МЛ

МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА

Научно-практический журнал

№6(44) 2022

ISSN 2500-2023
Свидетельство о регистрации СМИ Эл № ФС77-62285 от 03.07.2015 г.

Научно-практический журнал
«Маркетинг и логистика», №6(44), Москва, 2022, 75 с.
ISSN 2500-2023

Учредитель ООО «МАРКЕТОЛОГ», г. Москва
Генеральный директор Жильцова О. Н.
Исполнительный директор Арский А. А.
Компьютерная верстка Жильцов Д. А.
e-mail: editor@marklog.ru
Сайт: marklog.ru

Издание зарегистрировано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
Эл № ФС77-62285 от 03.07.2015 г.

Редакционная коллегия:
Жильцова Ольга Николаевна - главный редактор, к.э.н., доцент Департамента логистики и маркетинга Финуниверситета
Арский Александр Александрович – ответственный редактор, к.э.н., доцент
Жильцов Денис Анатольевич – редактор, старший преподаватель Департамента логистики и маркетинга Финуниверситета
Члены редакционного совета:
Гао Тяньмин – к.э.н., профессор Института экономики и менеджмента, директор и главный эксперт Центра исследования России и Украины Харбинского инженерного университета, г. Харбин, КНР
Ерохин Василий Леонидович – к.э.н., доцент Института экономики и менеджмента, эксперт Центра исследования России и Украины Харбинского инженерного университета, г. Харбин, КНР
Земляк Светлана Васильевна – д.э.н., профессор, директор Смоленского филиала Финуниверситета, зав. кафедрой «Экономика и менеджмент», г. Смоленск, Россия
Константиниди Христофор Александрович – доктор экономических наук, доцент, эксперт РАН, руководитель ESG-лаборатории МГУ, научный руководитель направления устойчивого развития Национального Рейтингового Агентства (НРА), Председатель Экспертного совета Комитета Госдумы по туризму, Первый вице-президент и научный руководитель ОСИГ, Москва, Россия
Моргунов Вячеслав Иванович – д.э.н., профессор, Москва
Синяева Инга Михайловна — д.э.н., профессор, академик РАЕН, заслуженный профессор ВЗФЭИ, Москва
Стыцюк Рита Юрьевна — д.э.н., профессор, академик РАЕН, эксперт АККОРК, профессор Департамента туризма и гостиничного бизнеса Финуниверситета, Москва
Табачникова Галина Николаевна – генеральный директор издательства ООО «Центркаталог», Москва, Россия
Худжатов Микаил Бекзадаевич – к.э.н., доцент кафедры таможенного дела Российского университета дружбы народов, Москва
Шайлиева Марина Магометовна - кандидат технических наук, доцент, Государственный университет управления, Москва, Россия

Журнал включен в библиографическую базу данных публикаций российских авторов (РИНЦ) и в интегрированный научный информационный портал eLIBRARY.RU.
Журнал не несет ответственность за достоверность публикуемых материалов.
Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.
©2015-2022 Научно-практический журнал «Маркетинг и логистика». Все права защищены. При использовании материалов в обязательном порядке указывать ссылку на журнал.

Я рос как вся дворовая шпана —
Мы пили водку, пели песни ночью, —
И не любили мы Сережку Фомина
За то, что он всегда сосредоточен.
Сидим раз у Сережки Фомина —
Мы у него справляли наши встречи, —
И вот о том, что началась война,
Сказал нам Молотов в своей известной речи.
В военкомате мне сказали: «Старина,
Тебе броню дает родной завод «Компрессор»!»
Я отказался, — а Сережку Фомина
Спасал от армии отец его, профессор.
Кровь лью я за тебя, моя страна,
И все же мое сердце негодует:
Кровь лью я за Сережку Фомина —
А он сидит и в ус себе не дует!
Теперь небось он ходит по кинам —
Там хроника про нас перед сеансом, —
Сюда б сейчас Сережку Фомина —
Чтоб побыл он на фронте на германском!
...Но наконец закончилась война —
С плеч сбросили мы словно тонны груза, —
Встречаю я Сережку Фомина —
А он Герой Советского Союза…

Владимир Высоцкий

Уважаемые читатели журнала!

Заканчивается 2022 год и начинается новый год. Подводя итоги этого мрачного и тяжелого года важно отметить, что наша задача, несмотря ни на какие тяготы военного времени, продолжать делать свое дело – развивать науку, делиться опытом с молодым поколением и воспитывать новое поколение профессионалов во благо Родины! Пожелаем в 2023 году исполнения самого заветного желания всех граждан России – пусть мужья, отцы, братья, женихи, деды, товарищи и друзья, вернуться живыми и здоровыми! Слава нашим героям!

Главный редактор научно-практического
журнала «Маркетинг и логистика»
Ольга Николаевна Жильцова

СОДЕРЖАНИЕ

Вахрушев В. Ю. Худжатов М. Б.	Тенденции развития внешней торговли России в санкционных условиях	5
Гаджимирзоев Г. И.	Переориентация экспортной политики Российской Федерации после введения экономических санкций	15
Ерохин В. Л.	Трансформация регулирования международной торговли: первые результаты пост-пандемического функционирования мировых рынков	25
Запрудская У.М.	Развитие системы менеджмента качества на основе лабораторных комплексов	39
Костюк Е. А.	Диверсификация российского экспорта сжиженного природного газа в аспекте Азиатско-Тихоокеанского региона	48
Тельнова Е. О. Малахов В. А.	Современные каналы продвижения образовательного продукта в Рунете	56
Толстопалова Д. В.	Перспективы развития внешнеторговых отношений Российской Федерации и Мексики	65

Тенденции развития внешней торговли России в санкционных условиях

Вахрушев Валентин Юрьевич
Худжатов Микаил Бекзадаевич

Аннотация: в статье исследуются последние тенденции развития внешней торговли России в санкционных условиях. Санкционная война между Россией и странами Запада негативно влияет на развитие международной торговли. Внешняя торговля России переживает трудные времена в связи с нарушением многолетних цепей поставок в западном направлении. Авторами проведен анализ основных показателей внешней торговли России в 2021-2022 гг. Результаты анализа позволили выделить ключевые проблемы во внешней торговле России. В качестве решения выявленных проблем разработаны направления развития внешней торговли России в условиях санкций. В целом, на современном этапе необходима переориентация внешней торговли России на восточное направление, которое имеет высокий потенциал роста. Укрепление торговых связей с Китаем, Турцией и Ираном имеет долгосрочные перспективы развития внешней торговли России в санкционных условиях.

Внешняя торговля является одним из важнейших направлений развития экономики. Многие страны мира обеспечивают экономический рост во многом за счёт активного совершения внешнеторговых операций [1]. В данном контексте Россия не является исключением.

На протяжении последних 30 лет так называемые «недружественные» страны были основными торговыми партнерами России. Так, по данным ФТС России в 2021 году в «пятерку» основных торговых партнеров России входили Китай, Германия, Нидерланды, Беларусь и США (рис. 1).

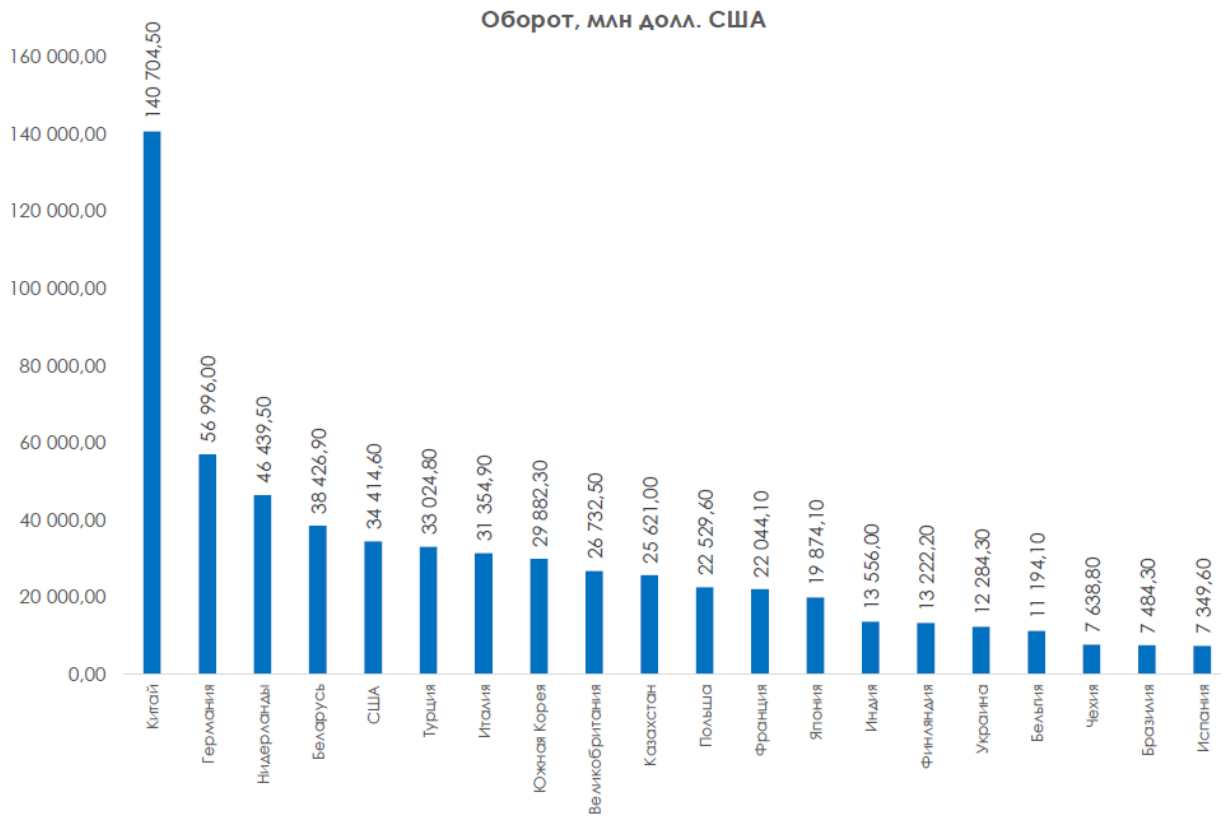


Рисунок 1 - Рейтинг стран – основных торговых партнеров России, 2021 г. Источник: составлено авторами по данным ФТС России.

Анализ результатов внешней торговли России в 2021 году позволяет констатировать, что на «недружественные» страны приходилось [2]:

- 56% стоимостного объема экспорта и 54% импорта, 75% российского экспорта энергоносителей и металлов, около трети продукции химии, деревообработки и прочих отраслей;

- от 50% до 70% всего импорта машиностроения, металлов, деревообработки и химии и около 30% – прочего импорта, за исключением одежды, обуви и базовых потребительских товаров.

В 2022 г. ожидается снижение экспортного и импортного грузопотока в тоннах на 40 – 47 % при сохранении до конца года поставок сырой нефти и природного газа в страны Евросоюза (рис. 2).

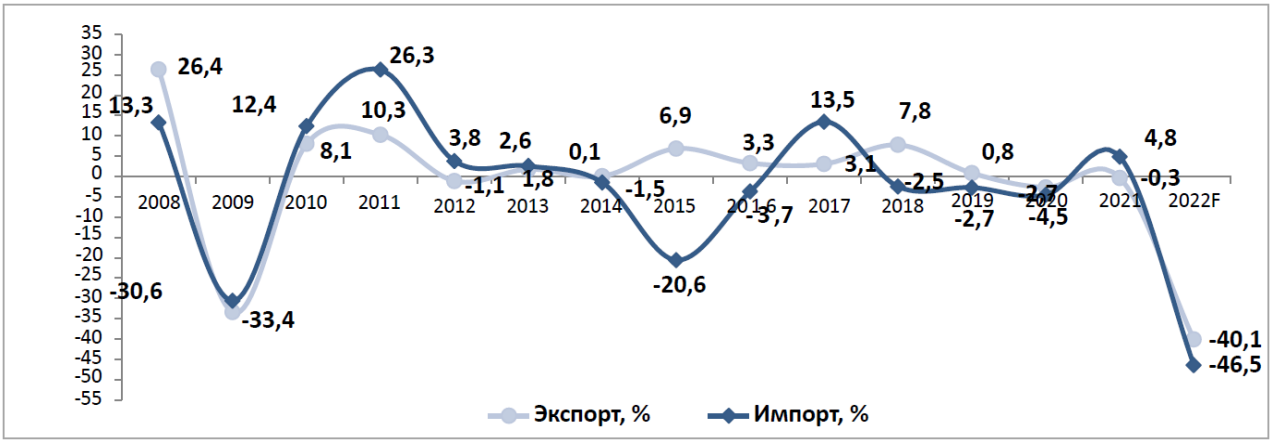


Рисунок 2 - Динамика экспортного и импортного грузопотока (в тоннах) РФ (%). Источник: составлено авторами по данным Исследовательского агентства M.A.RESEARCH

Страны Евросоюза (ЕС) являлись одними из основных торговых партнеров России. Однако в первой половине 2022 года отношения ЕС и России резко ухудшились на фоне обострения геополитических факторов, что привело к введению странами ЕС экономических санкций против России. Указанные санкции привели к нарушению многолетних цепей поставок, внешняя торговля России значительно пострадала [3]. В этой связи возрастает роль Китая как основного торгового партнера России. Вышеизложенные обстоятельства обусловили актуальность данной статьи.

Согласно прогнозам на 2022 г., внешнеторговый оборот между Россией и Китаем должен вырасти минимум на 10% (табл. 1).

Таблица 1 - Динамика внешней торговли России в 2018-2022 гг., млн. т.

	2018	2019	2020	2021	2022E	2022/2021
ЕС						
Экспорт	362	377	327	329	169	51,3%
Импорт	16	18	16	16	5	30,0%
Оборот	378	395	343	345	173	50,3%
Темпы роста оборота, %		104,6%	86,8%	100,5%	50,3%	
Китай						
Экспорт	138	152	171	177	194	110,0%
Импорт	11	12	11	13	14	112,0%
Оборот	149	164	182	189	209	110,1%
Темпы роста оборота, %		109,9%	111,3%	104,0%	110,1%	
Прочие						
Экспорт	432	411	416	406	183	45,0%
Импорт	108	101	98	102	51	50,0%
Оборот	540	512	515	509	234	46,0%
Темпы роста оборота, %		94,8%	100,5%	98,8%	46,0%	
Всего						
Экспорт	932	940	915	912	546	59,9%
Импорт	134	131	125	131	70	53,5%
Оборот	1067	1071	1040	1043	616	59,1%
Темпы роста оборота, %		100,4%	97,1%	100,3%	59,1%	

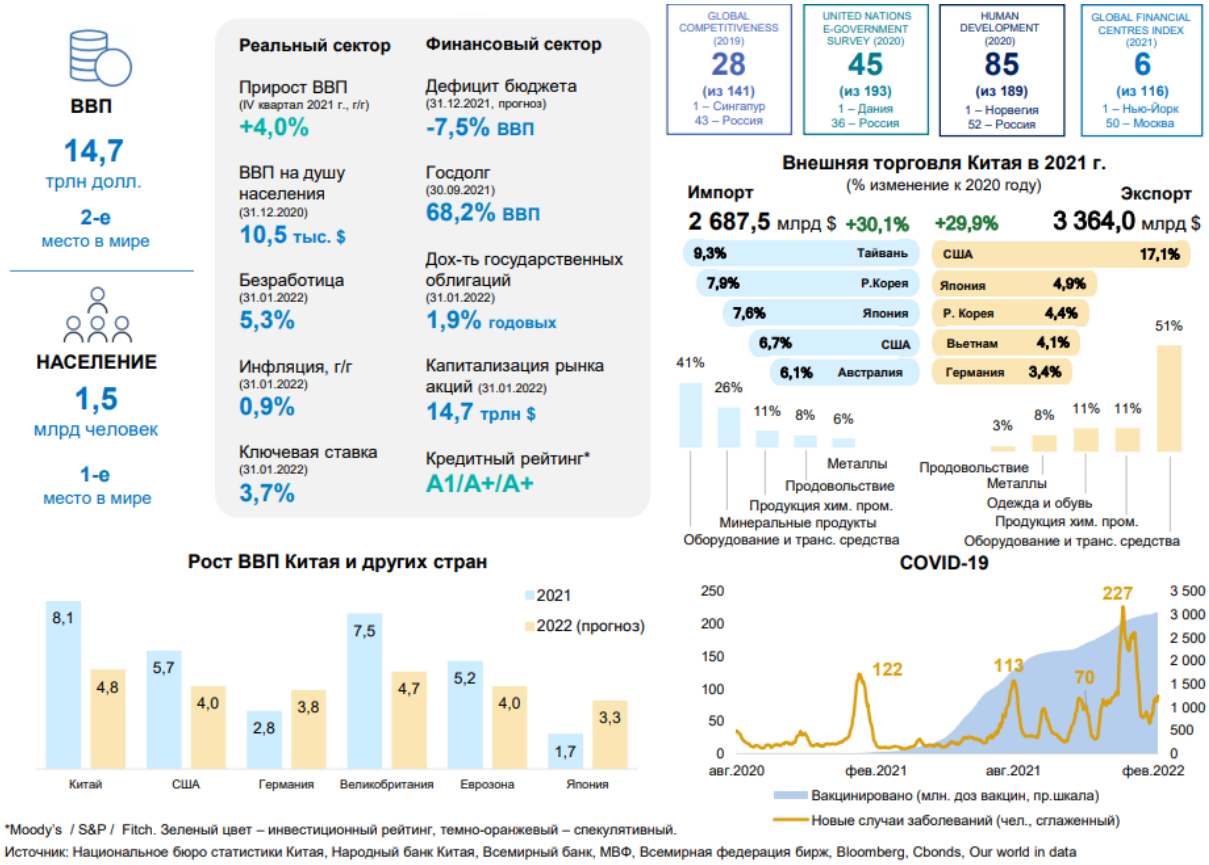
Источник: составлено авторами по данным Исследовательского агентства M.A.RESEARCH

Из вышеизложенного следует, что с 2022 года начинается тренд по переориентации внешней торговли России на Восток, преимущественно в сторону Китая. Данное направление является весьма перспективным, что обусловлено значительной ролью Китая для мировой экономики [4]:

1. Китай занимает первое место в мире по численности населения (около 1,5 млрд человек).

2. Китай занимает второе место в мире после США по показателю ВВП (14,7 трлн долларов США в 2021 году).

3. Китай занимает первое место в мире по темпам роста ВВП в 2021-2022 гг. (8,1 и 4,8% соответственно).



*Moody's / S&P / Fitch. Зеленый цвет – инвестиционный рейтинг, темно-оранжевый – спекулятивный.

Источник: Национальное бюро статистики Китая, Народный банк Китая, Всемирный банк, МВФ, Всемирная федерация бирж, Bloomberg, Cbonds, Our world in data

Рисунок 3 - Роль Китая в мировой экономике

Из рисунке 3 видно, что основными торговыми партнерами Китая являются США, Япония и Республика Корея, при этом доля России во внешнеторговом обороте Китая очень мала. Отсюда следует, что торговля между Россией и Китаем имеет высокий потенциал роста в ближайшие годы.

В связи с необходимостью дальнейшего развития внешней торговли России осуществляется переориентация грузопотоков на восточное направление, коридор «Восток-Запад», а именно развитие альтернативных маршрутов: МТК «Север-Юг» транзитом через Иран в Индию, из Китая через Монголию и Казахстан. В данном контексте наблюдаются следующие тенденции [5, 6, 7]:

1) нарушение цепочек доставки во всех видах международного транспорта;

2) задержки с отгрузкой товаров и отмена отгрузок иностранными поставщиками в связи с новыми санкциями;

3) прогноз профицита портовых мощностей будет стимулировать рост спроса в восточном направлении;

4) потенциально рост перевалки через порты Дальнего Востока может дополниться перетоком экспортных грузов с Северо-Запада и Юга России в объеме до 300 млн т;

5) увеличение нагрузки на инфраструктуру из-за роста импорта товаров из Китая в Россию;

6) резкое уменьшение количества международных авиарейсов, практически полный уход российских авиакомпаний с международных авиарейсов;

7) замещение объемов российских перевозчиков иностранными операторами, оставшимися на нашем рынке.

Вышеперечисленные тенденции могут привести к следующим проблемам [8, 9]:

1) значительный рост нагрузки и увеличение дефицита провозных мощностей Восточного полигона;

2) дефицит провозной способности дороги Восточного полигона может достичь 100 млн т к 2030 г.;

3) низкая пропускная способность сухопутных пограничных переходов на российской границе.

В целом, результаты анализа внешней торговли России и проблемы ее развития в санкционных условиях требуют поиска определенных решений. Разработка направлений решения проблем развития внешней торговли России составляет научную новизну данной статьи.

В качестве таких решений предлагается [10, 11]:

1. Расширение действующих и создание новых транспортных коридоров в азиатском и южном направлениях.

2. Создание альтернативных маршрутов и погранпереходов (например, МТК «Север-Юг» через Иран, Азербайджан с выходом на Среднюю Азию, страны Персидского залива и др., развитие паромных переправ на Каспии).

3. Создание совместных логистических компаний и предприятий, включая производство оборудования, с «дружественными» странами (Китай, Турция и Иран).

4. Усиление работы автотранспорта для разгрузки сухопутных железнодорожных погранпереходов.

5. Поиск аналогов портового, перегрузочного и терминального оборудования в Китае, покупка и строительство новых судов, контейнеров и прочего транспортного оборудования.

6. Льготные ставки по кредитам и лизингу для транспорта, ускорение таможенных операций и таможенных процедур.

7. Увеличение сроков временного ввоза контейнеров и прочего транспортного оборудования.

На наш взгляд, практическая реализация указанных направлений будет способствовать развитию внешней торговли России в условиях санкций.

Таким образом, на современном этапе необходима переориентация внешней торговли России на восточное направление, которое имеет высокий потенциал роста. Укрепление торговых связей с Китаем, Турцией и Ираном имеет долгосрочные перспективы развития внешней торговли России в санкционных условиях.

Список использованной литературы:

1. Арский А.А. Трансформация внешнеторговых логистических цепей поставок в условиях новой экономики // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. 2022. № 1. С. 16-21.

2. Гладков И.С. Внешнеторговые связи России: между Европой и Азией // Власть. 2022. Т. 30. № 2. С. 84-94.

3. Вахрушев В.Ю., Худжатов М.Б. Логистические стратегии в странах Евразийского экономического союза в санкционных условиях // Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. 2022. № 2. С. 28-35.

4. Гао Т., Ерохин В.Л. Экономические меры реализации научно-технического сотрудничества России и Китая в Арктике // Теория и практика общественного развития. 2021. № 1 (155). С. 59-64.

5. Алихани С. Меры по нейтрализации последствий санкций против России на федеральном и региональном уровнях // Федерализм. 2022. Т. 27. № 1 (105). С. 150-161.

6. Ушкалова Д.И. Внешняя торговля России в условиях санкционного давления // Журнал Новой экономической ассоциации. 2022. № 3 (55). С. 218-226.

7. Линецкий А.Ф. Внешнеторговая деятельность России и субъектов федерации в современных геополитических условиях // Теория и практика общественного развития. 2022. № 5 (171). С. 29-34.

8. Сченснович В.Н. Сотрудничество России со странами ближнего и дальнего зарубежья // Россия и мусульманский мир. 2022. № 1 (323). С. 5-14.

9. Школяр Н.А. Смена приоритетов внешней торговли // Российский внешнеэкономический вестник. 2022. № 5. С. 95-107.

10. Кононенко Д.С. Внешняя торговля России под влиянием санкций: проблемы и перспективы // В сборнике: Лучшая исследовательская

работа 2021. сборник статей II Международного научно-исследовательского конкурса. Петрозаводск, 2022. С. 65-71.

11. Кудряшова К.О., Лукина Ю.А. Экономическое взаимодействие России и Китая в условиях глобальной экономической неопределенности // Russian Economic Bulletin. 2022. Т. 5. № 4. С. 234-243.

УДК 339.5

Вахрушев В. Ю. - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики НИТУ МИСИС, Москва, Россия.

e-mail: val.vahrushev@gmail.com

Худжатов М. Б. – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры таможенного дела Российского университета дружбы народов, Россия, Москва.

e-mail: mikailkhudzhatov@mail.ru

Trends in the development of foreign trade of Russia under sanctions

Vakhrushev V. - candidate of economic sciences, associate professor of the Economic department of the MISIS, Moscow, Russia.

Khudzhatov M. – candidate of economic sciences, associate professor of Customs department of the Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University), Moscow, Russia.

Annotation: The article examines the latest trends in the development of Russia's foreign trade under sanctions. The sanctions war between Russia and Western countries has a negative impact on the development of international trade. Russia's foreign trade is going through difficult times due to the disruption of decades-old supply chains to the west. The authors analyzed the main indicators of Russia's foreign trade in 2021-2022. The results of the analysis made it possible to highlight the key problems in Russia's foreign trade. As a solution to the identified problems, directions for the development of Russia's foreign trade under sanctions have been developed. In general, at the present stage, it is necessary to reorient

Russia's foreign trade to the eastern direction, which has a high potential for growth. Strengthening trade ties with China, Turkey and Iran has long-term prospects for the development of Russia's foreign trade under sanctions.

Ключевые слова: международная торговля, внешнеэкономическая деятельность, санкции, таможенная логистика, экспорт, импорт, international trade, foreign economic activity, sanctions, customs logistics, exportation, importation.

Переориентация экспортной политики Российской Федерации после введения экономических санкций

Гаджимирзоев Гаджимирзе Иразиевич

Аннотация: в начале 2022 года Россия столкнулась с небывалым внешним политическим и экономическим давлением со стороны недружественных государств. Санкционная политика к концу 2022 г. не только не пошла на спад, но, напротив, приобретает ещё большие масштабы. Наиболее чувствительный удар был направлен по внешнеторговым операциям. Поскольку ряд российских отраслей экономики имеет высокую экспортную составляющую производства, то для сохранения устойчивости функционирования народного хозяйства требуется ускоренное перенаправление торговых потоков в те государства, которые не присоединились к санкциям против России.

Особое внимание привлекают товары, торговля которыми на внешних рынках имеет наибольший вес как в общем объёме их производства, так и в структуре внешней торговли страны. Это в первую очередь касается минеральных продуктов, металлов, сельскохозяйственных и химических товаров, машин и оборудования. Экспорт многих этих товаров был в первую очередь направлен в страны, составляющие на сегодняшний день список недружественных России государств.

Исходя из этого, является актуальной задача исследования структуры экспорта и экспортной составляющей в производстве важнейших продуктов промышленного и сельскохозяйственного производства и отрасли добычи полезных ископаемых. А также распределение вывоза этих продуктов по странам с целью определения того объёма производства, который в случае дальнейшего ужесточения санкционного режима, может быть, не востребован на традиционных рынках его реализации. Таким образом, в ходе исследования обоснована необходимость переориентации

экспортной политики России с целью недопущения значительного сокращения уровня промышленного производства и экспортных доходов.

Развитием данной темы может стать более подробное освещение отдельных перспективных направлений экспорта и импорта, на которые можно перенаправить торговые потоки после введения запретительных мер против нашей страны. А также анализ потребительского потенциала рынков развивающихся стран для наших товаров.

Введение. Во многих направлениях экономики России к началу 2020-х годов сложилась ярко выраженная экспортная направленность производства [8; 9; 11]. В системе мирового разделения труда Россия является одним из ведущих поставщиков топлива, чёрных и цветных металлов, удобрений, зерновых культур и ряда других. Эти отрасли во многом получили ускоренное развитие благодаря высокому спросу на продукцию на внешнем рынке, и стабильность их работы зависит как от мировых цен, так и от объёмов, поставляемых на экспорт. Этот момент отмечал в своей работе Толкачёв С.А. [10], резюмируя высказывание М.С. Орешкина о переходе государственной политики «от импортозамещения к расширению возможностей по выходу на внешние рынки».

До 2022 г. в целом, несмотря на активные ограничения, наиболее близким и крупным рынком сбыта ряда российских товаров сырьевой направленности был Евросоюз. Отлаженные десятилетиями существующие торговые маршруты и трубопроводы обеспечивали относительную стабильность поставок ресурсов и промышленной продукции. Но события 2022 г. заставили пересмотреть существующую экспортную политику, так как европейские государства, в ущерб собственному экономическому благополучию по политическим соображениям (что зачастую делали и ранее, но в меньших масштабах [2; 5]) начали отказываться полностью или серьёзно ограничивать потребление товаров, имеющих российское происхождение.

Также после диверсии на Северном Потоке серьёзным угрозам подвергаются трубопроводные и морские маршруты.

В связи с этими событиями представляется необходимым оценить потенциальные потери российской экономики от возможного прекращения поставок товаров в западном направлении. Возможность отказа других государств от экономического сотрудничества с Россией значительно меньше, хотя не исключено, что западные государства окажут достаточное для этого давление на развивающиеся экономики Азии, Америки и Африки. Тем не менее, многие авторы видят перспективы в переносе фокуса внешней торговли «на восток». В этом ключе стоит выделить работу Деминой О.В. [4], Минакова И.В., Распопина Д.И., Бароян А.А. и Быковской Е.И. [6] и Мицек С.А. и Мицек Е.Б. [7].

Представляется незначительным риск прекращения товарооборота со странами ЕАЭС. Хотя надо отметить, что величина торговли с ними по основным экспортным позициям невелика, тем не менее, торговля со странами Союза выделена в исследовании.

В исследовании использована информация Росстата («Российский статистический ежегодник», информационный бюллетень «О промышленном производстве в 2021 году»), ФТС, ЦБ РФ, Федерального Агентства по Рыболовству.

Результаты исследования.

Анализ структуры экспорта позволяет выделить наиболее важные направления торговли для бюджета (с точки зрения получения пошлин) и экономики в целом. А рассмотрение экспорта в разрезе государств позволит получить представление о возможных объёмах торговли, которые могут подвергнуться ограничению или полному прекращению вывоза вследствие санкций. Сведём эти данные в таблицу 1 ниже:

Таблица 1 – Структура экспорта в 2021 г., распределение экспорта по ЕАЭС и недружественным государствам, объёмы производства товаров в России и доля экспорта в их выпуске

Товарная позиция	Экспорт, млрд. $	Доля в экспорте РФ, %	В страны ЕАЭС, млрд. $	Доля ЕАЭС, %	В недружественные страны, млрд. $	То же, %	Выпуск, млн. т	Экспорт, млн. т	Доля экспорта, %
Нефть сырая	110,1	22,4	6,4	5,8	64,8	58,8	524	230,0	43,9
Нефтепродукты	69,9	14,2	1,5	2,2	48,5	69,4	285	144,2	50,6
Газ	64,3	13,1	3,4	5,3	50,1	77,9	662	203,6	30,8
Чёрные металлы	28,8	5,9	3,7	13,0	10,0	34,8	76,8	43,5	56,7
Машины и оборудование	23,4	4,8	3,6	15,4	2,8	12,2	…	…	…
Уголь	17,6	3,6	0,2	1,0	7,3	41,3	432	211,0	48,8
Удобрения	12,5	2,5	0,4	3,0	4,5	35,7	58,6	37,6	64,1
Пшеница и меслин	7,3	1,5	0,4	5,0	0,5	6,9	76,1	27,3	35,8
Алюминий	7,1	1,4	0,3	3,8	4,0	56,9	3,9	3,5	89,2
Рыба	6,6	1,3	0,1	1,8	4,6	69,5	5,1	1,6	32,6
Титан (тыс. т)	4,1	0,8	0,0	0,0	3,5	83,8	25,5	18,7	73,3
Подсолнечное масло	3,1	0,6	0,3	10,4	0,1	1,9	5,1	2,4	47,1
ИТОГО:	354,8	72,2	20,3	5,7	200,6	56,5	СРЕДНЕЕ:		52,1

Источник – Составлено автором по данным Росстата, ФТС, ЦБ РФ, Федерального Агентства по Рыболовству.

Всего в таблице 1 отражены важнейшие товары, составляющие свыше 72% российского экспорта в 2021 г. Основу внешних поставок, составляют минеральные продукты (нефть, газ, уголь), черные и цветные металлы, удобрения, пшеница, рыба, подсолнечное масло.

На долю Евразийского Экономического Союза приходится менее 6% экспорта указанных товаров. В то же время недружественные государства (список на ноябрь 2022 г.) закупают свыше 56% указанной в таблице 1 продукции.

Производство товаров, являющихся основой российского экспорта, имеет высокую долю экспортной составляющей в их выпуске – в среднем она составляет 52,1%. Отразим экспортоориентированность основных предметов вывоза на рисунке 1:

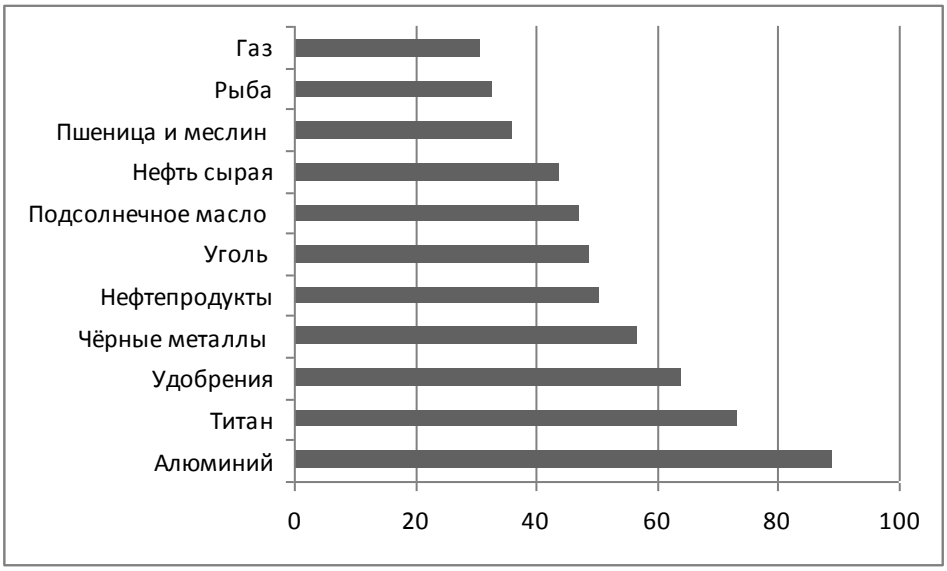


Рисунок 1 - Доля экспорта в производстве отдельных товаров, %
Источник: составлено автором по данным Росстата, ФТС, ЦБ РФ, Федерального Агентства по Рыболовству.

Как следует из данных рисунка 1, практически полностью зависят от экспорта отечественная металлургия и производство удобрений. Эту негативную тенденцию подчёркивают и такие авторы как Алтухов А. И. [1], Дементьева А.С. [3], Петров И.М. [9]. Также высока ориентированность на внешние рынки добычи угля и нефти, производства подсолнечного масла. Лишь в производстве зерновых, вылове рыбы и добыче газа доля экспортной составляющей менее 40% (но более 30%).

Таким образом, благополучие многих отраслей экономики страны, добывающей промышленности, обрабатывающей и сельского хозяйства, напрямую зависит от конъюнктуры внешних рынков. И необходимо изыскивать дополнительные возможности для сокращения этой зависимости и увеличения ёмкости внутреннего рынка. В пользу этого заключения служат и данные о доле недружественных стран в закупках российских товаров (см. рисунок 2 ниже):

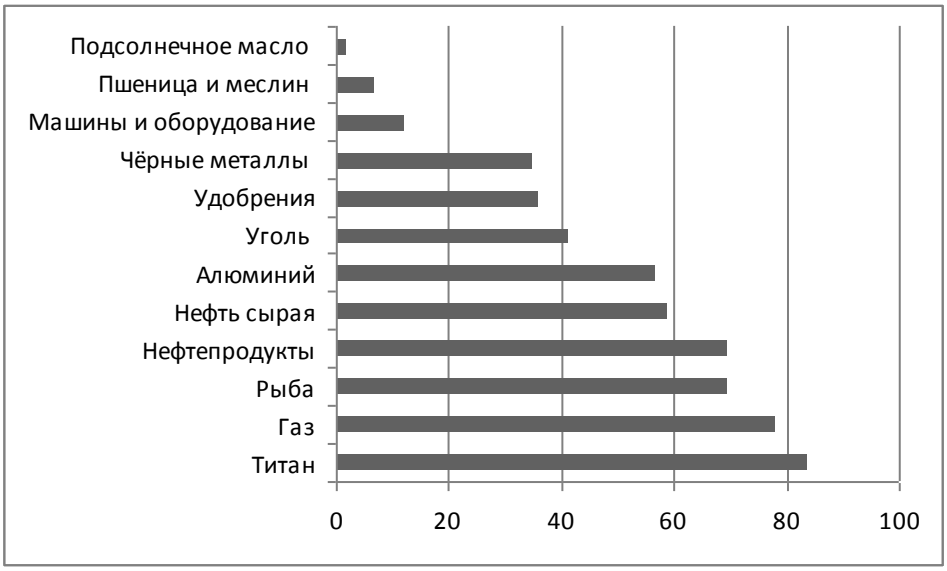


Рисунок 2 - Доля недружественных стран в экспорте отдельных товаров, %. Источник: составлено автором по данным ФТС

Как видно из рисунка 2, недружественные государства имеют значительный вес в закупках практически всех значимых экспортных российских товаров, кроме машин и оборудования, пшеницы и подсолнечных масел. Это связано с тем, что рынки западных стран, как правило, являются закрытыми для российских высокотехнологичных товаров, и допускают лишь поставки сырья и полуфабрикатов (которые, например, занимают значительную долю в экспорте российских металлов). А крупнейшими потребителями отечественной сельхозпродукции являются ближайшие развивающиеся государства – Турция и Египет.

Из информации таблицы 1 и рисунков 1 и 2 следует, что наибольшая зависимость отраслей от экспорта продукции в недружественные государства наблюдается в производстве алюминия и титана: доля экспорта в их производстве составляет 89% и 73% соответственно, а на недружественные страны приходится 57% и 84% вывоза. То есть, 51% выплавки алюминия и 61% производства титана и титановой продукции обеспечены спросом стран Запада.

Заключение. Наблюдается значительная экспортоориентированность производства ряда товаров, как промышленных, так и сельскохозяйственных.

В отдельных случаях доля экспорта может составлять более половины объёма выпуска товаров. Зачастую основная часть вывоза осуществляется в недружественные государства. При этом доля «надёжного» рынка ЕАЭС относительно невелика.

Российская экономика, находясь под западными санкциями, может столкнуться с серьёзным сокращением экспорта, так как доля поставок в недружественные страны в общем производстве важнейших товаров очень велика. А вероятность полного разрыва торговых связей со странами Запада оценивается как очень высокая [13; 14].

Единственным очевидным решением проблемы является переориентация экспорта из недружественных государств в направлении стран, не присоединившихся к санкциям. Однако, это решение имеет логистические препятствия в связи с трудностями морских и воздушных коммуникаций в западном направлении, где расположены крупнейшие портовые, трубопроводные и железнодорожные мощности страны. А возможности быстрого переключения на рынки Азии ограничены пропускной способностью железных дорог до портов Дальнего Востока. Ограниченный эффект может дать стимуляция перевозок по Северному морскому пути или по транспортному коридору Север-Юг через Каспий и Иран.

Список использованной литературы:

1. Алтухов А. И. Российский рынок минеральных удобрений: проблемы и возможности решения / А. И. Алтухов, В. Г. Сычев, Л. Б. Винничек // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. – № 5. – С. 91-98.

2. Волкивская Д. А. Последствия западных санкций и ответных санкций РФ // Вестник современных исследований. – 2018. – № 12.12(27). – С. 84-86.

3. Дементьева А. С. Мировой рынок цветных металлов: место и роль России / А. С. Дементьева // Финансовая экономика. – 2022. – № 5. – С. 106-108.

4. Демина О. В. Поворот на Восток: риски и возможности увеличения экспорта российских энергоресурсов в Китай / О. В. Демина // Регионалистика. – 2016. – Т. 3. – № 6. – С. 47-55.

5. Косенкова Ю. Ю. Российская промышленность под влиянием международных санкций // Социально-экономическое развитие России и регионов в цифрах статистики : Материалы VI международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Тамбов, 05 декабря 2019 года. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2020. – С. 164-174.

6. Внешнеторговые связи России со странами ближнего зарубежья в рамках кампании "поворот на Восток" / И. В. Минакова, Д. И. Распопин, А. А. Бароян, Е. И. Быковская // Фундаментальные исследования. – 2019. – № 12-2. – С. 268-273. – DOI 10.17513/fr.42659.

7. Мицек С. А. Статистический и эконометрический анализ российского экспорта / С. А. Мицек, Е. Б. Мицек // Вопросы управления. – 2021. – № 4(71). – С. 34-48. – DOI 10.22394/2304-3369-2021-4-34-48.

8. Никишина О. Б. Экспортно-сырьевая модель развития экономики России как угроза экономической безопасности страны / О. Б. Никишина, О. А. Чикишева, А. Д. Сурикова // Труды Братского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2019. – Т. 1. – С. 113-117.

9. Петров И. М. Экспортные позиции России на мировом рынке цветных металлов / И. М. Петров // Минеральные ресурсы России. Экономика и управление. – 2020. – № 3(172). – С. 73-75.

10. Толкачев С. А., Донцова О. И., Комолов О. О. Российская промышленность: влияние санкций и перспективы импортозамещения // Экономика, предпринимательство и право. – 2019. – Т. 9. – № 4. – С. 271-288. – DOI 10.18334/epp.9.4.41512.

11. Российский экспорт: развитие и перспективы / А. А. Храмченко, А. И. Богданова, А. В. Последова, И. А. Фадеева // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 35(6). – С. 291-300. – DOI 10.24411/2304-6139-2019-00056.

12. Шайлиева М. М. Посткризисное развитие малого бизнеса в агропромышленном комплексе Центрального федерального округа // Маркетинг и логистика. – 2021. – 1 (33). — с. 82–87.

13. Шайлиева М. М. Трансформация товарной политики регионов // Маркетинг и логистика. – 2021. – 4 (36). — с. 45–50.

УДК 339.9

Гаджимирзоев Г. И. – старший преподаватель кафедры управления бизнесом и сервисных технологий Московского государственного университета пищевых производств, Москва, Россия.

e-mail: virtuoz05@mail.ru

Научный руководитель: Шайлиева М.М., кандидат технических наук, доцент, кафедра управления инновациями, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия.

Reorientation of the export policy of the Russian Federation after the introduction of economic sanctions

Gadzhimirzoev G. - Senior lecturer at the Department of business Management and service technologies Moscow state university of food production, Moscow, Russia.

Scientific adviser: Shajjlieva M., candidate of technical sciences, associate professor, Department of innovation management, State University of management. Moscow, Russia.

Annotation: At the beginning of 2022, Russia faced unprecedented external political and economic pressure from unfriendly states. The sanctions policy by the end of 2022 not only did not decline, but, on the contrary, is becoming even larger. The most sensitive blow was directed at foreign trade operations. Since a number

of Russian sectors of the economy have a high export component of production, in order to maintain the stability of the functioning of the national economy, an accelerated redirection of trade flows to those states that have not joined the sanctions against Russia is required.

Particular attention is drawn to goods whose trade in foreign markets has the greatest weight both in the total volume of their production and in the structure of the country's foreign trade. This primarily concerns mineral products, metals, agricultural and chemical products, machinery and equipment. The export of many of these goods was primarily directed to countries that today make up the list of states unfriendly to Russia.

Based on this, it is an urgent task to study the structure of exports and the export component in the production of the most important products of industrial and agricultural production and the mining industry. As well as the distribution of the export of these products by country in order to determine the volume of production that, in the event of further tightening of the sanctions regime, may not be in demand in the traditional markets for its implementation. Thus, the study substantiates the need to reorient Russia's export policy in order to prevent a significant reduction in the level of industrial production and export earnings.

The development of this topic could be a more detailed coverage of certain promising areas of export and import, to which trade flows can be redirected after the introduction of prohibitive measures against our country. As well as an analysis of the consumer potential of emerging markets for our products.

Ключевые слова: внешняя торговля, недружественные государства, санкции, структура, угрозы, экспорт, экспортная политика, foreign trade, unfriendly states, sanctions, structure, threats, export, export policy.

Трансформация регулирования международной торговли: первые результаты пост-пандемического функционирования мировых рынков

Ерохин Василий Леонидович

Аннотация: Пандемия COVID-19 оказала очевидное влияние на многие сферы экономики и национальные и глобальные рынки. Относительно кратковременные эффекты трансформируются в долгосрочные тенденции, которые определяют характер функционирования и развития мировой экономики на ближайшие годы. Не менее существенные изменения претерпевают экономические и торговые взаимоотношения между странами в период после-пандемического восстановления мировых рынков. Формируется новая экономическая реальность, характерные черты которой требуют изучения и анализа на предмет возможного смягчения крайних проявлений волатильности, стабилизации цен на важнейшие товары, укрепления стабильности цепочек поставок и поддержки национальных производителей. В статье обобщаются наиболее яркие тенденции современного функционирования и перспективного развития мировых рынков в ранний период пост-пандемического восстановления мировой экономики в 2021-2022 гг.

С ранних этапов распространения пандемии COVID-19 характерными тенденциями в сфере международной торговли стали стремительные (и зачастую непоследовательные) изменения правил и практик торговли, корректировки мер, отказ от одних мер и введение новых, отражающих крайне динамичную ситуацию в мировой экономике [12]. Несмотря на существенный спад остроты пандемии к 2022 г. и восстановление большинства мировых рынков, согласно представленному Всемирной торговой организацией (ВТО) Обзору изменений в международной торговой среде [19], среднесрочный прогноз перспектив развития международной торговли ухудшился на фоне новых вызовов, таких как мировая инфляция,

волатильность рынка энергоносителей, рост угроз стабильности поставок продовольствия, а также беспрецедентно возросшая напряженность в отношениях между странами [4, 9]. Ожидается, что международная торговля товарами замедлится во второй половине 2022 г. и относительно стабилизируется на достигнутом уровне практически без роста в 2023 г. ВТО ожидает, что объем мировой торговли товарами вырастет на 3,5% в 2022 г. (незначительно по сравнению с предыдущей оценкой в 3,0%), за которой последует увеличение всего на 1,0% в 2023 г.

Ожидается, что спрос на импорт снизится по мере замедления роста в ведущих экономиках по разным причинам [11]. В Европе высокие цены на энергоносители будут не только повышать издержки в большинстве отраслей, но и подавлять потребительскую активность домохозяйств. В США жесткая денежно-кредитная политика с большой долей вероятности приведет к сокращению чувствительных к процентным ставкам расходов на жилье и товары длительного пользования, а также на инвестиции в основной капитал [8]. Китай постепенно ослабляет противопандемические меры, но периодические сбои в производственных и логистических цепочках продолжают негативно сказываться на перспективах восстановления экономики, особенно на фоне крайне медленно растущего внутреннего спроса [7, 13]. Многие развивающиеся и практически все наименее развитые экономики сталкиваются с угрозами продовольственной безопасности и возникновения долгового кризиса из-за растущих расходов на импорт энергоносителей и прочих жизненно важных товаров [14].

Согласно оценкам экспертов ВТО [19], рост международной торговли замедлится после резкого восстановительного роста в 2022 г., но тем не менее останется положительным в 2023 г. Однако, текущая ситуация в мировой экономике (даже не столько экономическая, сколько политическая) настолько непредсказуема, что любые прогнозы могут быть нарушены практически одномоментно. Такая крайняя непредсказуемость

экономической ситуации и волатильность рынков определяют лицо современной новой нормальности мирового экономического развития [16, 17]. Если текущие оценки ВТО окажутся верны, рост объемов международной торговли по итогам 2022 г. может в конечном итоге составить от 2,0% до 4,9%, а в 2023 г. может сократиться на целых 2,8% (худший сценарий при условии материализации экономических и политических рисков) или, напротив, вырасти на целых 4,6% (наиболее оптимистичный сценарий).

Цены на энергоносители в сентябре 2022 г. выросли на 47% в годовом исчислении и на 125% по сравнению с январем 2021 г. (рис. 1). В частности, цена природного газа выросла на 118% в годовом исчислении и на 433% с января 2021 г. Рост цен на сырую нефть в годовом исчислении невелик по сравнению с ростом цен на природный газ, но влияние такого роста на потребителей по-прежнему остается значительным [1]. Цены на сырую нефть остаются высокими, поднявшись на 64% с января 2021 г.

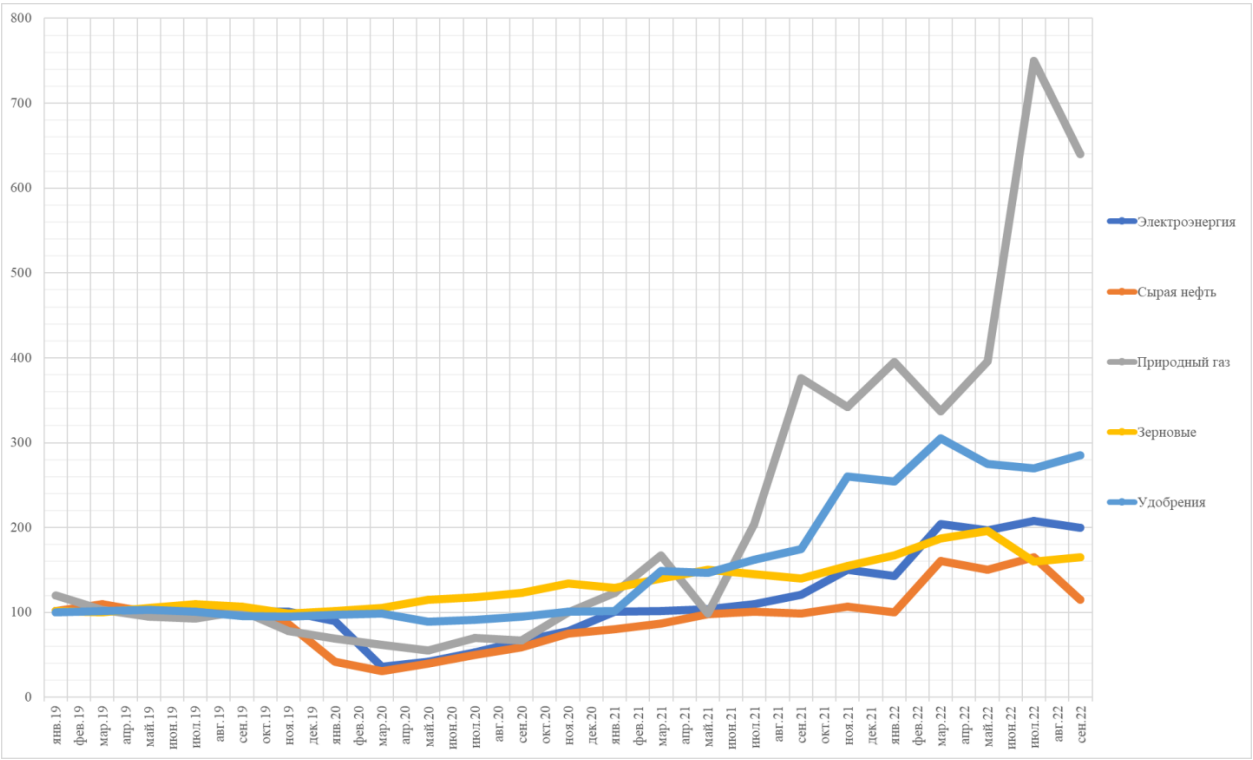


Рисунок 1 - Индекс среднемесячных цен на основные мировые товары в 2019-2022 гг. (2019 = 100)

Цены на природный газ сильно различались по регионам с 2021 г. В сентябре 2022 г. цены на газ в Европе были более чем в восемь раз выше их уровня в январе прошлого года. На американском рынке цены хоть и выросли почти втрое за тот же период, но остались низкими по сравнению с Европой ($7,76/млн. БТЕ в США по сравнению с $59,10/млн. БТЕ в Европе). Переориентация импорта природного газа европейскими странами с России на альтернативных поставщиков также привела к росту стоимости сжиженного природного газа в Азии на 141% с января 2021 г. Европейские цены на газ по состоянию на конец осени 2022 г. остаются на исторически высоких уровнях. При этом мировая цена на нефть несколько снизилась по сравнению с пиком летом 2022 г., но такое снижение скорее указывает на сокращение спроса на нефть, а не на улучшение ситуации с предложением.

Мировые цены на продовольствие резко выросли, особенно с начала 2022 г. из-за того, что как Россия, так и Украина являются одними из крупнейших в мире поставщиков зерновых и удобрений [2, 3]. В целом, мировые цены на зерновые выросли на 21% в годовом исчислении в сентябре 2022 г., при этом пшеница подорожала на 24%. В апреле 2022 г. на пике роста цен увеличение цены зерновых составило 33%, а пшеницы – 76%. Ухудшение как физической, так и экономической доступности продовольствия представляет серьезную угрозу продовольственной безопасности, особенно в развивающихся странах, где доля расходов на питание в среднем бюджете домохозяйств гораздо выше соответствующего показателя в развитых странах. Многие национальные валюты существенно потеряли в весе по отношению к доллару США, что сделало импорт продовольствия и энергоносителей более дорогим в пересчете на национальную валюту. Потенциально более тревожным для продовольственной безопасности является динамика цен на удобрения (рост на 75% в годовом исчислении в сентябре 2022 г. после утроения с 2020 г.). Сокращение поставок и повышение цен могут привести к тому, что фермеры

будут использовать меньше удобрений или обходиться без них, что снизит урожайность.

В июле 2022 г. объем мировой торговли пшеницей снизился почти на 20% по сравнению с мартом 2022 г., но при этом снижение по сравнению с июлем 2021 г. оставило всего 4% (рис. 2). Отдельные страны отреагировали на повышение цен сокращением потребления и импорта [10]. Так, с марта 2022 г. объемы импорта пшеницы снизились в Боливии (-69%), Иордании (-41%), Замбии (-38%), Нигерии (-37%) и Эквадоре (-30%).

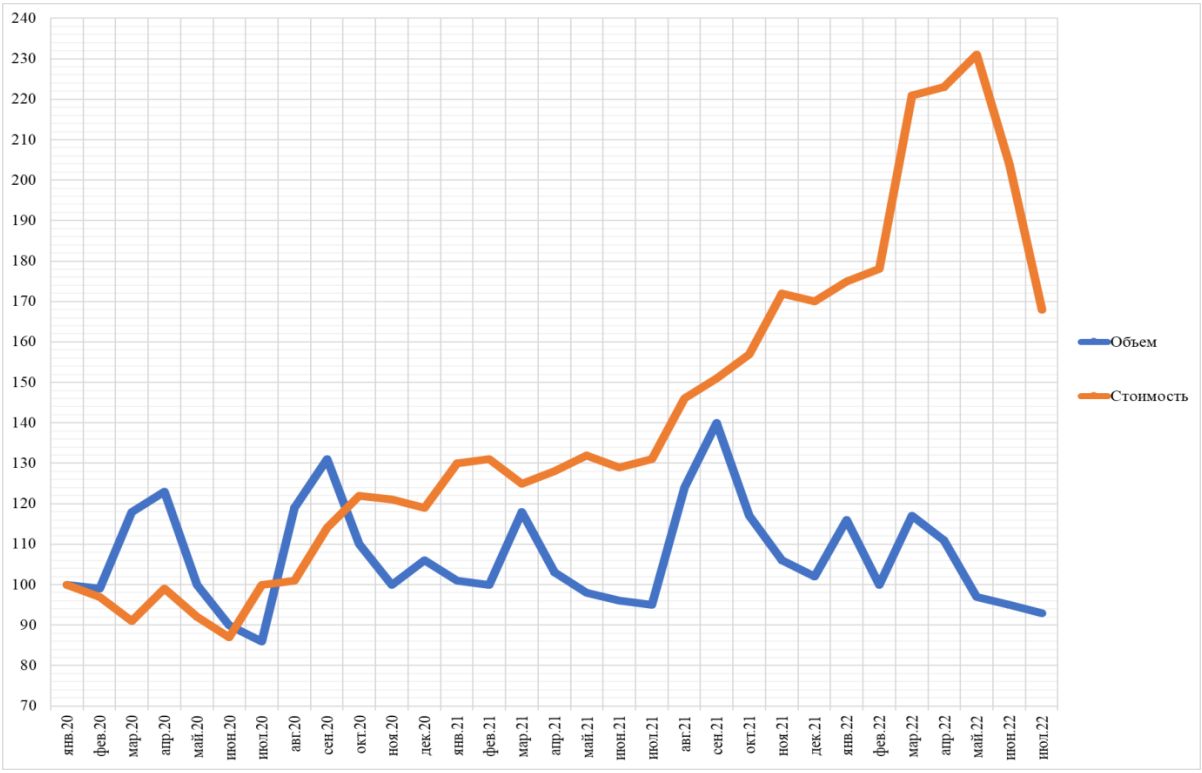


Рисунок 2 - Индексы оценочных объема и стоимости мирового экспорта зерновых в 2020-2022 гг. (январь 2020 = 100)

В странах СНГ во II квартале 2022 г. было зарегистрировано значительное снижение экспорта по сравнению с предыдущим кварталом (на 10,4%) из-за введения санкций против России [6] (рис. 3). Экспорт из Южной Америки, Африки и особенно из региона Ближнего Востока вырос в гораздо большей степени, чем ранее прогнозировалось ВТО для первых двух кварталов 2022 г., что помогло компенсировать сокращение поставок из

региона СНГ. Экспорт из Северной Америки, Европы и Азии в первом полугодии в целом соответствовал прогнозам экспертов ВТО.

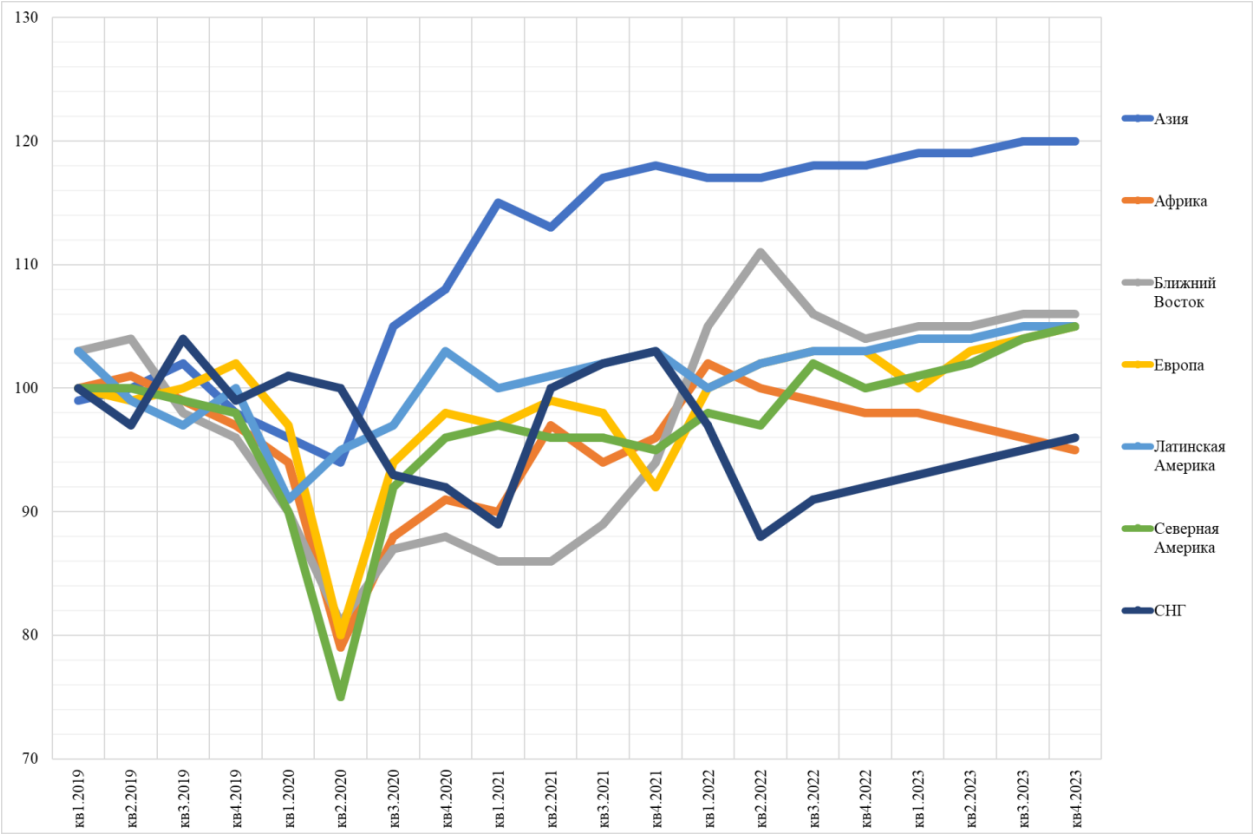


Рисунок 3 - Индекс стоимости экспорта товаров по регионам мира в 2019-2022 гг. и прогноз на 2023 г. (2019 = 100)

Что касается импорта, то во втором квартале 2022 г. объем импорта в регионе СНГ сократился на 21,7%, также частично в результате экономических санкций против России (рис. 4). Страны Латинской Америки, Ближнего Востока и отдельные страны Африки увеличили объем закупок различных товаров на мировом рынке, поскольку высокие цены на сырьевые товары увеличили их экспортные доходы, позволив тем самым соответствующим образом увеличить и импорт [5]. Северная Америка и Европа продемонстрировали более ощутимый, чем ожидалось, рост импорта в первой половине 2022 г., а импорт в страны Азии стагнировал (рост в годовом исчислении всего на 0,7%).

Согласно прогнозу ВТО, по итогам 2022 г. страны Ближнего Востока зафиксируют наиболее ощутимый рост экспорта среди всех регионов мира (14,6%). За ними последуют страны Африки (6,0%), Северной Америки (3,4%), Азии (2,9%), Европы (1,8%) и Латинской Америки (1,6%). Объем экспорта из стран СНГ в стоимостном выражении сократится на 5,8%. На Ближнем Востоке также будет наблюдаться наиболее высокий рост импорта (11,1%). За странами Ближнего Востока последуют страны Северной Америки (8,5%), Африки (7,2%), Латинской Америки (5,9%), Европы (5,4%), Азии (0,9%) и СНГ (-24,7%). Одной из характерных тенденций является стабильность роста объема международной торговли в Африке и на Ближнем Востоке в 2022 г. В 2023 г. в этих регионах ожидается сравнительно незначительное снижение экспорта, но импорт останется высоким (рост на 5,7% по обеим позициям).

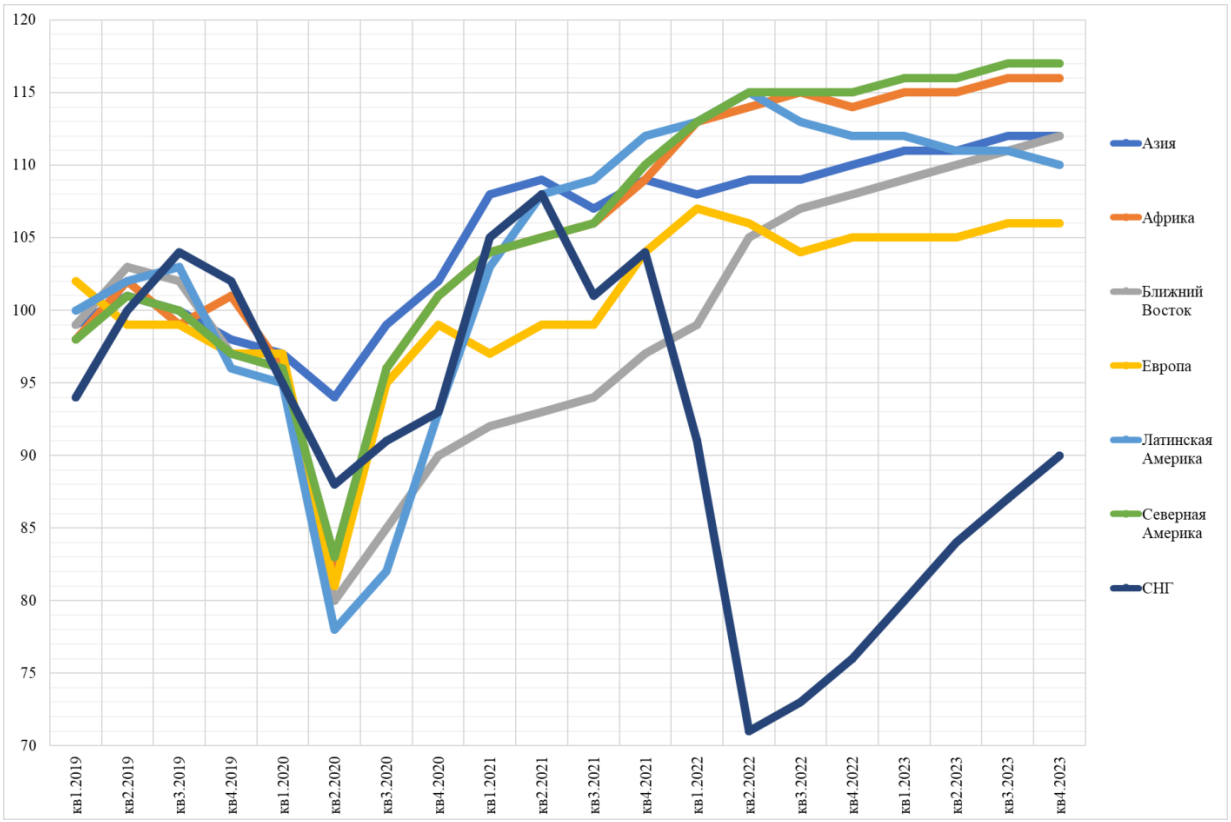


Рисунок 4 - Индекс стоимости импорта товаров по регионам мира в 2019-2022 гг. и прогноз на 2023 г. (2019 = 100)

В целях смягчения эффектов пандемии, как для внешней торговли, так и в целом для экономического развития правительствами стран-членов ВТО были введены в общей сложности 943 торговые меры, включая меры, облегчающие торговлю, меры по исправлению положения в торговле и другие торговые и связанные с торговлей меры.

В частности, было зарегистрировано 376 новых мер по упрощению процедур торговли (39,9% от общего числа зарегистрированных мер в сфере внешней торговли). Большинство мер по упрощению процедур торговли касаются импорта. Снижение или отмена импортных тарифов (257 мер или 68,4%) составляют основную часть мер по содействию торговле, за которыми следует отмена или упрощение количественных ограничений на экспорт (38 мер или 10,1%) и импорт (32 меры или 8,5%). Среднемесячный показатель в 31,3 меры содействия в период пандемии является самым высоким с 2012 г. Торговый охват мер по облегчению импорта оценивается в $1,04 трлн., т.е. 4,7% от стоимости мирового товарного импорта. Охват торговлей является вторым по величине показателем, зарегистрированным для такого рода мер с октября 2012 г. Категории товарной номенклатуры ВЭД, в рамках которых было принято большинство мер по упрощению импорта (охват торговли), включают минеральное топливо и масла (20,5%), электрические машины и их части (11,8%), машины и механические приспособления (9,3%) и органические химикаты (8,2%). Торговый охват мер по содействию экспорту составил $122,1 млрд., т.е. 0,6% от стоимости мирового товарного импорта. Наибольшее количество мер были введены по отношению к минеральному топливу и маслам (46,4%), растительным маслам (26,7%) и зерновым (10,0%). В целом, торговый охват мер по содействию импорту и экспорту, введенных в 2021-2022 гг., оценивается в $1,16 трлн.

Достигнув своего пика в 2020 г., среднее число инициаций торговых мер в 2021-2022 гг. составило 10,9 в месяц, что является самым низким показателем с 2012 г. Среднемесячное число прекращений торговых

процедур составило 18,5, что немного выше, чем в 2020 г. Торговый охват всех расследований по исправлению положения в сфере торговли, начатых в 2021-2022 гг., составил $8,3 млрд. (0,04% от стоимости мирового товарного импорта), что является самым низким показателем с 2013 г. Что касается прекращения, то торговый охват оценивался в $14,0 млрд. (0,06% от стоимости мирового товарного импорта). Меры по исправлению положения в сфере торговли, принятые в 2021-2022 гг., включали инициирование расследований в отношении изделий из железа и стали (22,6%), различных химических продуктов (18,6%), керамических изделий (7,6%) и пластмасс и изделий из них (7,5%).

В отношении членов ВТО и наблюдателей было зарегистрировано в общей сложности 214 новых торговых ограничительных мер. Большинство зарегистрированных торговых ограничительных мер являются экспортными мерами. Впервые с начала мониторинга торговли количество новых экспортных ограничений (129 или 60,3% от общего числа) превысило количество ограничений на импорт (85 или 39,7%). Экспортные ограничения в основном включали введение количественных ограничений и повышение экспортных пошлин. Ограничения на импорт состояли в основном из повышения импортных тарифов с последующим введением количественных ограничений. В среднем 17,8 торговых ограничительных мер в месяц является самым высоким показателем с 2016 г. Торговый охват мер по ограничению импорта оценивался в $163,5 млрд., т.е. 0,7% от стоимости мирового товарного импорта. Ограничительные меры по импорту охватывают широкий спектр товаров. Основными категориями стали драгоценные металлы и камни (35,8%), машины и механические приспособления (10,7%), электрические машины и их части (10,2%) и чугун и сталь (7,5%). Торговый охват мер по ограничению экспорта оценивался в $114,5 млрд., т.е. 0,5% от стоимости мирового товарного экспорта. В данной части основными категориями товаров стали растительные масла (28,0%),

зерновые (21,6%), машины и механические приспособления (9,7%) и электрические машины и их части (5,6%). В целом, торговый охват ограничительных мер по импорту и экспорту, введенных в 2021-2022 гг., оценивался в $278,0 млрд.

С момента вспышки пандемии было введено 443 торговых и связанных с торговлей мер в области товаров, из которых 246 меры (55,5% от общего числа) носили облегчающий торговлю характер, 197 (44,5%), напротив, ограничивали торговлю. В течение 2021 г. и особенно в 2022 гг. многие из введенных мер были поэтапно отменены, в частности, ограничительные меры. По состоянию на октябрь 2022 г. были отменены 134 (54,5%) меры по облегчению торговли и 156 (79,2%) мер, ограничивающих торговлю. Снижение или отмена импортных тарифов и налогов на импорт составляют почти 81,7% мер по содействию торговле, принятых с начала пандемии. Как правило, снижение тарифов касалось важнейших товаров, таких как средства индивидуальной защиты, дезинфицирующие средства, медицинское оборудование и медикаменты. Во многих случаях снижение тарифов также сопровождалось освобождением от НДС и других налогов.

Отказ от введенных на ранних стадиях пандемии мер или их трансформация были особенно характерны для экспорта. По состоянию на октябрь 2022 г. все еще действовали 27 экспортных ограничений. Стоимостной объем мер по содействию торговле, принятых с начала пандемии, оценивается в $389,8 млрд., а объем мер, ограничивающих торговлю, – в $253,5 млрд. Ограничительные меры, отмененные с начала пандемии, оцениваются в $118,9 млрд., а меры по содействию торговле – в $217,4 млрд. Хотя число действующих торговых ограничений и сократилось, их торговый охват остается существенным (41 ограничение импорта и экспорта – $134,6 млрд.) по сравнению с мерами по содействию торговле (112 мер по импорту и экспорту – $172,4 млрд.).

Таким образом, спустя практически три года с начала пандемии COVID-19, практики применения ограничительных мер в сфере международной торговли остаются неоднозначными [15]. Экспортные ограничения способствуют дефициту, волатильности цен и неопределенности. Цепочки поставок испытывают на себе продолжающиеся последствия пандемии COVID-19, самой высокой инфляции, с которой многие страны сталкивались за последние десятилетия, и последствий ужесточения денежно-кредитной политики [18]. В такой ситуации ведущие экономики мира должны продемонстрировать готовность последовательно открывать свои рынки и придерживаться предсказуемых правил и стандартов торговли.

Список использованной литературы:

1. Арский А.А. Анализ динамики экспорта российской нефти с учетом аспекта пандемии COVID-19 // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2021. – № 1. – С. 5-10.

2. Арский А.А. Анализ конъюнктуры внешней торговли Российской Федерации с учетом аспекта пандемии COVID-19 // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2020. – № 4. – С. 20-25.

3. Арский А.А. Проблемы формирования комплексного прогноза динамики внешнеторговой деятельности России с учетом аспекта пандемии COVID-19 // Маркетинг и логистика. – 2020. – № 5 (31). – С. 5-9.

4. Бибик Т.Б., Козловская З.Н. Торговля и глобальные производственные цепи в условиях пандемии COVID-19 // Труд. Профсоюзы. Общество. – 2022. – №1 (75). – С. 14-22.

5. Дробот Е.В. Конкурентоспособность стран Африканской континентальной зоны свободной торговли в условиях пандемии COVID-19 // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – Т. 11, № 2. – С. 869-896.

6. Енин Ю.И., Подобед Н.А., Пацай Л.С. Современное состояние и отдельные направления развития взаимной торговли стран-членов ЕАЭС в

условиях пандемии COVID-19 // Белорусский экономический журнал. – 2021. – № 3 (96). – С. 29-39.

7. Ерохин В.Л. Влияние пандемии COVID-19 на экономику Китая: предварительная оценка и прогноз восстановления // Маркетинг и логистика. – 2021. – № 1 (33). – С. 5-16.

8. Ерохин В.Л. Мировая торговля и рынки в 2020-2021 гг. под влиянием пандемии COVID-19 // Маркетинг и логистика. – 2021. – № 4 (36). – С. 10-22.

9. Матюшина В.С., Степанова И.С. Влияние пандемии вируса COVID-19 на транспортное обеспечение международной торговли // Вестник науки. – 2021. – Т. 4, № 5 (38). – С. 119-124.

10. Сидоренко Т.В. Перспективы развития внешней торговли МЕРКОСУР после пандемии COVID-19 // Самоуправление. – 2021. – № 1 (123). – С. 442-445.

11. Филин С.А., Помазкин П.В. Развитие новых форм торговли в условиях пандемии COVID-19 // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2021. – Т. 2, № 8 (116). – С. 80-92.

12. Шевчук В.О. Анализ мировой торговли в условиях пандемии COVID-19 // Студенческий форум. – 2021. – № 2-3 (138). – С. 92-95.

13. Erokhin, V., & Gao, T. (2022). New Eurasian Land Bridge: The Connectivity-Inputs-Growth Triangle. *International Journal of Transport Economics*, *XLIX*(2), 207-229.

14. Gao, T., Erokhin, V., Arskiy, A., & Khudzhatov, M. (2021). Has the COVID-19 Pandemic Affected Maritime Connectivity? An Estimation for China and the Polar Silk Road Countries. *Sustainability*, *13*(6), 3521.

15. Mena, C., Karatzas, A., & Hansen, C. (2022). International Trade Resilience and the COVID-19 Pandemic. *Journal of Business Research*, *138*, 77-91.

16. Prabhakar, A.C., & Erokhin, V. (2020). Globalization: Reshaping the

World Economy in the 21st Century. In A. Prabhakar, G. Kaur, & V. Erokhin (Eds.), *Regional Trade and Development Strategies in the Era of Globalization* (pp. 1-24). Hershey, PA: IGI Global.

17. Prabhakar, A.C., Erokhin, V., & Godara, R.S. (2020). Economic Integration of African Economies with China and India. In A. Prabhakar, G. Kaur, & V. Erokhin (Eds.), *Regional Trade and Development Strategies in the Era of Globalization* (pp. 25-48). Hershey, PA: IGI Global.

18. Verbeke, A., & Yuan, W. (2021). A Few Implications of the COVID-19 Pandemic for International Business Strategy Research. *Journal of Management Studies, 58*(2), 597-601.

19. Word Trade Organization. (2022). *Overview of Developments in the International Trading Environment*. Geneva: Word Trade Organization.

УДК 339.9

Ерохин В. Л. – кандидат экономических наук, доцент, Институт экономики и менеджмента, Харбинский инженерный университет, Харбин, КНР.

E-mail: basilic@list.ru

Transformation of International Trade Regulation: The Early Results of the Post-Pandemic Operation of World Markets

Erokhin V. – Associate Professor, School of Economics and Management, Harbin Engineering University, Harbin, China.

Annotation: The COVID-19 outbreak has exerted an obvious impact on many sectors of the economy and national and global markets. Relatively short-term effects have been transforming into long-term trends that will determine the development of the world economy in the coming years. Economic and trade relations between countries are undergoing no less significant changes on the background of the post-pandemic recovery of world markets. A new economic reality is being formed, the characteristic features of which require study and

analysis for possible mitigation of extreme volatilities, stabilization of prices for essential goods, strengthening the stability of supply chains, and supporting domestic producers. The paper summarizes the most striking trends in the current functioning and prospective development of world markets in the early period of the post-pandemic recovery of the world economy in 2021-2022.

Ключевые слова: международная торговля, пост-пандемическое восстановление, регулирование, *international trade, post-pandemic recovery, regulation.*

Развитие системы менеджмента качества на основе лабораторных комплексов

Запрудская Ульяна Михайловна

Аннотация: в статье рассмотрены фундаментальные основы и требования к системе менеджмента качества и её документации. Представленный обзор реализации лабораторного контроля на основе менеджмента качества, рассматривается как элемент повышения качества производства продукции.

Качеством пищевой продукции в первую очередь должны быть заинтересованы производители. Так как качество, является не только непреложным требованием стандартизации и государственного контроля, но и является мощным инструментом конкурентного воздействия на рынок. Покупателей привлекают стандартные качественные показатели за счет четко организованной схемы контроля, снижение брака. Система менеджмента качества обеспечивает конкретную способность производства, удовлетворяет требования надзорных органов, уменьшает материальные и финансовые потери, увеличивает рентабельность и размер прибыли [1].

Только в лаборатории возможен жесткий и тщательный контроль качества пищевой продукции [2]. Время, в которое мы живем, заставляет производителя беспокоиться о сырье и качестве конечной продукции. При ошеломляющей конкуренции без этого есть большая вероятность, что другой производитель предложит товар лучше — это с одной стороны, с другой, в эпоху массовой информации необходимо поддерживать безупречную репутацию, без чего невозможен успешный бизнес в условиях конкуренции. Отсюда следует, что лабораторный контроль должен быть, и осуществляться на высшем уровне — что и будет являться залогом повышения уровня конкурентоспособности предприятия и устойчивого развития его деятельности. В лаборатории возникают сложности по организации:

1. Нехватка квалифицированных кадров;

2. Высокие затраты, сложность управления, недостатки автоматизации.

Существуют также сложности с изменяющимися нормативно-техническими документами и аккредитацией, поэтому создание системы качества лаборатории поможет решить эти проблемы.

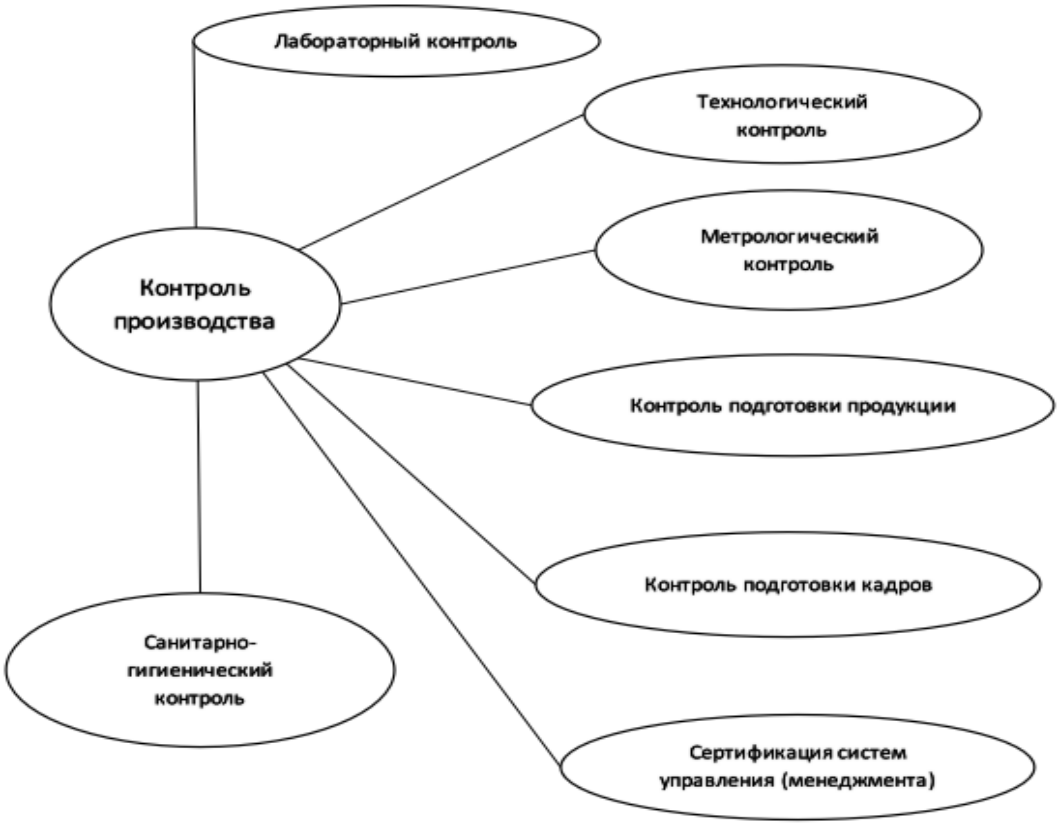


Рисунок 1 - Лабораторный контроль как составляющая всестороннего контроля технологического процесса

На крупных пищевых предприятиях существуют собственные лаборатории, осуществляющие полный контроль, а малые предприятия ограничиваются визуальным и органолептическим с помощью сопроводительной документации. Системы качества лаборатории состоят из элементов, которые взаимосвязаны между собой:

1. Персонал
2. Инфраструктура
3. Документация

4. Испытания, анализ, исследования, тестирования

Лаборатория является подразделением, контролирующим качество продукции предприятия, соответственно контролирующего вероятность успеха предприятия на рынке. Функциями лабораторного комплекса предприятия является:

1. Контроль качества сырья, полуфабрикатов и вспомогательных материалов, поступающих на предприятие и находящихся на складе (входной контроль);

2. Анализ в процессе производства в целях проверки соблюдения технологических параметров, предупреждение брака продукции (промежуточный контроль);

3. Контроль качества готовой продукции, согласно установленным показателям и стандартам.

Для системы менеджмента качества важным моментом является отслеживание продукции по всей цепочке производственной деятельности. На стадии поступления мясного сырья на переработку, необходимо иметь информацию: с каких хозяйств, ферм привезено сырье, прошли ли сертификацию корма согласно требованию системы ГОСТ Р, соблюдены ли правила убоя согласно приказу Минсельхоза от 09.04.2022 г. и не нарушены ли правила перевозки. Лаборатория, в свою очередь, должна осуществлять входящий контроль на основании комплекта системы менеджмента качества, указанного далее [3].

Документы, регламентирующие работу лаборатории -унифицированы, хотя и требуют особого подхода при применении в соответствии со спецификой производства. Существует такой документальный комплекс, как - «Комплект документации системы менеджмента качества лаборатории». Комплект разработан квалифицированными специалистами, знающими оборудование, методы проведения испытаний, расчетов, организацию работы, анализы, методики и требования к ним. Комплект разработан на

основе международных стандартов ГОСТ ISO/IEC 17025:2019 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий» и аккредитации «Россаккредитации». В соответствии с требованием Приказа Минэкономразвития №707 от 01.01.2021 позволяет с помощью комплекта провести аккредитацию лаборатории. Комплект документации системы менеджмента качества был изначально разработан на примере лаборатории испытания нефтепродуктов, но легко адаптируется в любой вид деятельности. В состав комплекта входят документы: основная документация системы менеджмента качества лаборатории и типовые формы. Основные документы:

1. Положение о лаборатории
2. Положение о независимости и беспристрастности лаборатории
3. Положение о конфиденциальности информации
4. Цели в области качества испытательной деятельности
5. Организационная структура положение о подразделениях
6. Должностные инструкции
7. Руководство по качеству испытательной лаборатории
8. Управление документированной информации лаборатории
9. Управление оборудованием лаборатории,
10. Контроль условий внешней среды
11. Разработка методик количественного химического анализа
12. Внедрение методик количественного химического анализа в лаборатории
13. Контроль качества результатов испытаний
14. Управление пробами
15. Корректирующие действия
16. Предупреждающие действия
17. Внутренние аудиты
18. Управление несоответствиями

19. Взаимодействие с заказчиками
20. Проведение испытания
21. Документы по выращиванию и безопасного забоя скота

Типовые формы связаны с основными документами и необходимы для поддержки работы системы качества лаборатории: акты, графики, журналы, задания, записки, заявки, заявления, сметы, отчеты, планы, приказы, протоколы, реестры и прочие формы. Полный комплект системы менеджмента качества содержит более 180 документов.

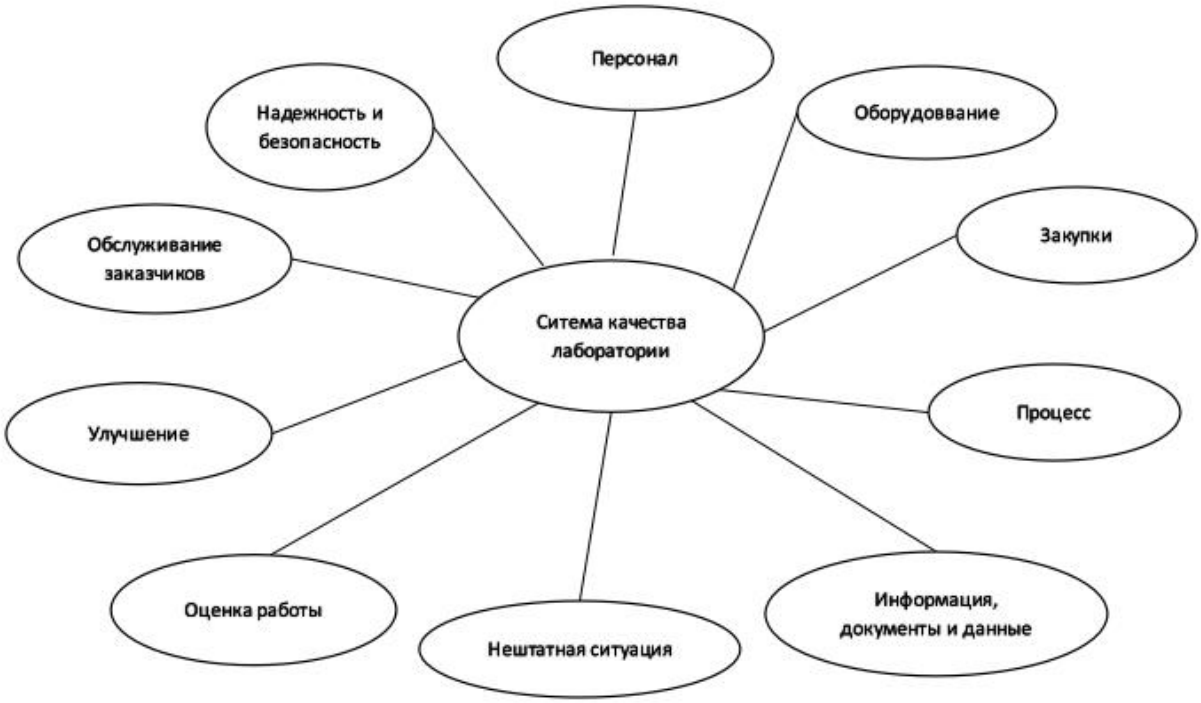


Рисунок 2 - Структура системы качества лаборатории

Это основа для управления качеством, необходимое для любой пищевой лаборатории, а также любой области деятельности и соответствующего типа.

В Российской Федерации регламентируются стандарты для системами качества лаборатории ГОСТ ISO 9001:2015, ГОСТ ISO/IEC 17025:2019 и т.д., которые определяют общие требования к различным видам лабораторий: аналитическим, медицинским, испытательным, исследовательским, но есть и специфические решения вопросов.

Рисунок 3 - Элементы регулирования системы менеджмента качества лаборатории

Для системы менеджмента качества используется стандарт ГОСТ ISO 9001:2015 (ГОСТ Р ИСО 9001:2015). Выполнение требований стандартов является гарантией соответствия критерием аккредитации. Применительно к лаборатории установлены требования системы менеджмента качества ГОСТ ISO/IEC 17025:2019 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий» в упрощенном виде. По основному закону 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» в Российской Федерации, не предусмотрено обязательное внедрение систем управления качеством в пищевой промышленности, но предлагается введение в лаборатории системы менеджмента качества, так как большинство производителей заинтересовано в системе менеджмента, в следствие этого повысится качество продукции.

Лаборатории в ближайшей перспективе своего развития, должны проводить исследования не только в области обеспечения и безопасности качества выпускаемой продукции, но и принимать участие в мероприятиях исследования стандартов в проектах импортозамещения, так как Российской Федерации требуется преобразования во внутреннем менеджменте и качестве [5].

Все направления деятельности лаборатории, приводят к достижению точности, надежности, помогают грамотно составить план, своевременно обеспечить результатами измерений, анализа, тестирования.

Изложенная выше ситуация доказывает:

1. Нормативное регулирование стандартизации в Российской Федерации не отвечает в полной мере текущим вызовам глобальной экономики. Как следствие – необходимо интенсифицировать работу по разработке стандартов качества в кооперации с коллегами по ЕАЭС и СНГ, а также в формате ШОС, так как это отвечает текущему положению в трансформации глобальной экономики [6].

2. Лаборатории пищевых предприятий, могут стать полигонами для апробации исследований в области стандартизации, на основе как прямых соглашений с уполномоченными государственными органами, так и на основе действий в союзах и ассоциациях.

Введение системы менеджмента качества улучшит деятельность лаборатории и конкурентоспособность, соответствие установленным стандартам. В случае выхода компании на мировой рынок, необходимо провести сертификацию систем менеджмента качества в международной или национальной системе аккредитации. Во многих странах существуют соглашения о признании этих результатов.

Научная новизна исследования состоит в формировании вывода о необходимости разработки подходов к организации исследований на базе лабораторий предприятий пищевых производств, которые могут сыграть определяющую роль в стандартизации импортозамещаемой продукции [7].

Необходимо отметить, что все исследования, которые проводятся в области стандартизации, должны носить прикладной характер и обеспечивать постепенный переход к этим стандартам в перспективе ближайших 3 лет, что совпадает с процессом трансформации международной экономики нового типа.

Список используемой литературы:

1. Запрудская У. М. Экономические аспекты внедрения и развития национальных стандартов // Маркетинг и логистика. – 2021. – 6 (38). – с. 19-32.

2. Запрудская У. М. Экономические аспекты стандартизации в пищевой промышленности // Маркетинг и логистика. – 2021. – 3 (35). – с. 25-37.

3. Министерство Сельского Хозяйства Российской Федерации Приказ "О качестве и безопасности пищевых продуктов" от 28 апреля 2022 года № 269

4. ГОСТ ISO/IEC 17025 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий» от 09 августа 2019

5. Шайлиева М. М. Трансформация товарной политики регионов // Маркетинг и логистика. – 2021. – 4 (36). — с. 45-50.

6. Арский А.А. Продовольственная безопасность Евразийского экономического союза в контексте мясомолочной отрасли агропромышленного комплекса России // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2021. – № 1. – С. 171-177.

7. Арский А.А. Исследование проблем импортозамещения в курсовых и дипломных работах студентов вузов // Мир современной науки. – 2016. – № 1(35). – С. 31–33

УДК 338.006

Запрудская У. М. — студентка группы 20-э-4, ФГБОУ ВО Московский государственный университет пищевых производств, Москва, Россия.

e-mail: ulyana.keller@yandex.ru

Научный руководитель: Арский А.А., к.э.н., доцент, доцент Департамента логистики и маркетинга, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

Development of a quality management system based on laboratory complexes

Zaprudskaya U. - student of group 20-э-4, Moscow state university of food production, Moscow, Russia.

Scientific adviser - Arskiy A., Candidate of economic sciences, associate professor. Department of logistics and marketing. Financial university under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Annotation: the article discusses the basics and requirements for the quality management system and its documentation. The presented review of the implementation of laboratory control based on quality management is considered as an element of improving the quality of production.

Ключевые слова: система менеджмента качества, лабораторный контроль, quality management system, laboratory prospects.

Диверсификация российского экспорта сжиженного природного газа в аспекте Азиатско-Тихоокеанского региона

Костюк Елена Александровна

Аннотация: в статье обусловлена необходимость диверсификации российского экспорта сжиженного природного газа. В связи с событиями 2022 г., страны Евросоюза ввели санкции против России, связанные с ограничением поставок российского экспорта энергоносителей. Так как эти страны занимают существенную долю в российском экспорте, прекращение поставок сжиженного природного газа может привести к крайне негативным последствиям для экономики России. Следовательно, чтобы сохранить экспортный потенциал, России необходимо найти новые рынки сбыта, одним из которых является быстрорастущий Азиатско-Тихоокеанский регион.

В современном мире сжиженный природный газ (далее - СПГ) с каждым годом приобретает все более заметную роль на мировом рынке углеводородов. Основным преимуществом СПГ является то, что объем природного газа в жидком состоянии примерно в 600 раз меньше его объема в газообразном состоянии. Этот процесс позволяет транспортировать СПГ в места, недоступные трубопроводам. Также СПГ обеспечивает быстрый переход от более грязных источников энергии, таких как уголь или тяжелое топливо, к более чистой альтернативе. При использовании СПГ в производстве электроэнергии выбросы парниковых газов на 45-55% ниже, чем при использовании угля.

В настоящее время на поставки СПГ приходится около 40% мировой торговли газом. В своем сценарии Международное Энергетическое Агентство прогнозирует, что использование природного газа может увеличиться на 25% в течение следующих 20 лет. Ожидается, что на долю развивающихся стран придется более трех четвертей этого роста.

Рисунок 1 - Доля мирового экспорта СПГ в разбивке по странам, 2021 г., согласно Отчету Международного газового союза (IGU) 2022 г.

На рисунке 1 мы видим, что крупнейшим экспортером СПГ в 2021 г. стала Австралия, экспортировав 78,5 млн. тонн СПГ. Катар занял второе место, захватив 21% экспортной доли рынка. Следующим крупным экспортным рынком являются США, которые экспортировали 67,0 млн тонн в 2021 г. Россия заняла четвертое место, экспортировав в 2021 г. в общей сложности 29,6 млн тонн СПГ.

Проанализировав рисунок 2, мы видим, что крупнейшим импортером в 2021 г. стал Китай. За последние 5 лет Китай увеличил импорт СПГ больше, чем любая другая страна [1, 2]. В 2021 году, Китайский импорт СПГ вырос на 1,4 млрд куб. футов в сутки, что составляет 57% от увеличения импорта СПГ в Азии. Также крупными импортерами являются Япония и Южная Корея, на которые приходится 33% мирового импорта СПГ. Так, Азиатско-Тихоокеанский регион продолжает оставаться ведущим регионом-импортером в мире.

Рисунок 2 - Доля мирового импорта СПГ в разбивке по странам, 2021 г., согласно Отчету Международного газового союза (IGU) 2022 г.

Азия является вторым по величине регионом-импортером, на долю которого приходилось 31,4% мирового импорта СПГ в 2021 г. Также крупнейшими импортерами СПГ являются страны Евросоюза, которые занимают 19% импортной доли рынка.

Россия обладает высокой конкурентоспособностью на мировом рынке СПГ благодаря огромному ресурсному потенциалу. Страна владеет крупнейшими в мире запасами природного газа. Россия занимает первое место в мире по запасам природного газа. На ее долю приходится около 20% (37,4 трлн. кубометров) природного газа от мировых запасов.

Значительные запасы и более низкие производственные затраты - два основных фактора, благодаря которым Россия является крупнейшим экспортером природного газа в мире на протяжении последних лет. Даже с учетом протяженного маршрута транспортировки в страны ЕС общая стоимость российского газа ниже, чем у подавляющего числа конкурентов. Большие мощности экспортных трубопроводов позволяют поставлять необходимое количество природного газа, не сталкиваясь с ограничением пропускной способности.

На рисунке 3 мы видим, что Россия в 2021 г. экспортировала СПГ в такие регионы, как Азиатско-Тихоокеанский, Азия и Европа. Большая часть российского экспорта была отправлена в Европу (13,0 млн тонн) и Азиатско-Тихоокеанский регион (11,5 млн тонн). В тройку крупнейших поставщиков российского СПГ в 2021 году вошли Япония (6,6 млн тонн), Китай (4,7 млн тонн) и Франция (3,6 млн тонн).

Рисунок 3 - Структура экспорта СПГ России по регионам, 2021 г., согласно Отчету Международного газового союза (IGU) 2022 г.

В 2022 г. в связи с проведением специальной военной операции на Украине, страны Евросоюза ввели санкции против России, которые, в том числе, затронули рынок энергоносителей. Так как эти страны занимают существенную долю в российском экспорте СПГ, прекращение поставок может привести к крайне негативным последствиям для экономики России, таким как значительное сокращение доходов в бюджет и, как следствие, ухудшение уровня жизни населения; существенное снижение выручки нефтегазовых компаний; возникновение экономического кризиса.

В связи с этим, чтобы сохранить экспортный потенциал, России необходимо диверсифицировать свой экспорт на другие рынки, одним из которых является быстрорастущий азиатский рынок.

Азиатско-Тихоокеанский регион является крупнейшей континентальной экономикой как по номинальному ВВП, так и по ППС в мире. С 2000 по 2021 гг. рост ВВП региона увеличился почти в 4 раза и в 2021 г. составил соответственно 36816 млрд. долл. США. На Азию в целом приходится около 39% мирового ВВП. На регион Восточной Азии приходится более двух третей процентов азиатской экономики благодаря Китаю и Японии, имеющие вторую и третью по величине экономику в мире.

Ожидается, что к 2030 году на Азиатско-Тихоокеанский регион будет приходиться примерно 60% мирового роста ВВП. Таким образом, с каждым годом экономика этих стран будет иметь стадию роста, что будет сопровождаться увеличением спроса на энергоносители, в том числе и на СПГ. Поэтому данный регион может поспособствовать экономически эффективной диверсификации российского экспорта СПГ с Европы на АТР.

В настоящее время Россия ведет торговлю СПГ с такими странами АТР, как Китай, Индия, Япония, Южная Корея, Бангладеш, Индонезия, Сингапур. В общей сложности поставки СПГ странам АТР составляют 39% в структуре российского экспорта СПГ (рис. 3).

Крупнейшим азиатским покупателем российского СПГ является Китай [3]. На данный момент Китай реализует стратегию по снижению выбросов CO2, то есть страна планирует заменить уголь на более экологически чистый энергоноситель, такой как СПГ [4]. Поэтому Китай заинтересован в увеличении закупок СПГ. В 2021 г. российский экспорт СПГ в Китай составил 4,68 млн. тонн. В 2022 г. между Россией и Китаем было заключено два долгосрочных контракта на поставку СПГ. По первому контракту российский СПГ будет поставляться в течение 15 лет в объеме до 1 млн тонн. По второму 0,6 млн тонн СПГ будет отгружаться в течение 11 лет. В дальнейшем прогнозируется увеличение поставок российского СПГ на китайский рынок, что приведет к повышению экспортного потенциала России [5].

Также основным импортером российского СПГ является Япония, в которую в 2021 г. было поставлено 6,6 млн. тонн СПГ России. На протяжении последних лет Япония заключает долгосрочные контракты с Россией на поставку СПГ. Несмотря на сложную международную экономическую ситуацию, Япония не планирует отказываться от российского СПГ. Прогнозируется, что поставки российского СПГ в Японию будет стремительно расти.

В Индии в настоящий момент наблюдается энергетический голод, некоторые территории в отдельных провинциях все еще не электрифицированы, поэтому Индия существенно нуждается в поставках СПГ. В 2021 г. Россией было поставлено 0,41 млн. тонн СПГ в Индию. Россия рассматривает Индийский рынок как перспективный. Россия заключила с Индией долгосрочный контракт, согласно которому с 2022 г. ежегодно будет поставляться 2,5 млн. тонн СПГ. В дальнейшем планируется увеличение российских поставок СПГ.

Еще одним крупнейшим азиатским поставщиком российского СПГ является Южная Корея. В 2021 г. в Южную Корею было поставлено 2,87 млн. тонн СПГ. Как и Китай, Южная Корея намерена перейти от угля к более экологически чистому энергоносителю, такому как СПГ. Если ранее страна закупала СПГ на спотовом рынке, то сейчас Южная Корея планирует заключить долгосрочный контракт с Россией на поставку СПГ. В дальнейшем она также намерена увеличивать закупки российского СПГ.

Для того, чтобы диверсифицировать экспорт СПГ в Азиатско-Тихоокеанский регион, России необходимо укрепить стратегическое партнерство с этими странами, то есть грамотно выстроить стратегию взаимоотношений с потенциальными потребителями [6]. Чтобы страны АТР увеличивали свое потребление на российском рынке, целесообразно предлагать им более выгодные условия контракта.

Таким образом, чтобы повысить экспортный потенциал и избежать экономических потерь, связанных с прекращением поставок СПГ странам Евросоюза, России необходимо расширить свое присутствие на рынке АТР и увеличить поставки СПГ странам этого региона.

Список использованной литературы:

1. Ерохин В. Л. Северный морской путь и арктические транспортные коридоры: проблемы использования и прогнозы коммерциализации грузоперевозок // Маркетинг и логистика. – 2017. – №6 (14). – с. 22-44.

2. Ерохин В. Л. Международные перевозки по Северному морскому пути: роль Китая // Маркетинг и логистика. – 2022. – 1 (39). — с. 18-30.

3. Ерохин В. Л. Влияние изменения климата на открытие морских транспортных путей в морях Северного Ледовитого океана // Маркетинг и логистика. – 2018. – №5 (19). – с. 32-45.

4. Данилюк А. И. Углеродный след в трансформации международных экономических отношений // Маркетинг и логистика. – 2021. – 5 (37). – с. 14-22.

5. Худжатов М. Б. Развитие таможенной логистики экспорта арктической нефти за пределы Российской Федерации // Маркетинг и логистика. – 2022. – 1 (39). – с. 67-78.

6. Арский А. А. Факторное воздействие в корреляционном анализе национальной экономики России // Маркетинг и логистика. – 2022. – 5 (43). – с. 5-9.

7. Арский А.А. Учет регионального фактора при формировании товарной политики экспансии на международный рынок // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2021. – № 3. – С. 57-62.

УДК 339.9

Костюк Е. А. – студент Экономического факультета, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.

e-mail: 1032193422@rudn.ru

Научный руководитель: Арский А. А., к.э.н., доцент, доцент кафедры национальной экономики, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия.

Diversification of Russian exports of liquefied natural gas in the aspect of the Asia-Pacific region

Kostyuk E. A. - Student of the Faculty of economics, RUDN University, Moscow, Russia.

