

Маркетинг и частные инвестиции: взаимосвязь и перспективы развития в существующей цифровой эпохе*

Marketing and Private Investment: Relationship and Development Prospects in the Current Digital Era

О. ГАВРИЛИНА, М. АЛЬДЖАБАРИ,
Н. СЕМУШКИН

Гаврилина Оксана Викторовна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и государственного управления Ульяновского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. E-mail: gavrilinaoksana@yandex.ru

Альджабари Минель Алайиддиновна, магистрант факультета технологического менеджмента и инноваций Национального исследовательского университета ИТМО (Санкт-Петербург). E-mail: aljabari2001@yandex.ru

Семушкин Никита Сергеевич, магистрант факультета технологического менеджмента и инноваций Национального исследовательского университета ИТМО (Санкт-Петербург). E-mail: nickita.zyrianov@gmail.com

В настоящей работе рассмотрены вопросы привлечения частного капитала как одного из ключевых драйверов развития отечественной экономики. Исследован вопрос связи маркетинга и его инструментария с работой по привлечению частных инвесторов на фондовый рынок. Проанализирована эволюция рассматриваемых категорий в условиях цифровой эпохи. Сделаны предположения о дальнейших перспективах развития частных инвестиций и роли маркетинга в их привлечении в контексте цифровой эпохи.

Ключевые слова: частные инвестиции, маркетинг частных инвестиций, цифровая эпоха, фондовый рынок, капитал, экономическое развитие, рост.

The article examines the issues of attracting private capital as one of the key drivers of the development of the domestic economy. The issue of the connection between marketing and its tools and the work of attracting private investors to the stock market has been studied. The evolution of the categories under consideration in the digital era is analyzed. Assumptions are made about further prospects for the development of private investment and the role of marketing in attracting them in the context of the digital era.

Key words: private investment, marketing of private investments, digital era, stock market, capital, economic development, growth.

Основные положения

1. Частные инвестиции выступают одним из мощных драйверов развития экономики, обеспечивая развитие различных её отраслей.
2. Хотя на рынке значительна доля частных инвесторов, уровень знаний и квалификации последних сдерживает потенциал развития данного направления.
3. Маркетинг и частные инвестиции взаимосвязаны, особенно в условиях цифровой трансформации. Соответствующие маркетинговые мероприятия способны активизировать частные инвестиции и направить их в правильном направлении.
4. Инструменты маркетинга могут быть использованы как инструменты повышения финансовой грамотности населения и преодоления негативного отношения к фондовому рынку.

* Ссылка на статью: Гаврилина О.В., Альджабари М.А., Семушкин Н.С. Маркетинг и частные инвестиции: взаимосвязь и перспективы развития в существующей цифровой эпохе // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 6. С. 137–141. DOI: 10.34773/EU.2023.6.24.

Введение

Рынок стремится к постоянному развитию. Данная установка неоспорима и продиктована фундаментальными законами развития человеческого общества. Сегодня мировая экономика не нечто отдалённое – это действительность, в которой существуют все субъекты экономики. В целях своего развития экономики различных стран прибегают к внешнему финансированию и привлечению капиталов извне. Многие компании давно ведут деятельность в десятках стран.

Однако жизненно необходимым условием по-прежнему остаётся развитие рынка внутренних инвестиций. И речь не только о крупных институциональных игроках, но и о частных инвесторах. Рынок частных инвестиций только начинает своё развитие. Фондовый рынок далёк от насыщения, а потенциал данного сегмента только предстоит раскрыть.

В ходе подготовки настоящей работы был изучен ряд нормативных документов, статистические отчёты ЦБ РФ, а также труды следующих исследователей: Е.В. Мирошникова, В.И. Тиняковой, А.О. Павлова, Л.В. Курачевского, А.Б. Демильхановой, Л.Т. Темирсултанова, С.П. Азаровой, Д.Н. Зарубина, Э.А. Амедиевой, Э.Ш. Шацкой, К.С. Хмельниченко, П.С. Малышева, А.Д. Гетманской, Н.Г. Богдановой.

Авторы преследовали цель ответить на вопрос: какова взаимосвязь между развитием рынка частных инвестиций и маркетингом и насколько сильное влияние оказывает на неё наступающая цифровая эпоха?

Методы

В ходе исследования авторами была применена совокупность общенаучных методов познания – анализ, дедукция и индукция, ключевые положения в области финансов, положения теории систем и системного анализа.

Кроме того, авторы использовали статистические методы в ходе работы с отчётностью ЦБ РФ и методы сравнительного анализа для оценки инструментария маркетинга и его эффективности в развитии рынка частных инвестиций.

Результаты

Данное исследование показало, что инвестиционный рынок стремительно в РФ растёт и развивается, о чем свидетельствуют в том числе отчеты Московской биржи за 2022 и 2023 гг. Такой стремительный рост говорит об увеличении интереса к теме инвестиций со стороны частных инвесторов.

Значительную роль в этом процессе авторы связывают с эффективным маркетингом, которые применяют ведущие банки Российской Федерации, в том числе Сбер, «Тинькофф Банк» и «Альфа-банк». Исследование показало, что самая встречающаяся реклама инвестиций за 2022 год была у «Тинькофф банка», который использует лид-магнит в виде возможности пройти обучение инвестированию. Также банк использует слишком высокие условия использования всех возможностей инвестиционной платформы.

Сбер сосредоточен на формировании образа надежного брокера в сознании потребителя. Бренд не настроен активно рекламировать свой инвестиционный продукт.

Обсуждение

Частные инвестиции выступают не менее мощным драйвером развития экономики страны, чем инвестиции крупных институциональных игроков.

Действующее законодательство выделяет значительное количество субъектов, которые для удобства могут быть подразделены на физических и юридических лиц. Отдельно следует выделить государство, являющееся особым субъектом инвестиционной деятельности. Понятие «частные инвестиции» на сегодняшний день законодателем не раскрыто, равно как и понятие «частный инвестор».

Под частными инвестициями авторы понимают инвестиции, совершённые физическими лицами посредством профессионального участника рынка, направленные на вложение средств

в перспективные отрасли экономики страны и экономики других стран, различных эмитентов, характеризующиеся относительно малым объёмом денежных средств, но имеющие значительное влияние на настроение рынка.

Частный инвестор – физическое лицо, совершающее операции на фондовом рынке (в том числе срочном) от своего имени и по своему усмотрению посредством направления распоряжений в адрес брокера в целях сохранения и приумножения капитала в перспективе, и извлечения дополнительной прибыли от накопленного капитала как в пределах внутристранового рынка, так и на мировых рынках на основе личных суждений и выводов.

Приток денежных средств частных инвесторов выступает способом стимулирования внутреннего рынка и внутренним источником для развития различных отраслей экономики. Исходя из данных 2022 года, практически 60 % инвесторов являются частными инвесторами. В своей работе А.О. Павлов и Л.В. Курчевский отмечают, что «...увеличение доступности инвестирования для частного инвестора обусловило рост в объёме торгов акциями...» [4]. Объём торгов в августе 2023 г. вырос на 56,9 %, следует из отчёта Московской биржи, и составил около 128 трлн рублей.

Частные инвесторы своими действиями определяют настроение рынков. Эмоциональные волнения – как позитивные, так и негативные – могут колоссальным образом раскачивать котировки акций и задавать кратковременные тренды. Большая часть инвесторов (92 % – мужчины, 93 % – женщин) имеют портфели до 100 тыс. руб. [1]. Относительно малые объёмы средств на счетах частных инвесторов могут быть объяснены: а) небольшими доходами населения, которые могли бы быть направлены на инвестирование, б) относительно низкой финансовой грамотностью населения, негативным отношением к фондовому рынку и инвестициям.

Между тем население всё более активно включается в финансовый рынок. Частных инвесторов становится больше. Количество брокерских счетов в 2023 г., по информации Московской биржи, выросло на 3 млн. Общее число клиентов (физических лиц) – 25,95 млн. Приток клиентов помимо прочего связан с развитием цифровых инструментов и наступлением цифровой эпохи.

