунде количественного смягчения (QE2), выкупив казначейские векселя на сумму 600 млрд. долл. до конца второго квартала 2011 года. Незадолго после было объявлено о третьем раунде количественного смягчения (QE3), в рамках которого ФРС приняла решение начать новый цикл покупки ипотечных ценных бумаг (MBS) на сумму 40 млрд. долл. ежемесячно. Нетрадиционная денежно-кредитная политика способствовала поддержанию экономической активности и предотвращению краха финансовой системы, а политика количественного смягчения (QE) в США сыграла эффективную роль в предотвращении последствий финансового кризиса 2008 г. Так как по своей сути нетрадиционная политика направлена на в большей степени на долгосрочные процентные ставки, то имеет смысл рассмотреть влияние и возможную корреляцию между доходностями США и какого-либо другого субъекта. В качестве доходности США нельзя рассматривать ставку по федеральным фондам, так как в большей степени в периоды кризиса она имела околонулевое значение (Рисунок 1).

В связи с отсутствием динамики в процентной ставке США нужно рассмотреть альтернативный вариант этой ставки – теньевая процентная ставка, рассчитанная Wu J. C. & Xia F. D. [3].



**Рисунок 1. Ставка по федеральным фондам США
в период 2011-2020 гг.**

В теории Neely [1], НММП привели к снижению ожидаемой реальной и номинальной доходности долгосрочных американских облигаций, доходности долгосрочных иностранных облигаций. Эти изменения цен происходили в непосредственной близости от заявлений и были слишком значительными, чтобы быть случайными.

Объявления о незначительных отсрочках или сокращениях покупок активов, согласно Neely [1], имели гораздо меньший эффект, чем объявления, связанные с покупками, поскольку они в меньшей степени влияли на ожидания. Объявления о политике также не оказали последовательного влияния на международные процентные ставки. Аналогичным образом, объявления FOMC, не связанные с нетрадиционной политикой, оказывали небольшое и непостоянное среднее влияние на цены активов, особенно на высокой частоте. Такая политика способствовала снижению долгосрочных ставок.

Некоторые наблюдатели интерпретировали рост международных доходностей в марте-июне 2009 г. как свидетельство того, что эффект от нетрадиционной политики был кратковременным и, следовательно, бесполезным. На самом деле параллельный рост цен на акции и нефть в тот же период говорит о том, что такая политика успешно повышала уверенность и склонность к риску. Хотя рынки могли первоначально недооценить или переоценить воздействие этой политики, гипотеза добросовестных рынков предполагает, что первоначальное воздействие является наилучшей точечной оценкой ее долгосрочного эффекта.

Успех нетрадиционной политики в снижении долгосрочных процентных ставок и стоимости доллара показывает, что центральные банки не остаются беззубыми, когда короткие ставки достигают нулевой границы. Снижение доходности иностранных облигаций и стоимости доллара США, вероятно, стимулировало американскую экономику, например, через экспортные каналы. С международной точки зрения эти выводы означают, что центральные банки должны координировать свою нетрадиционную политику, чтобы избежать противоречивых или чрезмерно стимулирующих эффектов.

В исследовании Gilchrist [4] изучалось косвенное влияние монетарной политики на доходность облигаций в странах с развивающейся экономикой, и был сделан вывод, что эффект был очевиден только в период проведения нетрадиционной политики и касался долгосрочных облигаций.

По итогу вышеперечисленных теоретических исследований можно сделать вывод, что регуляторами в кризисное время конца 2000-х было принято правильное решение о реструктуризации своей монетарной политики, а именно переключение на нетрадиционные инструменты

денежно-кредитной политики. Суть их заключалась в воздействии на долгосрочные финансовые инструменты, а не на краткосрочные процентные ставки, что говорит о намерении центральных банков воздействовать на глобальную деловую активность в перспективе. Соответственно, самым чувствительным финансовым инструментом к такой политике является долгосрочная государственная облигация, которая показывает своей доходностью уровень риска вложений в ту или иную страну. В частности, в периоды проведения нетрадиционным монетарных мер доходность государственных облигаций развивающихся стран резко повышалась в периоды анонсов, особенно со стороны ФРС. Таким образом, через канал долговых инструментов экспериментальным путем устанавливается зависимость финансовых рынков развивающихся стран от решений центральных банков развитых стран, что будет рассмотрено на примере российской экономики в дальнейших исследованиях.

Список литературы:

1. Neely C. J. Unconventional monetary policy had large international effects // *Journal of Banking & Finance*. – 2015. – Т. 52. – С. 101-111.
2. Abdullah A. A. et al. Spillovers of US Unconventional Monetary Policy to Emerging Markets: Evidence from Egypt // *International Journal of Economics and Finance*. – 2022. – Т. 14. – №. 1.
3. Wu J. C., Xia F. D. Measuring the macroeconomic impact of monetary policy at the zero lower bound // *Journal of Money, Credit and Banking*. – 2016. – Т. 48. – №. 2-3. – С. 253-291.
4. Gilchrist S., Yue V., Zakrajsek E. US monetary policy and foreign bond yields // 15th Jacques Polak Annual Research Conference hosted by the IMF, Washington, November. – 2014. – С. 13-14.

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам LXXII международной
научно-практической конференции*

№ 6 (72)
Июль 2023 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 24.07.23. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 2. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
123098, г. Москва, ул. Маршала Василевского, дом 5, корпус 1, к. 74
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru