

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Пензенский государственный университет» (ПГУ)

Кафедра «Экономика и финансы»

Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики

Сборник статей по материалам VII Всероссийской
(национальной) научно-практической конференции
(к 25-летию Института экономики и управления
Пензенского государственного университета)

г. Пенза, 22–23 апреля 2021 г.

Под редакцией *А. Н. Опекунова*

Пенза
Издательство ПГУ
2021

УДК 338 (460)

П27

Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : сб. ст. по материалам VII Всерос. (нац.) науч.-практ. конф. (к 25-летию Института экономики и управления Пензенского государственного университета) (г. Пенза, 22–23 апреля 2021 г.) / под ред. А. Н. Опекунова. – Пенза : Изд-во ПГУ, 2021. – 224 с.

ISBN 978-5-907521-21-6

Изложены проблемы и перспективы развития предприятий и отраслей экономики в современных условиях. Авторами рассмотрены различные аспекты деятельности субъектов предпринимательской деятельности с учетом требований инновационной направленности развития страны в целом и Пензенской области в частности.

Выпуск издания приурочен к 25-летию Института экономики и управления Пензенского государственного университета.

Издание будет полезно для обучающихся старших курсов, аспирантов, преподавателей экономических вузов, научных и практических работников, специализирующихся в области экономики и финансов предприятий.

УДК 338 (460)

*Приказ о подготовке и проведении VII Всероссийской
(национальной) научно-практической конференции
«Перспективы развития предприятий в условиях
инновационной направленности экономики»
№ 236/о от 05.04.2021*

Оргкомитет конференции

Председатель:

А. В. Понукалин – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Члены оргкомитета:

О. А. Лузгина – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета;

О. С. Кошевой – доктор технических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета;

Р. Р. Юняева – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета;

Х. Д. Хусенов – заместитель директора по учебной части Матчинского сельскохозяйственного колледжа Республики Таджикистан.

Ответственный секретарь:

А. Н. Опекунов – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

ISBN 978-5-907521-21-6

© Пензенский государственный университет, 2021

О РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИ ПЕРЕХОДЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ К НОВОМУ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ УКЛАДУ

Жанна Малыевна Байрамова

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

zhanna-femi@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены проблемы развития малого и среднего бизнеса в условиях перехода РФ к новому технологическому укладу.

Ключевые слова: малый бизнес, технологический уклад, господдержка, умная экономика

В современном мире по-настоящему конкурентоспособная экономика – это экономика знаний, так называемая «умная экономика», которая базируется на постоянном технологическом прогрессе, производстве и экспорте высокотехнологичной продукции. Возможность функционирования «умной» экономики проявляется в опережающем развитии науки и внедрении в жизнь её достижений, что можно охарактеризовать таким экономическим показателем как технологический уклад. В развитых странах происходит довольно быстрый переход к новому – шестому технологическому укладу, подразумевающему использование наноэнергетики, нанотехнологий, нанобионики. Среди достижений этого уклада можно считать не только ещё большую индивидуализацию производства, но и резкое снижение энергоёмкости и материалоемкости. Новый технологический уклад в той или иной степени позволит развить искусственный интеллект, который сможет предоставить человечеству качественно иной уровень государственного управления.

Как известно из экономической теории, средства производства и общественные отношения находятся в тесной связи друг с другом, ведь развитие одних способствует эволюции других. Всё возрастающее количество инноваций ставит перед обществом ряд вопросов, на которые необходимо ответить. Ведь 6-й технологический уклад примечателен тем, что в ещё большей степени способствует дальнейшей специализации и разделению труда. В связи с этим особо остро стоит вопрос о занятости населения, если ещё 10 лет назад внедрение новых средств производства создавало рабочие места, а избыточная продукция обеспечивала возможности для развития сферы услуг, то в ближайшей перспективе искусственный интеллект, технологии BigData, блокчейн

и другие готовы в значительной мере заменить человека как в реальном секторе экономики, так и в сфере услуг.

Как следствие, актуальным является вопрос о введении безусловного базового дохода для населения, при этом государство как бы снимает с себя обязательства по созданию новых рабочих мест, потому что с экономической точки зрения старая модель всеобщей занятости не вписывается в новый технологический уклад. К примеру, в июне 2016 года в Швейцарии прошёл референдум о введении безусловного базового дохода, однако, швейцарцы посчитали эту инициативу преждевременной и отказались, потому что идея достижения всеобщего социального благополучия могла быть реализована только за счёт роста налогов для работающего населения, что казалось неприемлемым [1]. При переходе же к 6-му технологическому укладу, идея о безусловном базовом доходе кажется более актуальной, потому что её внедрение, с одной стороны, не потребует увеличения налогового бремени, но с другой стороны решит архиважную проблему безработицы и возможной маргинализации общества.

Россия в период 90-х годов прошла через полномасштабный кризис, затронувший все сферы народного хозяйства. Это выразилось в частичном разрушении технологической базы третьего и четвёртого уровня, ввиду чего формирование пятого уровня стало деформированным. Внешние угрозы, обострение международной конкуренции делают задачу перехода к 6-му технологическому укладу первостепенной, практически перепрыгнув при этом 5-й уровень.

В странах первого мира такой переход осуществлялся эволюционно, в первую очередь благодаря решающей роли государства, транснациональных корпораций и инновационной роли малого бизнеса, который в западном мире институционально восприимчив к новым технологиям, имеет доступ к передовой науке, значительную технологическую базу, получает различные субсидии и дешёвые кредиты от государства, в результате чего даже в рамках самых наукоёмких отраслей роль и значимость малого бизнеса не снижается, что вполне подтверждает тезис относительно сохранения важности всех форм малого и среднего бизнеса в «умной» экономике. Помимо этого, малый бизнес – это основа сохранения гражданских прав и свобод, а также среднего класса, который повсеместно является источником развития, поставляет на рынок труда лучших специалистов, учёных. Имманентная связь малого бизнеса и науки обеспечивает передовым экономикам гибкость и мобильность производства, сохраняет конкуренцию и стимулирует граждан к труду, инициативе, реализации собственных идей.

Природа малого бизнеса в России иная. Сформированный в период перехода экономики на капиталистические рельсы, малый бизнес изначально ставил перед собой задачи ускоренного накопления капитала,

в первую очередь торгового. Условия труда, кризис в производственной сфере обусловил нацеленность малого бизнеса на скорейшее извлечение прибыли. Общие высокие риски требовали адекватного ответа на реалии того времени, что выразилось в том, что класс мелких собственников избегал конкуренции. Неэффективная денежно-кредитная политика государства, отсутствие субсидий и программ поддержки, неустойчивость национальной денежной единицы препятствовали проявлению инновационного характера малого бизнеса. Отсутствие институциональных предпосылок привело к невосприимчивости малого бизнеса к новшествам, лишило его инновационного характера. В связи с этим можно наблюдать постоянное снижение конкурентоспособности малых предприятий.

В России распределение производственного капитала таково, что всего несколько десятков корпораций способны, экономя на эффекте масштаба, производить практически весь набор товаров широкого потребления. В таких условиях возникает вопрос относительно места малого бизнеса в общественном воспроизводстве, потому как даже в нишах, где ранее малый бизнес чувствовал себя уверенно, «наступают» корпорации.

В России дальнейшее развитие технологий приведёт к ещё большему развитию корпоративных форм собственности, монополизации всей экономики в ущерб малым формам собственности. Капитализм в своём классическом понимании, где практически каждый может быть собственником средств производства, отмирает. Всё это может привести к дегуманизации человека и следование сугубо либеральной доктрине развития, которая подразумевает «сокращение неэффективного населения», либо же создаёт общество феодально-кастового типа, где основная масса населения станет скорее заложником технологического развития, а не его бенефициаром. Всё это может в перспективе привести общество к серьёзнейшему социально-экономическому кризису, стагнации. Вот почему любые формы малого бизнеса должны быть поддержаны государственными структурами.

В РФ государство предоставляет предпринимателям различные виды помощи:

Финансовая – программы поддержки малого бизнеса подразумевают выделение субсидий, суммы которых колеблются от 60 тыс. до 25 млн руб. Важно, что многие программы финансовой поддержки нацелены на сельскохозяйственный сектор, который на большей территории страны нерентабелен.

Имущественная – предприниматели получают возможность безвозмездно или на льготных условиях пользоваться государственным имуществом (аренда помещений, земельных участков). Примером можно считать множество бизнес-инкубаторов, которые стали стартом в бизнесе для многих предпринимателей.

Информационная – путем создания федеральных и региональных информационных систем, официальных сайтов для обеспечения субъектов предпринимательства актуальными сведениями. Пожалуй, в каждом регионе есть свои сайты поддержки малого и среднего бизнеса.

Консультационная – поддержка предпринимательства в виде профессиональных консультаций юристов, маркетологов и т.д.

Образовательная – разработка программ подготовки специалистов, повышения квалификации сотрудников. К примеру, сеть областных потребительских союзов проводит регулярные образовательные программы на базе Центросоюза в Москве [2].

Нынешнее состояние МСП свидетельствует о недостаточном характере мер поддержки со стороны государства. Необходимо не только активизировать представленные формы помощи, ещё больше снизить ставки по кредитам, упростить процедуру регистрации и ведения дел, вернуть ЕНВД, но, в первую очередь, подготовить базу для институциональных преобразований, гарантирующих формирование устойчивой связи достижений науки, НИОКР с субъектами малого и среднего бизнеса. Именно это должно в перспективе стать основой конкурентоспособности МСП, что, как следствие, подстегнёт развитие всей национальной экономики, решит ряд острых социальных проблем, сделает возможным технологический рывок страны и повышение её роли на международной арене.

Список литературы

1. Прибытков Константин. Референдум в Швейцарии: получать деньги, не работая, показалось населению чрезмерным. URL: <https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/3340939>

2. Климакина Ирина. Поддержка малого бизнеса: госпрограммы 2020–2021 года. URL: <https://www.business.ru/article/1360-podderjka-malogo-biznesa-2019-gos-programmy>

УДК 336.64

ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА И САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ ЗАПАДНЫХ СТРАН

*Алексей Геннадьевич Балясников¹, Денис Романович Абросимов²,
Татьяна Андреевна Куликова³*

^{1, 2, 3} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1, 2, 3} tatiana_kulikova-pgu@mail.ru

Аннотация. Определена роль и основные национальные интересы экономической безопасности в системе национальной безопасности. Рассмотрены модели систем

© Балясников А. Г., Абросимов Д. Р., Куликова Т. А., 2021

обеспечения экономической безопасности и возможности их использования в практике России.

Ключевые слова: национальная безопасность, экономическая безопасность, национальные интересы, геополитический кризис

Каждая страна, какой бы экономически развитой она ни была, никоим образом не застрахована от агрессивных проявлений другого государства или составляющей ее экономики. Поэтому к первоочередным задачам государства входит такой вид деятельности, как обеспечение собственной экономической безопасности. Как показывает мировой опыт, обеспечение экономической безопасности – это, прежде всего, гарантия независимости страны, условие эффективности жизнедеятельности общества. Одним из главных задач экономической безопасности является сохранение и укрепление позиции страны в мировой экономической системе. В США, странах Европы, Японии разрабатываются и реализуются концепции национальной безопасности с учетом собственных экономических интересов.

Теме экономической безопасности в исследованиях ученых уделено достаточно внимания, однако существенным недостатком большинства публикаций является отсутствие четких предложений по решению проблем, направленных на усиление защиты экономических интересов государства [1].

Развитие человечества, научно-технический прогресс вызвал значительное повышение потребления человечеством природных ресурсов, что приводит к их стремительному сокращению и возникновению дефицита сырья. Эта проблема вносит значительные коррективы в международную политику, которая, направленная на достижения экономического доминирования страны и обеспечения ее сырьевыми ресурсами, пока что является причиной различных конфликтов, в первую очередь, военных. Но в условиях глобализации вооруженные конфликты являются крайней и неэффективной формой борьбы за экономическое доминирование. В современном обществе, где ведущее место в сфере производственных и торговых отношений постепенно занимают транснациональные компании, где постоянно осуществляется переливание капитала из одной страны в другую, ведения военных действий невыгодно и даже бессмысленно. К тому же война требует больших затрат средств и ресурсов, что будут потрачены на ее проведение.

Поэтому сейчас на первый план выходят так называемые экономические войны, задачей которых является поставить под контроль экономику другой страны помощью экономических средств воздействия. К тому же, экономические войны, экспансии более рентабельны по сравнению с военными конфликтами, ведь экономическая война не уничтожает потенциал конкурента, а позволяет в определенной степени использовать его и контролировать деятельность страны конкурента

и направлять ее на удовлетворение собственных потребностей. Именно такую политику ведут на международном уровне высокоразвитые страны, что под разными масками и красивыми лозунгами предлагают развивающимся странам свою «гуманитарную» помощь и пытаются усилить свои позиции в мире за счет ресурсов (природных, трудовых, инновационных и т.д.) таких стран [2].

В прошлом под безопасностью понимали защиту страны от нападения извне, шпионажа, покушения на государственный и общественный строй. Затем добавили меры против угрозы впасть в экономическую зависимость, обанкротиться, потерять национальное лицо. Стали учитываться демографические, техногенные и экологические факторы. В результате возникла тенденция включать в это понятие почти всю проблематику жизни и деятельности современного общества. Тем самым само понятие «безопасность» размывается, чтобы на этой основе уже построить четкой программы действий.

Предметом первоочередной заботы государства и регионов с точки зрения безопасности должны быть: политическая стабильность; целостность государства; оборона; техно-экологическая безопасность; социально-экономическая безопасность; внешнеполитические приоритеты. Перечень потенциально уязвимых мест экономической свободы и суверенитета указывает на необходимость государственного вмешательства, легитимность которого обосновывается тремя положениями:

1) полный отказ от любых форм государственного регулирования невозможен, поскольку игнорирование экономических функций органами власти наталкивается на препятствия, связанные с обеспечением функционирования самих законов рынка;

2) сами рыночные механизмы не могут предотвратить и скорректировать возникновения экономических диспропорций и экономического кризиса без соответствующих мер государства;

3) расширение арсенала средств экономической защиты за счет данных экономической разведки дает возможность частным предприятиям использовать эту информацию для завоевания новых рынков, сохранения своей рыночной доли и защиты своего научного, технического и коммерческого потенциала.

Глубинной основой национальной безопасности сегодня выступает геоэкономический фактор, образуя специфический симбиоз с геополитикой и военно-стратегической составляющей.

В современных условиях деятельность государственных органов управления в основном направлена на компенсацию убытков от действия угроз экономической безопасности или на преодоление негативных тенденций развития объекта. Поэтому необходима разработка системы управления экономической безопасностью региона, что позволит перейти от эпизодических мероприятий к созданию стабильного механизма обеспечения безопасности, регулярное выявление и решение

всей совокупности проблем. Успешное функционирование такой системы управления возможно только при условии реализации принципа опережающего управления [3].

Но для принятия эффективных управленческих решений необходима комплексная, своевременная информация, позволяющая установить систему прямой обратной связи между законодательной и исполнительной властью, с одной стороны, и реакцией на них в массах населения, на предприятиях, в учреждениях и организациях – с другой. Но получить такую информацию сейчас достаточно трудно из-за ведомственного подхода к формированию информационных потоков и предоставления аналитических материалов. Вследствие чего управления часто имеют значительную по объёму, но абсолютно разноплановую, не согласованную между собой информацию.

Необходима глубокая структуризация информации, ее аналитическая обработка с выходом на систему оценок и прогнозов. Возможно использование информационных ресурсов данного центра на условиях платности и конфиденциальности информации с целью обеспечения предпринимательской деятельности, например, в инвестиционной, банковской деятельности. Вследствие того, что аналитический центр позволит осуществить эффективный сбор, обработку, накопление и распределение данных о состоянии различных объектов и территорий региона, эти данные могут быть использованы предпринимательскими структурами, банками, страховыми компаниями для оценки степени надежности различных объектов.

Агрессивное политическое поведение западноевропейских стран, политический кризис и санкции являются одними из факторов, что подорвали стабильность российской экономики. Причиной введения экономических санкций против Российской Федерации было присоединение к ней Крымского полуострова и прогрессивные военные действия в Украине.

Одним из негативных последствий введения санкций стало уменьшение инвестиционной деятельности крупных российских компаний, что привело к увеличению расходов федерального бюджета на поддержку деятельности этих предприятий.

За короткий промежуток времени санкции существенно повлияли на все составляющие экономической безопасности России: финансовый сектор, пищевую промышленность и оборонную промышленность. Происходит значительное сокращение товарооборота, развитие высокотехнологичных отраслей и темпы экономического роста.

Любые экономические санкции имеют две стороны влияния и влияют не только на санкционные государства, но и на саму страну, которая их ввела.

Несмотря на то, что считается, что санкции играют чрезвычайно отрицательную роль в экономическом развитии России, это не совсем

так, ведь наша страна получила возможность развивать собственное производство. Таким образом, в контексте санкций Россия может пойти по пути развития внутреннего производства и импортозамещения.

Итак, на это влияет успех финансовой, социальной и фискальной политики, а также уровень жизни граждан. И это основа безопасности государства в экономическом плане. Тем не менее, благосостояние экономики потерпело санкционное давление, при котором Россия имела возможность найти альтернативные пути развития, такие как импортозамещение, развитие собственного производства, инвестиции в отечественную пищевую промышленность, а также инвестиции в высокотехнологичные отрасли и поиск новых иностранных партнеров.

Список литературы

1. Василенко О. А. Вопросы экономической безопасности и государственного управления в контексте стратегии экономической безопасности России // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2020. Т. 16, № 1 (382). С. 60–79. doi: 10.24891/ni.16.1.60

2. Масальский М. Г., Андреев Г. О., Малинин Н. Н. [и др.]. Экономическая безопасность России в современной системе международной экономической безопасности // Форум молодых ученых. 2020. № 10 (50). С. 428–432.

3. Гамидуллаева Л. А., Шкарупета Е. В., Тарасов А. В., Лузгина О. А. Разработка и реализация сценариев цифровой трансформации промышленных экосистем // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. № 4 (52). С. 202–210. doi: 10.21685/2072-3016-2019-4-20

УДК 336.64

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ОСНОВНЫХ КРИТЕРИЕВ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Дарья Михайловна Баркова¹, Юлия Владимировна Малахова²,
Светлана Александровна Барбашова³*

^{1,3} Пензенский филиал Финансового университета
при Правительстве Российской Федерации, Пенза, Россия

² Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ sun13713@gmail.com

² borisylka@mail.ru

³ cdtmf051178@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются основные критерии финансовой устойчивости компании, а также обосновывается необходимость управления параметрами, определяющими финансовую стабильность организации.

© Баркова Д. М., Малахова Ю. В., Барбашова С. А., 2021

Ключевые слова: финансовая устойчивость, собственные оборотные средства, заемный капитал, запасы, критерии финансовой устойчивости

В современных экономических условиях оценка устойчивости финансового состояния организации представляется весьма актуальной. Анализ финансовой устойчивости является одним из методов выявления существующих в организации проблем, а также определения путей улучшения финансового положения компании. Являясь одной из ключевых характеристик общей стабильности функционирования экономического субъекта и индикатором эффективности его хозяйственной деятельности, финансовая устойчивость продолжает быть объектом научного интереса экономистов.

Как показывают труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, основой понятия «финансовая устойчивость» является оптимальное соотношение активов субъекта хозяйствования (оборотных и внеоборотных активов с учетом их внутренней структуры) и источников их финансирования (собственных и заемных средств). Одним из критериев оценивания финансовой устойчивости организация является излишек или недостаток источников формирования запасов (материальных оборотных активов) и финансирования затрат. Так, чаще всего выделяют:

1) собственные оборотные средства (СОС), которые определяют, как разницу между значением оборотных активов (ОА) и суммой краткосрочных заемных средств организации (КО);

2) собственные и заемные источники долгосрочного характера (СДИ), которые рассчитываются как разность между собственным капиталом организации (СК), внеоборотными активами (ВА) и долгосрочными обязательствами (ДО);

3) общую величину основных источников формирования запасов и затрат (ОИ) путем увеличения СДИ на сумму краткосрочных обязательств [1].

Затем на основании приведенных показателей определяют финансовое состояние и степень финансовой устойчивости компании. Абсолютная финансовая устойчивость возникает, когда запасы организации в полном объеме покрываются собственными оборотными средствами, тем самым организация не зависит от кредиторов. В случае нормальной устойчивости для покрытия запасов помимо СОС организация использует долгосрочные привлеченные средства.

Неустойчивое финансовое положение организации может определяться тем, что собственных и заемных источников долгосрочного характера бывает недостаточно для формирования запасов. Эта проблема может быть решаемой при привлечении краткосрочных кредитов и займов. Кризисное финансовое положение – состояние, при котором запасы компании не покрываются ни собственными оборотными

и приравняваемыми к ним средствами, ни краткосрочными обязательствами. Кризисное состояние предприятия является пределом финансовой устойчивости.

В результате приведенной методики анализа финансовой устойчивости, можно выделить основные параметры компании, влияющие на финансовую стабильность предприятия и выступающие критериями ее оценки: внеоборотные активы, оборотные активы, собственный капитал, а также величины краткосрочных и долгосрочных обязательств организации.

Следует также отметить, что основным финансовым ресурсом организации является выручка (В). Оценить влияние выручки от реализации продукции на финансовую устойчивость позволяет такой показатель, как запас финансовой устойчивости (прочности). Запас финансовой прочности определяется как отношение разности между выручкой от продажи продукции и порогом рентабельности к самой выручке. Запас финансовой устойчивости организации показывает, насколько компания далека от точки, в которой она становится убыточной.

Таким образом, объединив данные параметры, определяющие финансовую устойчивость компании, получается шестифакторная модель зависимости финансовой устойчивости: $f(ВА, ОА, СК, КО, ДО, В)$ [2].

Основные принципы обеспечения финансовой устойчивости организации представлены на рис. 1.

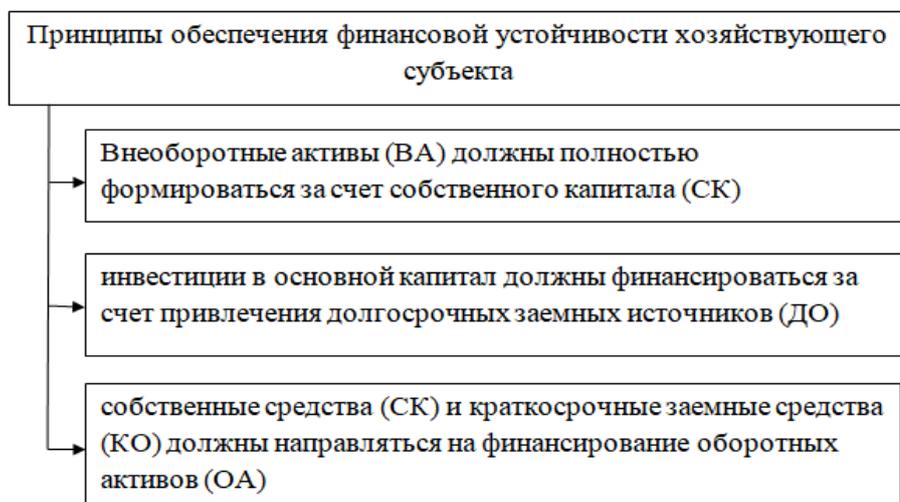


Рис. 1. Принципы обеспечения финансовой устойчивости

Стоит отметить, что нельзя точными границами обозначить оптимальное соотношение собственного и заемного капитала. Оптимальное соотношение может определяться в зависимости от вида экономической деятельности хозяйствующего субъекта. В большинстве случаев для компаний, имеющих нормальную финансовую устойчивость, структура баланса характеризуется преобладанием в пассиве собственных средств, при том, что темп роста собственного капитала так же должен быть выше темпов роста заемного капитала.

Фактором, способствующим повышению финансовой устойчивости, является сокращение операционного и финансового циклов компании, в том числе за счет ускорения оборачиваемости запасов и дебиторской задолженности. Примером таких хозяйствующих субъектов могут выступать организации розничной торговли. Короткий операционный цикл формирует более устойчивый денежный поток и в структуре источников подобных организаций доля заемного капитала может быть более высокой. Напротив, если деятельность организации характеризуется низкой оборачиваемостью, например, за счет продолжительного производственного процесса и высокой доли незавершенного производства в структуре активов, доля собственных источников в общей величине пассивов должна составлять не менее половины [3]. Так же существует критерий, согласно которому объем собственных средств организации должен обеспечивать финансирование ее запасов в размере не менее 10 %. При таком соотношении источников формирования запасов производственный процесс компании становится достаточно независимым от внешних кредиторов.

При этом руководству организации всегда необходимо уделять внимание управлению запасами. Чрезмерная иммобилизация денежных средств в запасах приводит к замораживанию оборотного капитала компании, кроме того, увеличивается порча материалов, сырья, растут складские расходы, что в конечном итоге отрицательно сказывается на финансовой устойчивости организации. Рост запасов оценивается положительно только в том случае, если сопровождается увеличением объема реализации продукции, в иных обстоятельствах переизбыток запасов является негативным фактором. В то же время недостаток материальных оборотных активов ведет к увеличению рисков, связанных с колебаниями спроса, повышается чувствительность к росту цен на сырьевые ресурсы, уменьшается скорость удовлетворения клиентского запроса, сокращается производство продукции в связи с простоями и, как результат, размер выручки уменьшается [4].

Основным источником финансирования собственной деятельности хозяйствующего субъекта является полученная выручка от продажи готовой продукции, выполнения работ, оказания услуг. Поэтому очень важно, осуществлять оперативный контроль за динамикой данного показателя. При этом, поскольку оборачиваемость запасов зависит от объема продаж, то увеличение размера выручки положительно будет отражаться на периоде оборачиваемости запасов. Для сложившейся ситуации будет характерно сокращение периода хранения сырья и материалов на складе от момента поступления до передачи в производство. Таким образом, параметры, определяющие финансовую устойчивость, всегда взаимодополняют друг друга.

Современная экономическая ситуация, особенно в период пандемии коронавирусной инфекции, ставит перед хозяйствующими субъектами сложные задачи по способности сохранить свою финансовую

устойчивость. Определение границ использования собственного и заемного капитала организации при финансировании оборотных и внеоборотных активов позволяет своевременно предотвратить снижение финансовой устойчивости.

Таким образом, в процессе осуществления предпринимательской деятельности очень важно не только определять основные критерии финансовой устойчивости, но и управлять ими. В частности, необходимо следить за соотношением собственного и заемного капитала, за направлением использования долгосрочных и краткосрочных заемных средств компании, не допускать чрезмерной иммобилизации денежных средств в запасах, и в то же время, избегать недостатка сырья, материалов, топлива и прочих материальных оборотных активов.

Список литературы

1. Шарудина З. А., Жердева О. В. Методические аспекты оценки финансовой устойчивости коммерческой организации // Вестник Академии знаний. 2019. № 3 (32). С. 295–298.

2. Ольховская О. В., Агибалов А. В. Проблемы оценки финансовой устойчивости гостиничного предприятия с учетом жизненного цикла организации // Инновационные технологии и технические средства для АПК : материалы Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов. Воронеж : Воронежский государственный аграрный университет им. Императора Петра I, 2016. С. 116–119.

3. Сидорова С. А. Риски ликвидности в контексте устойчивого развития коммерческой организации // Учет. Анализ. Аудит. 2019. Т. 6, № 1. С. 76–88. doi: 10.26794/2408-9303-2019-6-1-76-88

4. Пронина Ю. Г., Умненко К. Е., Опекунов А. Н. Управление финансовыми рисками на предприятии как основа его финансовой устойчивости // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 130–134.

УДК 338. 2

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ

*Диана Эдуардовна Буренина¹,
Татьяна Викторовна Кузнецова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ daninerub93@mail.ru

² t.v.kuznetsova.penza@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается современное состояние малого и среднего бизнеса в Российской Федерации. Проводится анализ основных проблем и факторов,

© Буренина Д. Э., Кузнецова Т. В., 2021

препятствующих развитию малого и среднего бизнеса, описывается система государственного регулирования малого и среднего предпринимательства в России.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, государственное регулирование, поддержка предпринимательства, налогообложение малых и средних предприятий, административные барьеры, проблемы развития малых и средних предприятий в Российской Федерации

Функционирование экономики любого современного капиталистического государства с развитыми рыночными отношениями базируется, как ни странно, на предприятиях малого и среднего бизнеса. Именно данная форма ведения бизнеса обеспечивает наибольшую занятость населения, формирует средний класс, способствует развитию человеческого капитала, конкурентных рынков, а также повышению уровня жизни и социальной стабильности.

В связи с указанным выше со второй половины 2000-х годов в России проводится активная государственная политика, направленная на обеспечение устойчивого развития малого и среднего бизнеса (МСБ). Однако цель пока не достигнута, и это актуализирует проблему развития и поддержки государством предприятий малого и среднего бизнеса в России.

Существующие критерии, используемые в Российской Федерации для отнесения хозяйствующих субъектов к микро, малым и средним предприятиям, приведены в табл. 1.

Таблица 1

Критерии отнесения хозяйствующих субъектов к разным категориям малых и средних предприятий в Российской Федерации по состоянию на 2020 год [1]

Категория предприятия	Кол-во работников предприятия	Выручка от реализации без учета НДС в год, руб.
Микропредприятие	Не более 15	60 млн
Малое предприятие	Не более 100	400 млн
Среднее предприятие	От 101 до 250	1 млрд

Большая часть самых маленьких малых и средних предприятий (МСП) работает в сфере услуг. К ним относятся 54 % от общего количества индивидуальных предпринимателей, а также 45,8 % всех микропредприятий – юридических лиц и 34,4 % малых предприятий – юридических лиц по состоянию на 2020 год. Как правило, в других секторах экономики более крупные МСП осуществляют свою деятельность. Таким образом, 27,3 % всех средних предприятий заняты в отрасли [1].

Текущий уровень развития малого и среднего бизнеса в России оценивается как недостаточный. Вклад этого сектора в ВВП России достигает 20–21 %, а его доля в общей занятости составляет 25 %, в то время как в странах с развитой рыночной экономикой эти показатели достигают порядка 60 % и 83 % соответственно. Причины такого

положения дел можно выделить следующие: недостаточно гибкая система налогообложения; многочисленные административные барьеры; трудности, связанные с привлечением кредитных ресурсов; несовершенство нормативно-правовой базы, регулирующей деятельность МСП; необходимость совершенствования мер государственной поддержки [2].

В последние годы в России ведется интенсивная работа по совершенствованию механизмов государственного регулирования МСП на всех этапах бизнеса с целью стимулирования предпринимательской активности. Основные направления этой работы – обеспечение доступа к финансированию, введение специальных налоговых режимов, снижение административных барьеров и создание инфраструктуры для развития малого и среднего бизнеса [3].

Однако, по мнению самих предпринимателей, наиболее существенной является проблема нехватки финансовых ресурсов, как своих, так и заемных. Эксперты отмечают тот факт, что банки крайне неохотно выдают кредиты начинающим предпринимателям, связанных с высокими рисками кредитования малых предприятий.

Также одной из наиболее распространенных трудностей в ведении малого и среднего бизнеса является чрезмерное государственное регулирование деловой активности, что также активно связано с высоким уровнем коррумпированности надзорных органов. Практический опыт развитых стран и различные исследования показывают, что подобные барьеры лишь препятствуют нормальному развитию бизнес-среды, а также нарушают принципы здоровой конкуренции, позволяя монополиям увеличивать свой контроль, что противоречит принципам свободного рынка.

Действительно, меры государственной поддержки малого и среднего бизнеса в России все еще недостаточны, однако стоит сказать и том, что немалое значение играют сами предприниматели. В России же за 30 лет существования рыночной экономики у бизнеса все еще не выработалось такое понятие как «социальная ответственность бизнеса». Большинство граждан все еще относятся к самому бизнесу, так и к его ведению как к чему-то нечестному и коррумпированному, что особенно заметно в регионах нашей страны. Действительно, в этом есть и доля правды. Большинство предпринимателей ведут свою деятельность не совсем честным путем, обманывают своих работников, устраивают махинации с документами, с помощью взяток и нечестного ведения бухгалтерии уклоняются от проверок и налогов [3].

Также, немалую роль играет то, что сами рыночные отношения в России развиты все еще крайне слабо. Во время существования СССР сами рыночные отношения были под запретом и несколько поколений наших сограждан были в полном неведении о том, что такое бизнес, как можно использовать свои средства для производства, а не только

личного потребления и т.д. Также «рудиментом» прошлой экономической системы осталось широкое использование госзаказов, что не позволяет развиваться свободной конкуренции, а также ограничивает доступ к ним субъектам малого и среднего предпринимательства.

Поэтому сам бизнес в России имеет свои некие национальные черты и особенности, которые формировались под воздействием целого ряда исторических обстоятельств и национальных черт. Поэтому огромную роль во всем этом играет развитие позитивного самосознания предпринимательства и граждан, исходя как из принципов социальной ответственности, так и деловой этики. Только тогда, предпринимательство сможет окончательно превратиться в независимую социально-активную группу с определенным набором интересов, которая способна стать крепким и значимым элементом государства и гражданского общества.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что предприятия малого и среднего бизнеса играют огромнейшую роль в экономике страны. В России крайне необходима более серьезная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, но одновременно с этим снижение количества проверок бизнеса. Однако необходимы существенные изменения в самих надзорных органах, снижения уровня коррупции в них, а также более существенный контроль за повторяющимися и серьезными нарушениями предпринимателей.

Предприятия малого и среднего бизнеса являются основой функционирования экономики любого современного государства, они способны обеспечивать миллионы граждан рабочими местами, создавать конкурентную среду, а также обеспечивать необходимые возникающие потребности населения.

Список литературы

1. Россия в цифрах. 2020 год. М. : Федеральная служба государственной статистики, 2020. 191 с.

2. Опекунов А. Н., Ганиева Р. Р., Карякина Ю. А. Кредитование малого и среднего бизнеса в Пензенском регионе // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы III Междунар. науч.-практ. конф. Пенза : Изд-во ПГУ, 2017. С. 116–119.

3. Юняева Р. Р., Аверин А. Ю. Специфика функционирования системы государственной поддержки сельского хозяйства в регионах Российской Федерации в условиях возникновения чрезвычайной ситуации // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2020. № 2 (54). С. 115–125. doi: 10.21685/2072-3016-2020-2-11

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СДЕЛКИ М&А МЕЖДУ ПАО «М.ВИДЕО» И ООО «ЭЛЬДОРАДО»

*Дарья Сергеевна Веревкина¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1, 2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ lagutova01@mail.ru

² avp1123@mail.ru

Аннотация. Работа посвящена стоимостной оценке синергетического эффекта, полученного в результате сделки М&А между ПАО «М.Видео» и ООО «Эльдорадо». Оценка проводится на основе разработанного комплексного алгоритма, который сочетает в себе одновременный анализ показателей финансовой отчетности компании-покупателя, экономической стоимости методом дисконтированных денежных потоков на подготовительной и постинтеграционной стадиях сделки М&А и динамики рыночных цен в момент поступления информации о совершении сделки.

Ключевые слова: сделка слияния и поглощения, российский рынок М&А, оценка эффективности, синергетический эффект, финансовый анализ, метод дисконтированных денежных потоков, метод кумулятивной избыточной доходности, мультипликаторы

Процесс слияний и поглощений неотделимо присущ современной рыночной экономике и является важным индикатором ее развития. На основании отраслевого анализа российского рынка М&А (рис. 1) можно сделать вывод, что сделки М&А в нефтегазовом секторе, секторе инноваций и технологий и потребительском секторе являются основным драйвером развития российского рынка слияний и поглощений в последние годы.

Подъем, наблюдавшийся на протяжении двух последних лет в потребительском секторе, продолжился в 2019 г, восстановившись после рецессии 2015–2016 гг. Рынок, охватывающий 146 млн потребителей, заключает в себе огромный потенциал как для расширения предлагаемого ассортимента товаров и услуг, так и для разработки новых продуктов и услуг.

Одной из ключевых сделок в потребительском секторе М&А стала сделка по приобретению ПАО «М.Видео» компании «Эльдорадо».



Рис. 1. Сумма сделок M&A на российском рынке по отраслям в 2017–2019 гг., в млрд долл. США [1]

Информация о планировании данной сделки появилась в информационных источниках в июле 2017 года. 26 апреля 2018 года ПАО «М.Видео» объявило о закрытии сделки по приобретению её дочерней компанией ООО «МВМ» 100 %-й доли в ООО «Эльдорадо». Сумма сделки по приобретению ООО «Эльдорадо» составила 45,5 млрд руб., что соответствовало справедливой рыночной оценке на основе дисконтированных денежных потоков, проведенной аудитором из числа «большой четвёрки». С целью финансирования сделки ООО «МВМ» привлекло кредит от Банка ВТБ на сумму около 40 млрд руб., а также использовало собственные денежные средства в размере около 5,5 млрд руб. Сделка на основе сложного плана трансформации стала беспрецедентным проектом не только для России, но и для глобальной отрасли торговли потребительской электроникой.

В первом квартале 2019 «М.Видео» и «Эльдорадо» успешно завершили юридическую и ИТ-интеграцию компаний, создав прочную основу для дальнейшего развития бизнес-процессов и повышения эффективности бизнеса.

В результате сделки на российском рынке появился игрок с присутствием во всех клиентских сегментах, а группа «М.Видео – Эльдорадо» вошла в топ-10 мировых розничных продавцов потребительской электроники среди публичных компаний (рис. 2).

Проведенный анализ финансовых показателей ПАО «М.Видео» в рамках ретроспективного подхода оценки эффективности сделки слияния и поглощения позволяет сделать вывод о том, что сделка оказала положительное влияние на финансовое положение компании. В результате сделки M&A по итогам 2018 года чистый оборот ПАО «М.Видео» увеличился на 80,1 % по сравнению с 2017 годом, составив 421,4 млрд руб. с НДС.

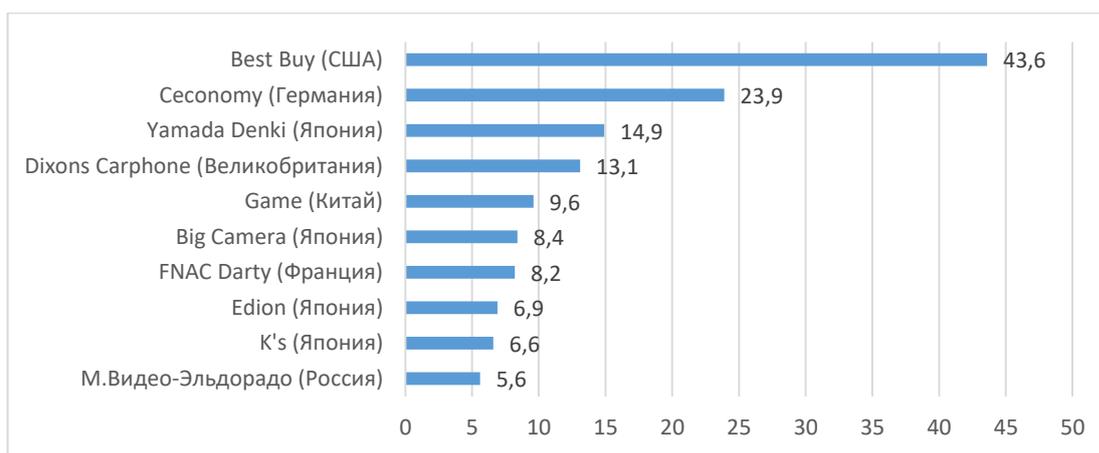


Рис. 2. Крупнейшие в мире публичные ритейлеры потребительской электроники по выручке в 2019 г., млрд долл. США [2]

Если оценивать чистый оборот в рамках проформа-показателя, учитывающего результаты «Эльдорадо» ретроспективно за 12 месяцев 2017 года, то продажи выросли на 17,7 %, опередив рост розничного оборота российского рынка бытовой техники и электроники, составившего 16,6 %. Благодаря опережающему рыночному росту продаж и развитию торговой сети в результате М&А, ПАО «М.Видео» заняло первую позицию на российском рынке ритейлеров бытовой техники и электроники в 2018–2019 гг., составив 25,6 %.

На фоне умеренной динамики российского рынка потребительской электроники рентабельность по EBITDA ПАО «М.Видео» в 2018–2019 гг. достигла рекордного за последние несколько лет уровня в 7,3 %, рентабельность продаж в 2019 составила 6,6 %. Рост ключевых показателей рентабельности объясняется повышением валовой маржи и операционной эффективности, что во многом обусловлено синергией от объединения двух сетей, в том числе централизацией управления товарными запасами и логистикой, а также реализацией эффекта масштаба.

Ухудшение ликвидности в результате увеличения размера торговой кредиторской задолженности в 2 раза объясняется получением ПАО «М.Видео» после сделки М&А статуса «якорного ритейлера» с возможностью покупки товара «под реализацию» с оплатой поставщикам после продажи товара. Отрицательное значение финансового цикла при дефиците собственных оборотных средств показывает, что ПАО «М.Видео» использует беспроцентный способ финансирования своей деятельности за счет заимствований у своих поставщиков.

На основе выводов, полученных в работе [3], воспользуемся методом дисконтирования денежных потоков в рамках доходного подхода оценки бизнеса для определения влияния сделки слияния поглощения на экономическую стоимость ПАО «М.Видео». Метод дисконтированных денежных потоков позволяет учесть перспективы развития

объединенной компании и основан на прогнозировании поступления этих потоков от основной, инвестиционной и финансовой деятельности данной компании, которые затем дисконтируются по ставке дисконта, представляющей собой требуемую инвестором ставку дохода.

Оценим стоимость бизнеса ПАО «М.Видео» на конец 2017 года (до совершения сделки), на конец 2018 года (после завершения сделки), на конец 2019 года (после завершения юридической и информационной интеграции бизнеса) (табл. 1–3).

Таблица 1

Определение рыночной стоимости компании методом DCF на конец 2017 года

Год	2018	2019	2020	2021	2022
Прогнозный период	1	2	3	4	5
Денежный поток (прогноз)	8300	7316	6780	7044	6887
Ставка дисконтирования	22,53 %				
Коэффициент текущей стоимости	0,903	0,737	0,602	0,491	0,444
Текущая стоимость денежных потоков	7498	5393	4079	3459	
Сумма текущих стоимостей денежных потоков	20 430				
Реверсия	Темп $g =$	12,8 %	$R = I - g$	9,72 %	70 821
Текущая стоимость выручки от продажи					31 414
Рыночная стоимость собственного капитала					51 844
Избыток (недостаток) чистого оборотного капитала	BP (отчет.)	198 197	ЧОК (% от BP)	-1,5 %	
	ЧОК норм.	-2934	ЧОК факт.	-464	2470
Рыночная стоимость компании					54 314

Таблица 2

Определение рыночной стоимости компании методом DCF на конец 2018 года

Год	2019	2020	2021	2022	2023
Прогнозный период	1	2	3	4	5
Денежный поток (прогноз)	2149	9915	12 044	13 140	12 954
Ставка дисконтирования	22,37 %				
Коэффициент текущей стоимости	0,904	0,739	0,604	0,493	0,446
Текущая стоимость денежных потоков	1943	7325	7271	6483	
Сумма текущих стоимостей денежных потоков	23 023				
Реверсия	Темп $g =$	13,0 %	$R = I - g$	9,38 %	138 104
Текущая стоимость выручки от продажи					61 597
Рыночная стоимость собственного капитала					84 620
Избыток (недостаток) чистого оборотного капитала	BP (отчет.)	321 066	ЧОК (% от BP)	-2,4 %	
	ЧОК норм.	-7850	ЧОК факт.	-19 659	-11 809
Рыночная стоимость компании					72 811

Таблица 3

Определение рыночной стоимости компании методом DCF на конец 2019 года

Год	2020	2021	2022	2023	2023
Прогнозный период	1	2	3	4	5
Денежный поток (прогноз)	6080	19 670	23 489	27 777	32 992
Ставка дисконтирования	22,85 %				
Коэффициент текущей стоимости	0,902	0,734	0,598	0,487	0,439
Текущая стоимость денежных потоков	5485	14 446	14 043	13 518	
Сумма текущих стоимостей денежных потоков	47 493				
Реверсия	Темп g =	3,7 %	R = I – g	19,12 %	172 522
Текущая стоимость выручки от продажи					75 752
Рыночная стоимость собственного капитала					123 245
Избыток (недостаток) чистого оборотного капитала	ВР (отчет.)	365 216	ЧОК (% от ВР)	–3,2 %	
	ЧОК норм.	–11 665	ЧОК факт.	–29 262	–17 597
Рыночная стоимость компании					105 648

Таким образом, в результате сделки M&A произошло увеличение экономической стоимости компании с 54 314 млн руб. в 2017 году до 105 648 млн руб. в 2019 году.

Для анализа реакции фондовой биржи на сделку с целью оценить, как сделка сказалась на стоимости акций компании, воспользуемся методом событий (методом накопленной избыточной доходности, SAR), базирующемся на предпосылке о средней эффективности рынка, которая гласит, что в стоимости акции отражается не только прошлая информация, но и вся публичная в данный момент времени информация.

Моделирование ожидаемой доходности может быть осуществлено тремя основными общепринятыми подходами, к которым относят модель постоянной средней доходности (одноиндексная модель); модель оценки финансовых активов (CAPM – Capital Asset Pricing Model); рыночная модель, в которой доходность финансовых активов имеет устойчивую линейную зависимость [4].

Наиболее популярной моделью для расчета потенциальной доходности финансовых активов признается модель CAPM, которая вычисляется по формуле:

$$E(R) = R_f + \beta(R_d - R_f) \quad (1)$$

где $E(R)$ – ожидаемая норма доходности акции рассматриваемой компании; R_f – безрисковая ставка доходности; R_d – доходность рынка; β – коэффициент, являющийся мерой рыночного риска и отражающий чувствительность доходности ценной бумаги к изменениям доходности рынка.

Для вычисления избыточной кумулятивной доходности на каждый день в окне наблюдения используется формула:

$$CAR_i = \frac{1+R}{1+E(R)} - 1 \quad (2)$$

где $E(R)$ – либо ожидаемая норма доходности акции рассматриваемой компании, рассчитанная по CAPM; R – фактическая норма доходности акции рассматриваемой компании.

После чего рассчитывается накопленная избыточная доходность на выбранном окне наблюдения:

$$CCAR = \sum_i CAR_i \quad (3)$$

В рамках данного метода мы рассмотрим период 7 дней до закрытия сделки и 7 дней после закрытия сделки, так как на данном окне событий можно увидеть реакцию инвесторов непосредственно в момент совершения сделки и сразу после нее, чтобы оценить незамедлительный эффект. Такая размерность рассматриваемого окна наблюдений позволяет минимизировать воздействие сторонних факторов на кумулятивную избыточную доходность, а также позволяет рынку отразить экономический эффект, полученный от M&A.

Для расчета ожидаемой доходности акций ПАО «М.Видео» используем официальные данные Московской биржи: динамику индекса ММВБ (который в отличии от РТС минимизирует влияние обменных валютных курсов на расчетную базу, проводимую в рамках работы), котировки акций ПАО «М.Видео» [5], а также официальные данные Центрального Банка РФ по ставкам доходности ГКО ОФЗ [6], пересчитанные в релевантные ставки, соответствующие однодневному периоду. В таблице 4 произведем расчет избыточной доходности акции «М.Видео» на анализируемом окне событий.

Таблица 4

**Расчет избыточной доходности акции «М.Видео»
на анализируемом окне событий**

Дата	Доходность ММВБ	Доходность ПАО «М.Видео»	Безрисковая ставка доходности R_f	Ожидаемая норма доходности (по модели CAPM)	CAR, рассчитанная по CAPM
19.04.2018	-0,49 %	-0,42 %	0,022 %	-0,18 %	-0,24 %
20.04.2018	0,09 %	-0,27 %	0,022 %	0,05 %	-0,32 %
23.04.2018	0,82 %	1,60 %	0,023 %	0,33 %	1,26 %
24.04.2018	0,12 %	1,35 %	0,022 %	0,06 %	1,29 %
25.04.2018	-0,01 %	-3,10 %	0,023 %	0,01 %	-3,11 %
26.04.2018	1,44 %	0,43 %	0,023 %	0,58 %	-0,15 %
27.04.2018	0,68 %	0,30 %	0,023 %	0,28 %	0,02 %
28.04.2018	-0,18 %	0,62 %	0,023 %	-0,06 %	0,68 %
30.04.2018	0,42 %	0,27 %	0,023 %	0,18 %	0,09 %
02.05.2018	-0,03 %	0,39 %	0,023 %	0,00 %	0,39 %
03.05.2018	-1,40 %	0,47 %	0,023 %	-0,53 %	1,01 %

На следующем этапе рассчитаем накопленную избыточную доходность CAR за 14 дней (7 дней до и после закрытия сделки): с 19.04.2018 г. по 03.05.2018 г. Накопленная избыточная доходность на данном окне события, характеризующая реакцию рынка на сделку слияния и поглощения, равна 0,92 %, что соответствует 26,96 % в год при переводе в годовое исчисление по формуле сложных процентов.

Таким образом, полученное в рамках оценки эффективности сделки M&A значение накопленной избыточной доходности на окне наблюдения (-7; +7), равное 26,96 % годовых, свидетельствует о том, что непосредственно в момент совершения сделки и сразу после нее (с минимальным воздействием сторонних факторов на кумулятивную избыточную доходность) реакция рынка на сделку слияния и поглощения положительная, инвесторы позитивно оценивают экономический эффект, предполагая увеличение стоимости объединенной компании на четверть. При этом необходимо понимать, что так как данный способ учитывает только реакцию рынка на сделку, общая динамика стоимости компании иная, так как на нее помимо рыночных факторов влияют операционные и финансовые факторы.

Для расчета синергетического эффекта в период интеграции на основании полученных методом дисконтированных денежных потоков стоимостей, найдем приращение стоимости объединенной компании в 2018 году по сравнению с компанией до осуществления сделки M&A в 2017 году (табл. 5). На следующем этапе найдем разницу между приростом экономической стоимости компании и ростом стоимости компании за счет реакции рынка на сделку слияния и поглощения, рассчитанную методом кумулятивной избыточной доходности. В результате получаем синергетический эффект от сделки M&A в 2018 году за счет операционных и финансовых факторов (очищенный от реакции рынка), равный 3855,52 млн руб.

Синергию, полученную ПАО «М.Видео» в результате полной интеграции компаний, рассчитаем, как разницу между стоимостью объединенной компании в 2019 году и суммой стоимостей ПАО «М.Видео» и ООО «Эльдорадо» до интеграции. Синергетический эффект составляет 5834 млн руб.

На основании анализа потребительского рынка бытовой техники и электроники, изучения условий сделки M&A между ПАО «М.Видео» и ООО «Эльдорадо», анализа финансовых показателей ПАО «М.Видео» до и после сделки с использованием открытой информации, содержащейся в годовых финансовых и бухгалтерских отчетах, презентациях инвесторам, можно сделать вывод, что на общий синергетический эффект наибольшее влияние оказали операционные факторы, связанные с экономией на масштабах, экономией на гибкости и возможностями роста.

Расчет синергетического эффекта от сделки

Год	2017 (до сделки)	2018 (сделка, процесс интеграции)	2019 (объединенная компания, завершившая интеграцию)
Стоимость ПАО «М.Видео» (EV), рассчитанная методом дисконтированных денежных потоков, млн руб.	54 314,00	72 811,00	105 648,00
Прирост стоимости компании (EV) по сравнению с предыдущим периодом		34,06 %	
Рост стоимости компании за счет реакции рынка на сделку слияния и поглощения, рассчитанная методом CAR на окне события (-7; +7)		26,96 %	
Синергетический эффект от сделки M&A, очищенный от рыночных факторов		7,10 %	
Синергетический эффект от сделки M&A в процессе интеграции, очищенный от реакции рынка, млн руб.		3855,52	
Стоимость ООО «Эльдорадо» (EV), рассчитанная методом дисконтированных денежных потоков (цена покупки), млн руб.	45 500,00		
Синергия, рассчитанная как разница стоимости объединенной компании после интеграции и суммой стоимостей ПАО «М.Видео» и ООО «Эльдорадо» до интеграции, млн руб.			5834,00

Операционная синергия в форме возможности роста проявилась в форме расширения доли рынка и двукратном увеличении выручки. Экономия на масштабе вызвана централизацией управленческих функций, созданием единых бэк-офисов, снижением расходов на рекламу и арендных ставок. Экономия на гибкости выражена расширением сбытовых сетей, оптимизацией логистической системы, появлением возможности в выборе и закупке самого разнообразного ассортимента и покупки товара «под реализацию» с оплатой поставщикам после продажи товара.

Становится очевидным, что необходимо провести анализ факторов, оказавших наибольшее влияние на общий синергетический эффект. Для оценки операционной синергии в форме роста проведем анализ синергии, оказанной динамикой выручки на стоимость объединенной компании. Для выявления факторов операционной синергии в форме экономии на масштабе и гибкости оценим влияние изменения показателя EBITDA, содержащего в себе информацию о себестоимости, коммерческих и управленческих расходах, на итоговую синергию. Кроме того, оценим, какое влияние на общую эффективность сделки оказало непосредственное слияние активов.

В табл. 6 произведем расчет синергии, генерируемыми данными показателями, на основе методов сравнительного подхода, а именно, найдем мультипликаторы, отражающие отношение стоимости компании к конкретному показателю. Умножением полученного мультипликатора базового периода на размер показателя в 2019 году находим ожидаемую прогнозную стоимость компании без учета синергии. Размер синергии вычисляется разницей между стоимостью ПАО «М.Видео» в 2019, полученной методом дисконтированных денежных потоков, и прогнозной стоимостью по мультипликатору.

Таблица 6

Расчет синергетических эффектов, оказываемых отдельными факторами, на общую эффективность сделки, млн руб.

Год	2017 (до сделки)	2019 (объединенная компания, завершившая интеграцию)
Стоимость ПАО «М.Видео» (EV), рассчитанная методом дисконтированных денежных потоков	54 314,00	105 648,00
Выручка (без НДС) ПАО «М.Видео»	303 263,29	365 216,00
М-Видео	198 197,00	244 228,81
Эльдорадо	105 066,29	120 987,19
EV/Выручка	0,274	0,289
Предполагаемая стоимость компании, рассчитанная по EV/Выручка		100 083,97
Синергия по выручке	5564,03	
ЕБИТДА ПАО «М.Видео»	13 895,00	26 754,00
EV/ЕБИТДА	3,909	3,949
Предполагаемая стоимость компании, рассчитанная по EV/ЕБИТДА		104 578,39
Синергия по ЕБИТДА	1069,61	
Чистые активы (ЧА) ПАО «М.Видео»	22 965,00	31 378,00
М-Видео	16 155,00	21 449,52
Эльдорадо	6810,00	9928,48
EV/ЧА	3,362	3,367
Предполагаемая стоимость компании, рассчитанная по EV/ЧА		105 494,56
Синергия по чистым активам	153,44	

По результатам таблицы можно сделать вывод, что наибольшее влияние на результирующий синергетический эффект оказывает синергия по выручке (5564 млн руб.), вызванная сделкой М&А. Меньшая синергия по ЕБИТДА, равная 1069 млн руб., объясняется тем, что помимо экономии на коммерческих, управленческих затратах, при сделке М&А ПАО «М.Видео» несло значительные затраты на интеграцию IT-систем.

Что касается синергии от слияния чистых активов, то мы видим несущественный эффект. Данный фактор объясняется спецификой отрасли: имущественные комплексы торговой компании не являются

производственной структурой, выпускающей продукцию; фактически слилась товарная масса, хранящаяся в запасах, а по результатам финансового анализа было выявлено, что в ООО «Эльдорадо» до объединения политика управления запасами была неэффективна.

Необходимо отметить, что полученный алгоритм оценки эффективности сделок слияний и поглощений компаний применим для любой сделки M&A с обязательным учетом специфики отрасли. Бесспорно, полученные в данной работе выводы в определенной степени обобщают выводы, полученные предыдущими исследователями, и дают инструмент для практического анализа сделок. При этом не отрицается возможность доработки алгоритма, увеличения факторов, подвергающихся анализу влияния на окончательный синергетический эффект.

Таким образом, по результатам оценки эффективности сделки M&A между ПАО «М.Видео» и «Эльдорадо» было выявлено, что сделка оказала положительное влияние на ПАО «М.Видео» и принесла значительный синергетический эффект.

Во-первых, данный эффект проявился в реакции рынка на сделку: значение накопленной избыточной доходности на окне наблюдения (-7; +7), равное 26,96 % годовых, свидетельствует о том, что непосредственно в момент совершения сделки и сразу после нее (с минимальным воздействием сторонних факторов на кумулятивную избыточную доходность) инвесторы позитивно оценили экономический эффект, предполагая увеличение стоимости объединенной компании на четверть.

Во-вторых, синергетический эффект в процессе интеграции, рассчитанный как приращение стоимости объединенной компании в 2018 году по сравнению со стоимостью ПАО «М.Видео» до осуществления сделки M&A в 2017 году, очищенное от реакции рынка на сделку слияния и поглощения, т.е. за счет операционных факторов, положителен и равен 3855,52 млн руб.

В-третьих, синергетический эффект, полученный ПАО «М.Видео» в результате полной интеграции компаний, рассчитанный, как разница между стоимостью объединенной компании в 2019 году и суммой стоимостей ПАО «М.Видео» и ООО «Эльдорадо» до интеграции, составляет 5834 млн руб.

В-четвертых, проведенный анализ изменения финансовых показателей ПАО «М.Видео» позволяет сделать вывод о том, что сделка оказала положительное влияние на финансовое положение компании. Оценка влияния отдельных факторов, выявленных по результатам финансового анализа, на общий эффект синергии, показала, что наиболее значительно на эффект сделки повлияло увеличение доли рынка и рост объемов продаж.

Список литературы

1. Рынок слияний и поглощений в России в 2019 г. // KPMG. URL: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ru/pdf/2020/02/ru-ru-ma-survey-2019.pdf>
2. Бухгалтерские и финансовые отчеты ПАО «М.Видео» 2012–2019 гг., новостная лента // Официальный сайт ПАО «М.Видео». URL: <https://invest.mvideo.ru/about/index.shtml>
3. Веревкина Д. С., Понукалин А. В. Методические подходы к оценке эффективности сделок слияния и поглощения компаний на российском рынке // Экономика и менеджмент в условиях цифровых перемен. 2020. № 5.
4. Саратовский А. Д. Методология оценки эффективности сделок слияний и поглощений: метод событий // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 1-2 (32). С. 94–95.
5. Индекс ММВБ, индекс потребительского сектора, котировки акций ПАО «М.Видео» // Официальный сайт ПАО «Московская биржа». URL: <https://www.moex.com/>
6. Значения кривой бескупонной доходности государственных облигаций // Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. URL: https://cbr.ru/hd_base/zcyc_params/

УДК 338.45.01

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕДИЦИНСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Ирина Николаевна Джазовская¹,
Мария Александровна Карпова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ jazzirina@mail.ru

² maria_shiganova@mail.ru

Аннотация. Исследуются происходящие изменения в сфере здравоохранения, мировые тенденции в данной области. Изучаются факторы, которые должны учитывать предприятия медицинского приборостроения при выборе стратегии развития.

Ключевые слова: медицинская промышленность, здравоохранение, цифровизация, персонализированная медицина, постиндустриальная экономика

Во всем мире происходит быстрое развитие и смена технологий, укрупняются и усложняются промышленные структуры, ужесточается конкуренция. Эти и другие факторы определяют требования к механизмам формирования стратегий развития промышленных предприятий.

© Джазовская И. Н., Карпова М. А., 2021

Грамотная стратегия развития предприятия способствует его процветанию и долгосрочному существованию на рынке. Так же на сегодняшний день многие эксперты и специалисты в области экономического развития полагают, что в последние десятилетия структурные перекосы в сторону финансового сектора значительно повысили уязвимость промышленных предприятий на рынке. Это приводит к увеличению количества несостоятельных фирм. В связи с этим, топ-менеджеры и инвесторы нуждаются в эффективных механизмах раскрытия потенциала организационных и технологических инноваций в производстве для предотвращения крайней формы несостоятельности организации, а именно – банкротства.

Нестабильная внешняя среда оказывает влияние на эволюцию механизма стратегического управления. С каждым новым уровнем нестабильности управленческая практика вырабатывает актуальные методы стратегического управления, регламентирующие деятельность организации [1].

Современная модель роста промышленного предприятия предлагает ориентацию на постиндустриальную экономику. Она основывается на сервисных отраслях, которые ориентируются на развитие человеческого капитала. Это такие отрасли как медицина, образование, медиа, дизайн, информационные технологии, «экономика впечатлений» и так далее. Креативный класс, то есть люди творческого труда, возникает и в развитых, и в развивающихся странах. Именно креативный класс будет определять конкурентные преимущества в соревновании экономик нынешнего века. Как показывает новейшая экономическая история, создание инноваций происходит в рамках организаций и сетей самого разного типа достаточно независимо от институциональной среды. Это требует качественно иного подхода ко всем отраслям, которые связаны с развитием человеческого капитала.

Новые технологии будут все активнее влиять на развитие системы здравоохранения. Прежде всего, это информационные технологии. В частности, это позволит значительно изменить в лучшую сторону сроки и точность диагностики заболеваний. Эффективность взаимодействия врачей и медицинских учреждений и их ответственность повысится в результате введения единой электронной медицинской карты [2].

Интенсивное развитие медицинских и информационных технологий предъявляет новые вызовы системе здравоохранения. Современные технологии позволяют значительно повысить результативность в выявлении индивидуальных факторов риска заболеваний, их ранней диагностики, сокращении объемов стационарной помощи благодаря развитию малоинвазивной, амбулаторной хирургии, телемедицины, дистанционного мониторинга состояния больного. Внедрение новых технологий

будет стимулировать структурные сдвиги в системе оказания медицинской помощи, рост потребностей населения в новых медицинских услугах и одновременно рост ожиданий в отношении обеспечения государством их доступности [3].

Еще одна тенденция развития медицинской науки проявляется в усиливающемся взаимопроникновении смежных, специальностей, которые ранее развивались отдельно. В последние десятилетия это взаимопроникновение достигло таких масштабов, что мы можем говорить о появлении новой когнитивной дисциплины – биомедицины, науки о жизни. Ее чертами является междисциплинарный характер научной кооперации, создание единого поля биомедицины с развитием межведомственной координации. Это порождает изменения к квалификационным требованиям персонала предприятий медицинской промышленности, который должен обладать знаниями из сразу нескольких специальностей, ранее не связанных друг с другом (например, биология, компьютерные технологии, машиностроение, материаловедение) [4].

Таким образом, на сегодняшний день инновации в данной области преимущественно создаются на стыке разных областей науки. Еще одной особенностью данной отрасли является совместное участие частных и государственных учреждений, а также одновременное финансирование фундаментальных и прикладных исследований. Биомедицина постоянно генерирует новые технологии. Основные технологические скачки представлены в табл. 1.

Таблица 1

Технологические прорывы в области биомедицины за последние 40 лет [2]

Периодизация	Фундаментальные изменения
1960–1970 годы	Производство антибиотиков и химических лекарственных средств
1980-е годы	Создание технологии 11 рекомбинантных ДНК, генетически модифицированных организмов и целой серии терапевтических биопрепаратов
2000-е годы Настоящее время	Персонализированная медицина или медицина трех «П» (предсказательная, профилактическая, персонализированная)

Технологические этапы сменяют друг друга по одинаковому сценарию. Как правило, за этапом разработки новой технологии или научной парадигмы следует период экспоненциального коммерческого роста. На следующем этапе происходит совершенствование технологии, рост замедляется и постепенно переходит в стадию плато. После данного этапа происходит возникновение новой технологии. Смена старой технологии на новую всегда сопровождается снижением эффективности роста.