Scientific adviser: Arskiy A., candidate of economic sciences, associate professor, Associate professor Department of national economy, RUDN University, Moscow, Russia.

Annotation: The article substantiates the need to diversify Russian exports of liquefied natural gas. In connection with the events of 2022, the EU countries-imposed sanctions against Russia related to limiting the supply of Russian energy for export. Since these countries account for a significant share of Russian exports, the cessation of LNG supplies could lead to extremely negative consequences for the Russian economy. Therefore, in order to maintain its export potential, Russia needs to find new markets, one of which is the rapidly growing Asia-Pacific region.

Ключевые слова: сжиженный природный газ, экспорт, санкции, Азиатско-Тихоокеанский регион, liquefied natural gas, exports, sanctions, Asia-Pacific.

Современные каналы продвижения образовательного продукта в Рунете

Тельнова Елизавета Олеговна

Малахов Владимир Александрович

Аннотация: в статье исследуется вопрос продвижения образовательного продукта в Рунете. После ухода и блокировки некоторых известных социальных сетей, возник вопрос того, какие каналы можно использовать в условиях санкций. Изучив актуальность данного вопроса, и поняв, откуда большинство людей в Рунете получают информацию на данный момент, мы смогли выделить несколько категорий каналов, которые разделили по критерию вовлеченности целевой аудитории. Данные, полученные нами, помогут всем создателям образовательных продуктов эффективнее продвигать их.

Никто не читает рекламу.
Люди читают то, что им интересно. Иногда это реклама.
Говард Госсидж

Дайте им качество. Это самый лучший вид рекламы.
Милтон Херши

Продвижение в социальных сетях в век цифровых коммуникаций является одним из важных маркетинговых способов. С появлением социальных сетей значительно расширился перечень каналов продвижения продукта, но и одновременно с этим продвигать свой товар стало сложнее. Это связано с большим количеством факторов, одним из которых является незнание своей целевой аудитории и всех возможностей продвижения в социальных сетях.

Существует мнение, что продвижение в социальных сетях — это наиболее быстрый и легкий способ рассказать о своем продукте, но на

практике это не так просто. Для успешного продвижения товара или услуги необходимо иметь маркетинговую стратегию и digital-стратегию.

Согласно данным поисковых запросов, полученных с Яндекс-сервиса “Подбор слов”, где можно узнать поисковые запросы по ключевым словам за последний месяц, около 72 тысяч человек искали в поисковой системе словосочетание "каналы маркетинга". Одновременно с этим, чуть больше 32 тысяч человек интересовались вопросом бесплатных каналов рекламы.

В условиях введения санкций и запрета использования ряда социальных сетей на территории Российской Федерации, у частных предпринимателей начали возникать проблемы с пониманием того, как продвигать свои продукты. В течение нескольких прошлых лет большинство бизнесов начинали свое продвижение одинаковым образом: аккаунт и реклама в Instagram (*входит в Meta, которая признана экстремистской организацией). В связи с признанием ранее упомянутой социальной сети экстремистской организацией и запретом на деятельность, что влечет собой запрет на размещение рекламы и призывы к подписываю на аккаунт бренда, не все организации понимают, каким образом продвигаться сейчас и в дальнейшем.

Некоторые компании, понимая, что одна из самых больших рекламных площадок не доступна, начинают уменьшать свое присутствие в социальных сетях. Это является ошибкой.

Ведя бизнес в сфере цифровых коммуникаций, необходимо помнить, что сейчас люди проводят большую часть своего времени с телефоном в руках или перед экраном ноутбука. Согласно отчёту Global Digital 2022 [1], который был подготовлен креативным агентством We Are Social, в 2022 году люди, в среднем, тратят 2 часа 27 минут в день на социальные сети.

Одновременно с этим, согласно исследованию по медиа-потреблению от Mediascope [2], население России порядка 60% времени проводят в социальных сетях. Рассматривая экранное время, то есть время использования мобильного устройства, 20% приходятся на социальные сети,

19% - на видео и 14% на мессенджеры. Больше всего времени население проводит в социальной сети ВКонтакте (охват более 40% в сутки) и в мессенджере Telegram (охват около 35% в сутки). В ВКонтакте в сутки заходят около 50,6 млн человек, а в Telegram - 42,1 млн. Также приводиться статистика посещения страниц Яндекса. Суммарно, за сутки, сервисы используют примерно 63,8 млн человек.

На данный момент все рекламные бюджеты, которые ранее в большинстве своем были направлены в запрещенные сейчас социальные сети, перенаправляются в другие каналы. Каждый бренд выбирает их самостоятельно. Согласно данным коммуникационного агентства Точка [3], количество оплат рекламы в Telegram увеличилось в 6 раз с марта 2022 года, а во ВКонтакте - в 1,5 раза в сравнении с прошлым годом. Сейчас 80% рынка онлайн-рекламы занимает Яндекс.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что продвижение в социальных сетях и в целом в интернете на данный момент остается одним из самых универсальных и эффективных инструментов.

Математика трафика не совсем очевидна. Больше потенциальных покупателей - больше продаж - больше выручки. Сам входящий трафик на прямую влияет на количество продаж в прямой зависимости, однако если выводить формулу продаж, то трафик будет умножаться на остальные переменные в формуле. Соответственно, если в формуле одна из переменных будет равна нулю, например оффер не аффинитивный, тогда конечный ответ, то есть продажи окажется нулем. В дальнейшем в статье выводы по каналам трафика стоит воспринимать не иначе как влияние на продажи при идеальном и/или стабильном показателе эффективности воронки, оффера, самого продукта и прочих. Подробно о формуле количества продаж в инфобизнесе, факторах успешной реализации и стратегических можно подробно прочесть в статьях авторов.

Для анализа каналов трафика, выведем из всех возможных ресурсов все возможные группы трафика (табл. 1) и распределим по полям контакта (табл. 2).

Таблица 1 - Группы трафиков ресурсов

Контекст	Таргет	MyTarget	Реклам-ные системы	Контент маркетинг	Видеохос-тинги	Спам	ТВ	Радио
Яндекс директ	Facebook *	ВК	Segemnto	Блог Instagram*	Youtube	Спам в почте	Реклама на ТВ	Реклама на радио
Google ads	myTarget	Одноклассники	Adriver	Блог Вконтакте	Rutube	Спам в Telegram		
myTarget	ВК	Мой мир	AdFox	Блог TikTock	VK Видео	Спам в Instagram*		
	TikTok	Юла	Kavanga	Статьи в Онлайн СМИ (/vc.ru)	Яндекс Дзен	Спам в ВК		
	SEO	Nativeroll	Between	Блог Telegram	Видео mail.ru	Автообзвон		
		Boom	GetIntent	Блог Одноклассники	Vimple	Массфолоуинг		
				Яндекс Дзен		Масслайкинг		
				Pinterest				
				Блог в Rutube				
				Блог в Yappy				

*запрещенная сеть в России.

Источник: составлено авторами.

Первая группа с теплым полем контакта. В неё включаются источники сбора заинтересованных пользователей. Механика движения человека при сформированном спросе заключается в воде ключевого запроса по типу: "курсы по программированию" в лучшем случае, либо "программирование на языке Python". Рассмотрим оба случая.

Таблица 2 - Группы трафиков по полям контакта

Теплое поле, сформированный интерес, сильная поисковая активность	Среднее поле, слабая поисковая активность		Дальнее поле, жесткие методы
Search Engine Optimizaton	Бесплатные методы	Платные методы	Рассылка
SEO Яндекс	Блог Instagram*	Facebook*	Спам в почте
SEO Google	Блог Вконтакте	myTarget	Спам в Telegram
SEO ВК	Блог TikTock	ВК	Спам в Instargam*
SEO Instagram*	Статьи в Онлайн СМИ (/vc.ru)	TikTok	Спам в ВК
SEO Youtube	Блог Telegram	Яндекс директ	Автообзвон
SEO Rutube	Блог Одноклассники	Google ads	Массфоловинг
SEO ВК	Яндекс Дзен	myTarget	
Яндекс Дзен	Pinterest	Segemnto	
vc.ru	Блог в Rutube	Adriver	
	Блог в Yappy	AdFox	
		Kavanga	
		Between	
		Getlntent	
		Реклама на ТВ	
		Реклама на радио	

*запрещенная сеть в России.

Источник: составлено авторами.

В первом случае объект настроен на потребление инфопродукта изначально. Ведём трафик сразу на последний этап воронки. При вводе такого запроса первые 3 результата будь то в браузере или в соц. сетях будут приоритетными для выбора. Отсюда формируется задача так, чтобы легче всего было найти вашу посадочную. Технический охват прогнозируется количеством запросов, по ключевым словам, в месяц. Второй расклад - человек задумывается об обучении программированию. Механика поведения

- узнать больше, выбрать нишу. В этом случае человек нуждается в прогреве, ответе на свои вопросы.

Каналы контент маркетинга работают на вас, "прогревая лиды". Разместив статьи на площадке по типу vc.ru и Яндекс Дзен, которые будут в топе по целевому вопросу, видео на Rutube, Youtube по запросу подходящие к теме, которые покажутся в топе. Продукты источников ответов на волнующие вопросы будет первым делом рассмотрен к покупке. Отсюда задача - разместиться так, чтобы легче всего было найти ответы на их вопросы и погрузиться в тему именно с вашей помощью.

Вторая группа со средним полем контакта это каналы, которые можно разделить на платные и бесплатные. Итак, подробнее - сформированного интереса нет, нужно его формировать. Здесь эффективность контент-маркетинга раскрывается в полной мере. Создание воронки продаж через контент, который люди потребляют самостоятельно по собственному желанию, создаёт без финансовых издержек качественные лиды (воронка продаж через контент подробно раскрываются в статье авторов с одноименным названием). Больше всего трафика для воронки через контент в соц. сетях, видеохостингах (см. табл. 2-столбец 2). Охваты прогнозируются востребованностью контента и активностью потребителей видео-контента.

В ситуации отсутствия времени/желания строить стратегию через контент либо для ускорения набора базы в контент маркетинг есть каналы привычные в настоящее время - таргет, контекст и прочие (см. табл.2-столбец 3). Задача - показать, как можно большему количеству людей вашу посадочную. Третье поле - слабая поисковая активность. Жесткий метод, многими воспринимаемый как нечто нечестное или противозаконное. На самом деле недорогой и эффективный способ это спам рассылки. В ситуациях небольшого бюджета/маленького масштаба или оперативного выполнения плана лидов - рассылка в короткие сроки собирает заявки. Охват прогнозируется от количества отправленных сообщений до переходов от

эффективности сообщения. Автообзвон - тот же самый спам, только в формате звонков с автоматизированной вербальной воронкой. В системе наработки базы для монетизации и в перспективе это массфолловинг и масслайкинг. Охваты посадочной страницы прогнозируются от количества активностей в «чужих» аккаунтах. Исходя из полученных данных, покажем только те каналы продвижения, которые доступны без ограничений на территории Российской Федерации (табл. 3).

Таблица 3 - Каналы продвижения, доступные без ограничений на территории Российской Федерации

Теплое поле, сформированный интерес, сильная поисковая активность	Среднее поле, слабая поисковая активность		Дальнее поле, жесткие методы
Search Engine Optimizaton	Бесплатные методы	Платные методы	Рассылка
SEO Яндекс	Блог Вконтакте	myTarget	Спам в почте
SEO ВК	Статьи в Онлайн СМИ (/vc.ru)	ВК	Спам в Telegram
SEO Rutube	Блог Telegram	Яндекс директ	Спам в ВК
SEO ВК	Блог Одноклассники	Google ads	Автообзвон
Яндекс Дзен	Яндекс Дзен	myTarget	Массфоловинг
vc.ru	Блог в Rutube	Segemnto	
	Блог в Yappy	Adriver	
		AdFox	
		Kavanga	
		Between	
		GetIntent	
		Реклама на ТВ	
		Реклама на радио	

Источник: составлено авторами.

Для эффективного продвижения в социальных сетях необходимо знать свою целевую аудиторию и уметь с ней работать. Перед продвижением

необходимо составить портрет потребителей, с которыми вы работаете. Это необходимо для того, чтобы ваши потенциальные клиенты или покупатели смогли узнать о вашем товаре.

Частой ошибкой в продвижении является запуск маркетинговой стратегии без подготовки. Ранее нами было рассмотрено, какие существуют каналы рекламы и какие из них доступны сейчас россиянам, а также изучили возможности рекламы в российском интернете.

Целевую аудиторию можно сегментировать по многочисленным критериям - наиболее популярным является возрастной критерий.

В статье мы будем рассматривать лишь тех, кто является пользователем интернета в России.

Наиболее активной целевой аудиторией, использующей социальные сети и интернет в целом, является категория 16-25 лет. Согласно исследованию российского подразделения PHD, наиболее используемыми являются социальными сетями являются ВКонтакте(82%), Instagram* (*признана экстремистской организацией) (70%), TikTok(65%).

Чтобы подтвердить данные, мы опросили 182 человека в возрасте от 18 до 23 лет. Согласно данным, которые мы получили в процессе опроса, в настоящее время 89% человек используют запрещенную социальную сеть Instagram*, 54,4% активно используют ВКонтакте и 56% Telegram. Также, несмотря на ограниченную работу TikTok в России, 75,3% из опрошенных все еще активно используют его.

На рисунке 1 изображена информация по использованию социальных сетей выборочной группы. Опрошенные отметили, что они активно используют также социальные сети, как Snapchat, Discord, Tumblr, Youtube.

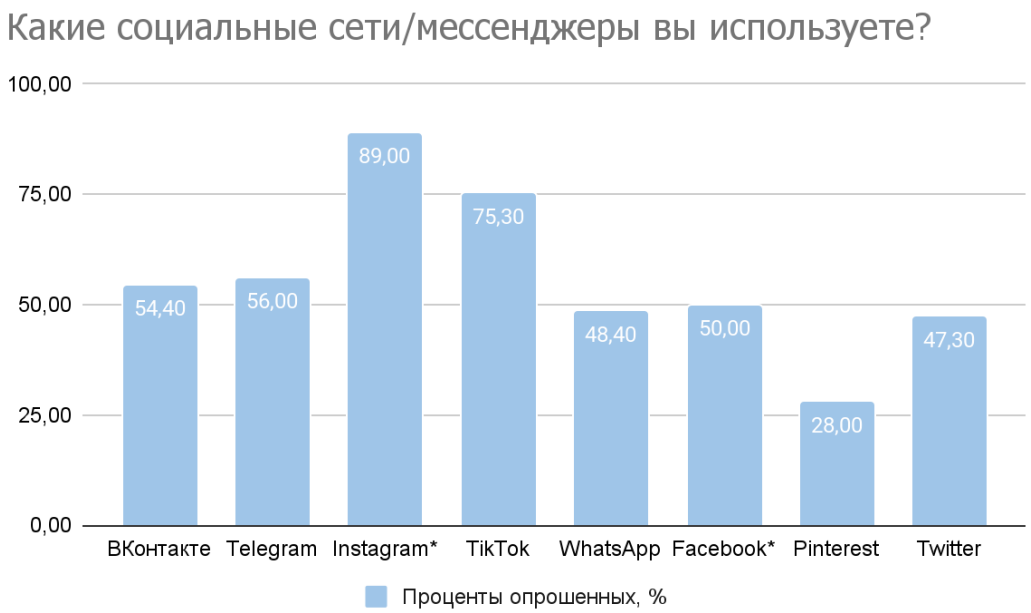


Рисунок 1 - Использование социальных сетей/мессенджеров целевой аудиторией 18-23 лет
Источник: составлено авторами.

Также авторами был задан вопрос исследуемой группе: “В каких социальных сетях/мессенджерах вы следите за брендами, организациями и компаниями?”. Результаты вы можете увидеть на рисунке 2.

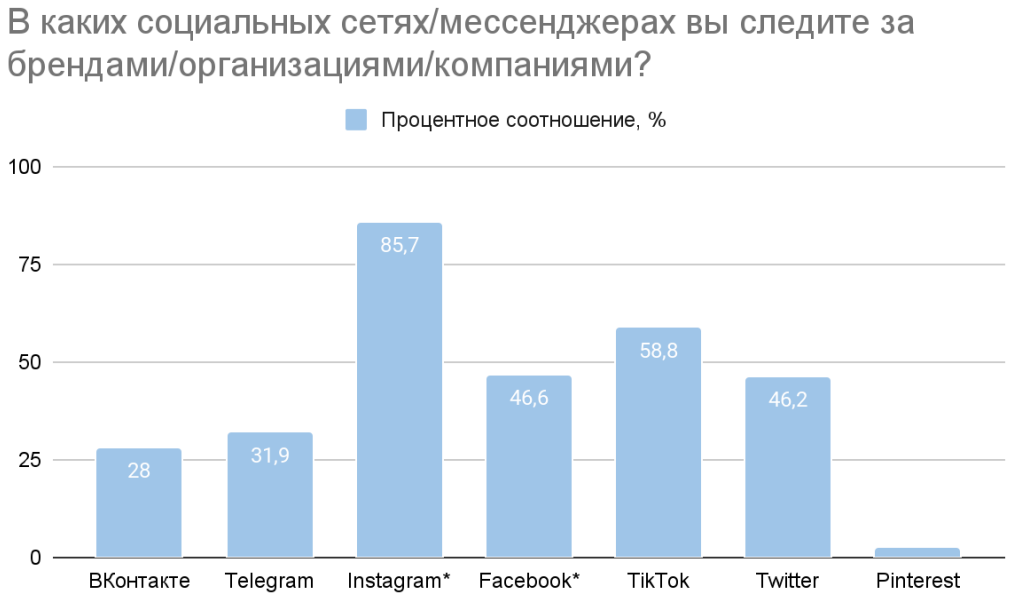


Рисунок 2 - Результаты опроса целевой аудитории 18-23 лет на вопрос: “В каких социальных сетях/мессенджерах вы следите за брендами, организациями и компаниями?”
Источник: составлено авторами.