Цифровые технологии кратно увеличили доступность информации о рынках. Крупнейшие брокеры – Сбер, «Тинькофф», «Альфа-банк», «Финам» и др. – активно внедряют мобильные приложения с интуитивно понятным интерфейсом и обучающими материалами. Как отмечает коллектив авторов в своём исследовании, связанном с ролью цифровых технологий в формировании доходов частного инвестора, «...цифровые технологии...приводят к переплетению деятельности всех участников финансового рынка, превращая его в единый финансовый механизм...» [2]. Внедряемые регуляторные послабления и льготы положительно сказываются на притоке частных инвесторов. Кроме того, 72 % мужчин и 79 % женщин из числа инвесторов взаимодействует с брокером посредством приложения, что подчёркивает продолжающийся тренд на цифровизацию и рост популярности мобильных приложений.

Основной страх, стоящей перед частным инвестором – риск потери денежных средств. В отличие от депозитов, инвестиции на фондовом рынке могут не только не принести дохода, но и «поглотить» вложенные средства. Несмотря на обилие цифровых ресурсов, обычные граждане склонны искать подвох в материалах. На преодоление данных проблем нацелен маркетинг частных инвестиций.

Роль маркетинга частных инвестиций заключается в продвижении средств торговли на фондовом рынке, вовлечение в него потенциальных участников и разъяснение того, как они могут заработать. Кроме того, данное направление включает работу со страхами клиентов и осуществление мер, направленных на их преодоление. В своей работе Е.В. Мирошников верно отмечает, что «...повышение интереса потребителей к фондовому рынку увеличивает число сделок на нём, а следовательно, размер прибыли компаний...» [2].

Рассмотрим маркетинговые стратегии и рекламные воронки крупнейших игроков банковского сектора, а именно банков «Тинькофф», «Альфа-банк» и Сбер.

«Тинькофф» – один из крупнейших банков России, который позиционирует себя, как банк, предоставляющий обслуживание онлайн, без отделений и очередей. В экосистеме банка отдельно выделен такой элемент, как «Тинькофф Инвестиции», где предоставляется собственный биржевой брокер и можно приобрести любую акцию ведущих российских и мировых компаний в один клик. На просторах Интернета рекламу данного банка можно встретить очень часто, например, в социальной сети «ВКонтакте» и на платформе видеохостинга YouTube. В основном банк использует контекстную рекламу, тем самым обеспечивая себя правильно подобранной целевой аудиторией.

Сама маркетинговая стратегия направлена на разные целевые аудитории, но в основном весь контент направлен на ту аудиторию, которая хочет научиться инвестировать. В свою очередь, воронка стратегии состоит из мотивирующего ролика – так называемого лид-магнита, который призывает пользователя пройти специальное обучение от «Тинькофф» и получить в подарок акции. Таким образом банк сразу закрывает несколько целей: рекламирует собственную инвестиционную платформу, знакомит новых пользователей с понятием инвестиций и учит инвестировать, увеличивает число пользователей своими банковскими продуктами.

Но есть и существенные недостатки. Например, воспользоваться подаренной акцией можно в ограниченный период и только при условии, что на брокерском счете будет храниться не менее 20 тысяч рублей в течение определенного периода. Здесь и возникают существенные ограничения. С одной стороны, банк следует социальным задачам, а с другой – ограничивает целевую аудиторию.

Рассмотрим «Альфа-банк» – один из крупнейших частных банков России. Стратегия «Альфа-банка» разительно различается от стратегии «Тинькофф». Так, при открытии брокерского счета в сентябре 2023 года на сумму более 1000 рублей, пользователь мог получить подарок в виде акций на сумму до 10 000 рублей. Следовательно, в данном случае маркетинг банка направлен на мотивирование покупки акций через подарок. Причем сумма, которая должна быть у пользователя, значительно ниже, чем в «Тинькофф», что расширяет географию целевой аудитории.

Сбер – лидирующий банк Российской Федерации, в свою очередь нативно выстраивает образ надежного брокера, не используя агрессивную рекламу своей инвестиционной платформы. В основном концепция Сбера направлена в совокупности на поддержание ценностей банка. Конечно, банк использует различные интеграции, мотивирующие на покупку, например, кэшбэк за покупку инвестиций, но это происходит достаточно редко.

Таким образом, мы наблюдаем различные стратегии лидогенерации ведущих банков на российском банке. Активным позиционированием своей платформы через возможность обучения занимается «Тинькофф». Остальные лидеры банковского сектора выбрали другие маркетинговые стратегии в качестве позиционирования своих инвестиционных платформ. Также стоит отметить наличие у всех трех банков цифровых площадок в Telegram, на которых эксперты рассказывают об инвестициях и инвестиционном рынке России и мира, в том числе делятся новостями.

Заключение

Говоря о выводах в рамках маркетинговых мероприятий, то компаниям стоит придерживаться трансляции более «честных» условий приобретения инвестиций. Так как рынок переполнен обучающими материалами, необходимо создавать более ценный продукт и из него выстраивать воронку, стратегию лидогенерации. К тому же у частных инвесторов в России мы наблюдаем недостаток знаний в сфере инвестиций.

Также компаниям необходимо выстраивать интересные интеграции с пользователями, например, с помощью геймификации процессов. Возможно, стоит сосредоточиться на аудитории более младшего возраста, и формировать привычку инвестировать с раннего возраста.

В заключении хотелось бы отметить, что маркетинг инвестиций в современных условиях отличается динамичностью и гибкостью, помогающей более эффективно противостоять конкурентам и «перегретому» рынку. Рынок частных инвестиций сегодня является перспективным

направлением, способным поддерживать развитие экономики долгое время, что также позволит усилить независимость от иностранного капитала.

Вместе с тем, имеются определённые риски, на преодоление которых и будут направлены усилия. Часть из них была выделена в настоящей работе. В будущем авторы планируют провести количественную оценку подобных рисков и силу их влияния.

Литература

1. Демильханова Б.А., Темирсултанов Т.Л., Албеков Т.Н.М. Роль цифровых технологий в формировании доходов частного инвестора: сравнительная обобщенная оценка // Экономика и управление: проблемы, решения. 2021. Т. 1. № 11. С. 130–137.
2. Мирошников Е.В., Тинякова В.И. Маркетинг на современном фондовом рынке: трансферт зарубежного опыта // Социально-экономические науки и гуманитарные исследования. 2014. № 2. С. 30–33.
3. Павлов А.О., Курчевский Л.В. Развитие инвестирования на российском фондовом рынке // Вестник науки. 2023. Т. 4. № 5(62). С. 139–146.
4. Портрет клиента брокера. Первое полугодие 2022 года [Электронный ресурс]. URL: https://cbr.ru/Content/Document/File/143859/Portrait_client_brok.PDF
5. Шильдт Л.А. Применение цифровизации, искусственного интеллекта и их российские реалии / Л.А. Шильдт, Н.Г. Бикеева, К.В. Байдуганова // Евразийский юридический журнал. 2023. № 7. С. 482–484.

DOI: [10.34773/EU.2023.6.25](https://doi.org/10.34773/EU.2023.6.25)

Регрессионная модель определения уровня коррупции в Российской Федерации*

Regression Model for Determining the Level of Corruption in the Russian Federation

Ю. МАНСУРОВА, Д. ХАМИДУЛЛИНА

Мансурова Юлия Талгатовна, к.э.н., доцент кафедры экономики предпринимательства Института экономики, управления и бизнеса (ИНЭБ) Уфимского университета науки и технологий (УУНиТ).
E-mail: Fdo@ugatu.su

Хамидуллина Диана Ильвировна, ассистент кафедры экономики предпринимательства ИНЭБ УУНиТ.
E-mail: Fdo@ugatu.su

Суть работы состоит в рассмотрении прогноза уровня коррупции в Российской Федерации на 2023 год. Новизна исследования прогнозирования уровня коррупции с помощью временного ряда в Российской Федерации заключается в использовании специальных методов анализа временных рядов, которые позволяют выявлять скрытые закономерности и тренды изменения уровня коррупции на основе данных. Также в исследовании используются новейшие методы машинного обучения, которые позволяют учитывать не только прошлые данные, но и текущие экономические и политические факторы, влияющие на уровень коррупции. Это позволяет создавать более точные прогнозы и предсказывать будущее уровня коррупции с высокой точностью.

* Ссылка на статью: Мансурова Ю.Т., Хамидуллина Д.И. Регрессионная модель определения уровня коррупции в Российской Федерации // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2023. № 6. С. 141–145. DOI: [10.34773/EU.2023.6.25](https://doi.org/10.34773/EU.2023.6.25).

Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 23-28-00395.