Из результатов опроса аудитории рисунка 3 следует, что для данного сегмента (возраст 16-25 лет) целесообразно применять следующие каналы продвижения в социальных сетях: ВКонтакте и Telegram, т. к. с остальными каналами, используемыми ранее упомянутой аудиторией, могут возникнуть непредсказуемые проблемы разного характера.

Список использованных источников:

1. DIGITAL 2022: ANOTHER YEAR OF BUMPER GROWTH. - 26 Jan 2022. Доступ по ссылке: https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/

2. Исследование mediascope на тему «Медиапотребление 2022». – Доступ по ссылке: https://mediascope.net/upload/iblock/883/f11rt3k24o0ju2jkak4v0s0wr836wobp/MEDIAPOTREBLENIE_DIGITAL_14092022.pdf

3. Исследование Точки: как в 2022 изменились расходы на рекламу. 29 июля 2022. Доступ по ссылке: https://allo.tochka.com/reklama-raskhody

4. Арский А.А. Проблемы реализации условий Правила 7 «R» в логистическом аутсорсинге агропромышленного комплекса // Маркетинг и логистика. – 2019. – № 5 (25). – с. 5-11.

5. Жильцов Д. А. Smm-маркетинг: планирование работы в социальных сетях // Маркетинг и логистика. – 2019. – №2 (22). — с. 25-31.

6. Жильцов Д. А. Ретроспектива кампаний по связям с общественностью ведущих российских банков // Маркетинг и логистика. – 2021. – 2 (34). — с. 16-23.

7. Жильцов Д. А. Особенности современной коммуникационной политики в социальных сетях. – 2022. – 4 (42).

8. Жильцова О.Н. Характеристики рекламных кампаний в социальных сетях в условиях цифровых коммуникационных трансформаций

// Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. — №1. – 2019. – с. 85-93.

9. Жильцова О.Н. Цифровые тренды на российском PR-рынке// Вестник Московского финансово-юридического университета МФЮА. — №3. – 2021. – с. 164-172.

10. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова, Д.А. Жильцов. — М.: Издательство Юрайт, 2013. — 552 с.

11. Формирование и развитие интернет-рекламы в комплексе интегрированных маркетинговых коммуникаций: теория и практическая реализация: Монография / О.Н. Романенкова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 140 с.

УДК 339.138

Тельнова Е. О. – студентка второго курса Департамента логистики и маркетинга Факультета экономики и бизнеса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

Email: lise.telnova@gmail.com

Малахов В. А. – студент второго курса Департамента логистики и маркетинга Факультета экономики и бизнеса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

Email: malakhovova89@mail.ru

Научный руководитель: Жильцова О.Н., к.э.н., доцент, доцент Департамента логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.

Modern channels of educational product promotion in Runet

Telnova E. - second-year student of the Department of Logistics and Marketing, Faculty of Economics and Business, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Malakhov V. - second-year student of the Department of Logistics and Marketing, Faculty of Economics and Business, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Supervisor: Zhiltsova O.N., Candidate of Economics, Associate Professor, Department of Logistics and Marketing, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Annotation: the article examines the issue of promoting an educational product in Russia. After the withdrawal and blocking of some well-known social networks, the question arose of which channels can be used under sanctions. After studying the relevance of this issue and understanding where most people in Runet get information from now, we were able to identify several categories of channels, which were divided according to the criterion of engagement of the target audience. The data obtained by us will help all creators of educational products to promote them more effectively.

Ключевые слова: маркетинг, продвижение, образовательный продукт, трафик, marketing, promotion, educational product, traffic.

Перспективы развития внешнеторговых отношений Российской Федерации и Мексики

Толстопалова Дарья Вадимовна

Аннотация: в статье представлен анализ внешнеторгового оборота Российской Федерации и Мексики с учетом реалий последних трех лет развития глобальной экономики. Формируется вывод о необходимости интенсификации внешнеторговых связей и деловой инвестиционной активности двух стран с целью более полной обоюдной реализации их внешнеэкономического потенциала.

Мексика – одно из крупнейших государств Латинской Америки, входящее в зону свободной торговли в США и Канадой. Размер его территории составляет почти 2 миллиона квадратных километров, а население превышает 120 миллионов жителей. Экономика основана на добыче полезных ископаемых, в том числе нефти, газа, угля, цветных металлов. Помимо этого, развито сельское хозяйство и ряд отраслей промышленности – например, страна считается мировым лидером по выпуску испаноязычных телекоммуникационных устройств. В последние годы торговые отношения между Российской Федерацией (далее - Россией) и Мексикой стабильно развиваются. В настоящее время Мексика занимает второе место в списке основных торговых партнеров России в Латинской Америке.

Экспорт из России в Мексику за период Январь, 2021 – Январь, 2022 составил $3.85 млрд. В основном экспортировались «Металлы и изделия из них» (87%), «Продукция химической промышленности» (9%), а также пластмассы, каучук и резина (2%). Импорт в Россию из Мексики за период Январь, 2021 - Январь, 2022 составил $1.48 млрд. В основном импортировались «Транспорт» (35%), «Машины, оборудование и аппаратура» (30%). Мексика для России является партнёром №36 с долей 0.4%.

Таким образом, из России в латиноамериканскую страну поступает в основном продукция металлургической и химической промышленности, а в мексиканских поставках более четверти приходится на автомобили и запчасти к ним.

Что касается инвестиций, Россия занимает 41-е место в мире по объему инвестиций в Мексику и 1-е место среди стран Центральной и Восточной Европы. В период с 1999 по июнь 2021 года совокупный объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ) России в Мексику составил $132,4 млн.

Российские инвестиции были направлены главным образом в горнодобывающую промышленность (91,4% от общего объема), а также в сферу по оказанию услуг по временного размещению и сферу общепита (7,5%), централизованные преимущественно в штатах Веракрус, Табаско и Кинтана-Роо.

Мексиканские предприниматели стремятся воспользоваться впечатляющим ростом двусторонней торговли с Россией через Национальную ассоциацию импортеров и экспортеров Мексики (ANIERM), которая открыла свой офис в Москве в 2018 году.

Работа, которую ANIERM уже начала выполнять в России, носит двусторонний характер: с одной стороны, она продвигает мексиканскую продукцию на российский рынок, а с другой - помогает российским инвесторам и экспортерам удовлетворять потребности Мексики.

В этом аспекте североамериканская страна проявляет интерес к российскому энергетическому сектору и его производным, удобрениям, тяжелой технике, металлам, древесине или зерновым культурам, таким как кукуруза, пояснил Оливер.

В то же время приоритетом Мексики является стимулирование экспорта продуктов питания. Мармелад, перец чили, текила, мескаль, авокадо, какао, кофе, мед, острые соусы, ликер магуэй и сладости, вот некоторые из продуктов, которые мексиканские компании продают в России.

Хотя продукты питания составляют менее 10 процентов мексиканского экспорта в Россию, страна проявляет особый интерес к продвижению своих фруктов и овощей - в первую очередь авокадо, цитрусовых и ягод, - а также мясных и молочных продуктов.

В настоящее время Правительство Мексики отказалось вводить экономические санкции простив России. «Мы не будем принимать никаких карательных мер экономического типа, потому что хотим сохранить хорошие отношения со всеми правительствами», - заявил на пресс-конференции президент страны Андрес Мануэль Лопес Обрадор. Такая позиция официального Мехико позволит «Продолжать успешное сотрудничество во всех областях во благо наших стран и народов», согласно главе дипломатического представительства Виктору Колонелли. Президент Мексики также добавил, что власти не намерены закрывать сухопутные границы и воздушное пространство республики для представителей других государств.

Можно проанализировать основные товары, которые Мексика экспортирует в целом и перечень товаров, с нехваткой которых Россия может столкнуться в связи с проведением Специальной военной операции [1].

Таблица 1 - Рекомендуемые номенклатуры товаров внешней торговли России и Мексики

Товары, экспортируемые Мексикой	Товары, необходимые России
Автомобили	Продовольственные товары
Компьютеры	Автомобили
Запчасти для автомобилей	Запчасти для автомобилей
Сырая нефть	Электронная техника: компьютеры и сервера
Электроника Мониторы и проекторы	Одежда и обувь
Спиртные напитки (Текила)	Бытовая химия
Овощи и фрукты (Помидоры, перец, авокадо)	Косметика

Таким образом, Мексика может выступать для России в качестве экспортера легковых автомобилей и прочих моторных транспортных средств, предназначенные главным образом для перевозки людей, включая грузопассажирские автомобили-фургоны и гоночные автомобили. В нынешних условиях Россия будет заинтересована в приобретении автомобилей и их комплектующих у мексиканского государства.

Однако, несомненно, спецоперация будет иметь серьезные последствия для глобальных цепочек поставок в ближайшее время. Вероятное влияние на энергетический и продовольственный рынки уже хорошо известно, но в целом ряде секторов также ожидается более глубокий риск глобального сбоя производства: будут ужесточаться правила обработки грузов, усиливаться документальный контроль и ограничения на определенные виды товаров. Общая доступность мест для самолетов будет снижена [2, 3].

«Цены на некоторые товары будут расти, увеличивая стоимость продуктов и услуг, а массовая блокада ЕС против России усложнит финансирование цепочки поставок в ее отраслях напрямую, что может иметь немедленные последствия на других рынках», - подтвердил Генеральный секретарь Международной торговой палаты (ICC) Джон У.Х. Дентон.

Последствия варьируются от экстремального сценария, который создаст катастрофические сложности для цепочек поставок, до жестких экономических санкций, которые вызовут нестабильность и повлияют на глобальные производственные мощности и важные логистические маршруты. Даже застойная позиция приведет к большей неопределенности в цепочках поставок, особенно в таких ключевых отраслях, как высокотехнологичная электроника, полупроводники, энергетика, редкоземельные минералы и другие материалы.

Можно выделить основные потенциальные проблемы в цепочках поставок: нехватка ключевого сырья, увеличение стоимости материала, ограничения мощности и сложность построения логистических маршрутов.

Со своей стороны Николас Портенса, генеральный директор Eternity Mexico, подчеркнул, что российско-украинский конфликт затрагивает торговлю и логистику, в первую очередь, повышением цен на топливо и другие товары, что снова будет иметь инфляционные последствия. «Понятно, что конфликт такого типа не помогает смягчить существующие проблемы в цепочке поставок, а скорее усугубляет их. Такая ситуация порождает ограничения на наземный транспорт (автомобильный и железнодорожный), что приведет к перегрузке воздушного и морского транспорта», Портенца добавил, что мировое логистическое сообщество также предупреждает о возможных сбоях в кибербезопасности, и эту ситуацию нельзя недооценивать, учитывая, что в настоящее время происходят атаки на системы логистических операторов, которые напрямую влияют на операции [4].

Таким образом, возможно сформировать следующие выводы о направлениях перспективного двустороннего сотрудничества:

России необходимо развивать торговые отношения с Латинской Америкой и, в частности, с Мексикой, которая готова к сотрудничеству в условиях внешнего санкционного давления.

Мексика может развить бизнес в России в области быстрого этнического питания, а также сети ресторанов национальной кухни. Так же Россия заинтересована в поставках фруктов и их полуфабрикатов из Мексики.

Мексике Россия может предложить и сотрудничество в энергетической сфере, например, строительство и совместная эксплуатация атомных электростанций.

У России и Мексики есть перспективы сотрудничества, которые реализованы не в полной мере, например в области культуры и искусства, контакты в этих сферах, также могут содействовать бизнесу.

Список использованной литературы:

1. Арский А.А. Правило 7«R» в логистике внешнеэкономической деятельности // Мир современной науки. – 2018. – № 6 (52). – с. 41–44.
2. Арский А.А. Анализ конъюнктуры внешней торговли Российской Федерации с учетом аспекта пандемии COVID-19 // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2020. – №4. – с. 20-25.
3. Арский А.А. Трансформация внешнеторговых логистических цепей поставок в условиях новой экономики // Вестник Московского гуманитарно-экономического института. – 2022. – № 1. – С. 16-21.
4. Вахрушев В. Ю., Худжатов М. Б. Таможенная логистика в санкционных условиях // Маркетинг и логистика. – 2022. – 3 (41). – с. 12-24.

УДК 339.5

Толстопалова Д. В. – студент группы ФЭМ-4, Всероссийская академия внешней торговли,Москва, Россия.

e-mail: d.tolstopalova@mail.ru

Арский А. А. – научный руководитель, к.э.н., доцент, доцент кафедры международной торговли и внешней торговли РФ, Всероссийская академия внешней торговли, Москва, Россия.

Prospects for the development of foreign trade relations between the Russian Federation and Mexico

Tolspalova D. - student of the FEM-4 group, Russian foreign trade academy. Moscow, Russia.

Arsky A. – Supervisor, Candidate of economic sciences, Associate professor, Associate professor of the Department of international trade and foreign trade of the Russian Federation, Russian foreign trade academy, Moscow, Russia.

Annotation: the article presents an analysis of the foreign trade turnover of the Russian Federation and Mexico, taking into account the realities of the last three years of the development of the world economy. It is concluded that it is

necessary to intensify foreign trade relations and business investment activity of the two countries in order to more fully realize their foreign economic potential.

Ключевые слова: внешняя торговля, Россия Мексика, экономический потенциал, foreign trade, Russia Mexico, economic potential.

Просвещение – это часть нашей профессиональной ответственности перед обществом.

Международный научно-практический журнал «Маркетинг и логистика» посвящен вопросам экономических тенденций в России и мире. Авторами публикаций рассматриваются современные аспекты маркетинга, логистики, интернет-коммерции, эффективного менеджмента, сферы услуг, как на отечественном рынке, так и на международном.

Читайте нас в социальных сетях:

https://vk.com/public125448642

https://t.me/marketingilogistika

Периодичность журнала: шесть номеров в год.

Приглашаем к сотрудничеству авторов научных материалов. Статьи высылать на e-mail: editor@marklog.ru . Требования к статьям размещены на сайте: http://marklog.ru/ . Публикация всех материалов осуществляется бесплатно, после рецензии и одобрения редколлегией.

При цитировании статьи в других источниках просим использовать следующий формат: **Ерохин В. Л. Международные перевозки по Северному морскому пути: роль Китая // Маркетинг и логистика. – 2022. – 1 (39). — с. 18-30.**

Федеральная служба
по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
(Роскомнадзор)

СВИДЕТЕЛЬСТВО
О РЕГИСТРАЦИИ СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Эл № ФС77-62285 от 03 июля 2015 г.

Название: Маркетинг и логистика

Адрес редакции: 115561, г. Москва, ш. Каширское, д. 146

Доменное имя сайта
в информационно-телекоммуникационной
сети Интернет (для сетевого издания): MARKLOG.RU

Примерная тематика и (или) специализация: Образовательная, реклама в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе

Форма периодического распространения
(вид - для периодического печатного издания): сетевое издание

Язык(и): русский

Территория распространения: Российская Федерация, зарубежные страны

Учредитель (соучредители) (адрес): Общество с ограниченной ответственностью "МАРКЕТОЛОГ" (115561, г. Москва, ш. Каширское, д. 146

Заместитель руководителя М.Ю. Ксензов

Начальник Управления
разрешительной работы,
контроля и надзора в сфере
массовых коммуникаций В.А. Субботин

075613

marklog.ru

ТАСС
информационное агентство России

СВИДЕТЕЛЬСТВО
о регистрации в Национальном агентстве
ISSN
и присвоении Международного стандартного номера
сериального издания
(International Standart Serial Number)

Издание (основное заглавие): Научно-практический журнал «Маркетинг и Логистика»
Варианты заглавия: -
Номер Свидетельства о регистрации СМИ в Роскомнадзоре:
Эл №ФС77-62285 от 3 июля 2015 г.
Издатель: Общество с ограниченной ответственностью «МАРКЕТОЛОГ»
Место издания: г. Москва
URL: http://marklog.ru/
Язык издания: русский
Периодичность: 6 раз в год
Вид издания: журнал
Версия издания: электронное сетевое

зарегистрировано в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации.

Изданию присвоен номер ISSN: 2500-2023

Владелец номера предупреждается о том, что номер ISSN нужно использовать в строгом соответствии с нормативными документами, не передавать его другим лицам и организациям.
Об изменениях в сведениях, заявленных при регистрации, в т. ч. о любых изменениях в заглавии, изменении издателя, контактной информации и пр. необходимо сообщать в Национальное агентство ISSN.

Свидетельство выдал /Перова Г.В./ 2.02.2016

Федеральное государственное унитарное предприятие «Информационное агентство России ИТАР-ТАСС»,
Российская книжная палата
125993, Москва, ГСП-3, Тверской бульвар, д. 10/12, тел. +7(495)[illegible], www.tass.ru

marklog.ru

© 2015-2022 Научно-практический журнал «Маркетинг и логистика».
Все права защищены.