В ближайшее десятилетие стоит ожидать перехода от реактивной модели обеспечения здравоохранения к профилактической модели. Акцент в данной модели ставится на прогнозирование медицинскими организациями изменений в здоровье населения. Это позволит оказывать

помощь эффективнее, сократив расходы. Одновременно это должно повысить качество жизни пациентов. Будут внедрены механизмы, направленные на повышение ответственности населения за состояние своего здоровья, а также на экономическое стимулирование здорового образа жизни. Чтобы реализовать это направление необходимо разработать основы бесконтактной диагностики состояния человека, технологии неинвазивного мониторинга уровня сахара в крови, методы диагностики состояния на основе комбинации нескольких технологий, в том числе ИТ-технологий [5].

Таким образом, интенсивное развитие новых технологий в медицине является, без сомнений, платформой для развития бизнеса и дает ему множество возможностей для роста. С другой стороны, бизнес всегда находится как бы «под угрозой» новых технологий, и, чтобы превратить этот фактор внешней среды в возможности, необходимо постоянно корректировать свою стратегию развития с учетом технологических изменений.

Список литературы

1. Чурбанова Е. С. Формирование стратегии развития промышленного предприятия // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2014. № 1 (9). С. 34–37.
2. Садовой М. А., Мамонова Е. В., Аронов А. М., Мамонов В. И. Системный подход к развитию инновационной деятельности предприятия по производству медицинских изделий // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2017. № 12-1. С. 83–88.
3. Коричева Е. А. Стимулирование инноваций как основа формирования конкурентных стратегий предприятий медицинского приборостроения // Техно-технологические проблемы сервиса. 2015. № 4 (34). С. 83–86.
4. Селезнев В. Д., Волков С. Д. Проблемы конкуренции в российском здравоохранении // Научный журнал НИУ ИТМО. Сер.: Экономика и экологический менеджмент. 2016. № 1. С. 112–117. doi: 10.17586/2310-1172-2016-9-1-112-117
5. Царикаев А. Ю. Процесс формирования стратегии развития промышленных предприятий // Бизнес в законе. 2011. № 4. С. 222–223.

УДК 338.2

СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА

Гульсум Юсефовна Куряева¹, Евгений Андреевич Киселев²

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Рассмотрены проблемы воздействия бизнеса на экологию, а также социальную среду. Бизнес занимает центральное место в экономике, и ни для кого

© Куряева Г. Ю., Киселев Е. А., 2021

не секрет, что он оказывает огромное влияние на окружающий мир, но всегда ли это влияние оказывается положительным? Этот и другие вопросы проанализированы в данном исследовании.

Ключевые слова: экология, бизнес, общество, производство, природа

В мире все больше людей начинают задумываться об экологии. Природные катаклизмы такие как торнадо, наводнение, смерчи и извержения вулканов нанося огромный ущерб городам и сёлам, не кто и не спорит что у природы огромная разрушительная сила, но одно дело, когда беды наносит природа и совсем другое человек. Бед можно избежать путём соблюдения норм и правил, беря ответственность за свои действия. Социально-экологическая ответственность – это соблюдение этического регламента ведения бизнеса [1]. Реализация социально-экологической ответственности связана с комплексом природоохранных мероприятий. К этим мерам предпринимателей обязывает экологическое законодательство и стандарты РФ. Направления социально-экологической ответственности Принимая политику социальной и экоответственности, предприятия реализуют мероприятия для решения таких природоохранных задач: Минимизация загрязнения естественной среды и ее ресурсов (водные и земельные ресурсы, экосистемы, биологические агенты и т.д.). Природа не может справиться с переработкой современных объемов промышленных выбросов и бытовых отходов. В связи с этим, главная задача экологически ответственных предприятий – сокращение выбросов и снижение в них концентрации опасных веществ. Рациональное использование и возобновление природных ресурсов.

Научные исследования свидетельствуют о скором истощении возобновляемых (пресная вода, лесные массивы) и не возобновляемых (нефть, природный газ) ресурсов. Социально-ответственные предприятия переходят на использование возобновляемых источников энергии, сырья, топлива.

Особое внимание уделяется внедрению системы использования вторичного сырья, повышению эффективности технологических процессов. Сохранение комфортного и безопасного климата. Изменение климатических условий может привести к самым плачевным последствиям – таяние ледников, затопление прибрежных территорий, исчезновение некоторых видов флоры и фауны, снижение качества жизни человека. Социально-ответственные компании большое внимание уделяют снижению объемов выбросов парниковых газов. Сохранение природных экосистем и биологического разнообразия. Сокращение популяций, исчезновение видов флоры и фауны, изменение ландшафтных особенностей приводят к гибели целых экосистем.

Социальная ответственность бизнеса (корпоративная социальная ответственность) – это отвечающая специфике и уровню развития

компании, регулярно пересматриваемая и динамично изменяющаяся совокупность обязательств, добровольно и согласовано вырабатываемых с участием ключевых заинтересованных сторон, принимаемых руководством компании, с особым учетом мнений персонала и акционеров, выполняемых в основном за счет средств компании и нацеленных на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых содействуют развитию компании (рост объемов производства, повышению качества продукции и услуг, и др.), улучшению репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развитию корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством, деловыми партнерами, местными сообществами и гражданскими организациями [2].

Понятие социальной ответственности бизнеса тесно связано с понятием устойчивого развития, согласно которому предприятия должны принимать решения базируясь не только на финансовых или экономических факторах, но также на краткосрочных и долгосрочных социальных, экологических и других последствиях их деятельности. Фактически, простым языком можно говорить, что СОБ (КСО) является инструментом, на уровне компании, для достижения целей устойчивого развития [3].

Исследования ООН и других влиятельных международных институций настойчиво привлекают внимание общества к проблеме ограниченности природных ресурсов и к тому, что человечество сегодня их использует больше, чем вырабатывает/возобновляет. Если подобная практика продолжится, то мы лишим будущие поколения необходимых ресурсов для их собственного развития. В стремлении сохранения природных ресурсов корпоративная социальная ответственность (СОБ) считается прямой дорогой к осознанию вопросов, связанных с устойчивым развитием и непременно их учетом при выработке бизнес-стратегии. Для обеспечения максимальной защиты экологии и социума требуется подкрепление безопасности законом и юридическими нормами.

В России правовое поле оценки воздействия на окружающую среду чрезвычайно узко. Экспертиза является, по существу, закрытой процедурой обсуждения проектов, не предполагает широкого участия населения и в целом носит менее демократичный характер, чем международно-признанная процедура оценки воздействия. Что касается действующего российского законодательства в сфере природопользования и сохранения окружающей среды, то нужно признать, что оно оказалось невосприимчивым к наиболее эффективным и апробированным мировым опытом правовым подходам, механизмам и инструментам. Более того, в настоящее время мы видим, что при происходящем в России экономическом типе развития его экологическое правовое обеспечение оказалось, по существу, парализованным. Для нынешнего

отечественного регулирования природопользования и хозяйственной жизни в целом характерно игнорирование «экологической составляющей». Это – одна из существенных причин, в силу которой весьма затруднено использование оценки воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду, так же, как и других апробированных мировым опытом правовых инструментов природопользования и сохранения окружающей среды, таких, как экологический менеджмент, экоаудит и др.

Для обеспечения эффективной защиты окружающей среды компании нужно в первую очередь начать с себя. Компания уделяет должное внимание научным исследованиям в области охраны окружающей среды, отслеживает на рынке появление новых экологических технологий и решений. Кроме того, она может оказывать финансовую и иную поддержку научным разработкам и общественным инициативам в этой сфере. Как правило, вступая на «путь экологической ответственности», компания начинает с внедрения одного или нескольких перечисленных элементов, но по мере возможности постепенно реализует все из них. Быть «идеальной» экологически ответственной компанией непросто, но важно стремление к постоянному совершенствованию.

Во-первых, это сохранение климата. Изменение климата может привести к необратимым последствиям: например, таяние ледников – к повышению уровня мирового океана и затоплению больших территорий, а также к дефициту пресной воды на территориях, население которых берет воду для своих нужд из рек с ледниковым питанием. Поэтому сокращение выбросов парниковых газов сегодня является доминирующей темой в экологических дискуссиях.

Во-вторых, это истощение природных ресурсов. Результаты экологических исследований и расчетов показывают, что некоторые невозобновляемые природные ресурсы (например, нефть) в обозримом будущем закончатся, так же, как и некоторые возобновляемые ресурсы, такие как пресная вода или леса, так как скорость их использования зачастую сильно превышает скорость возобновления. В связи с этим компании уделяют особое внимание водосбережению, использованию возобновляемых источников энергии, внедрению оборотных систем водопользования, применению вторичного сырья в технологических цепочках, повышению эффективности использования закупаемого сырья, установке систем переработки использованной продукции и отходов и т.д.

В-третьих, это загрязнения природной среды – воздуха, водных объектов, почв и пр. Природа обладает чудесной способностью перерабатывать определенное количество «грязи» сама, без вмешательства человека. Однако объемы промышленного загрязнения сегодня превышают возможности природных экосистем восстанавливать равновесие, что приводит к нарушениям природных процессов, а это, в свою очередь, оборачивается для людей ухудшением качества жизни. Вследствие этого

задачи минимизации выбросов, неочищенных сбросов, отходов, предотвращения аварий не только составляют суть добровольной ответственности компаний, но и в обязательном порядке фиксируются государством в виде законов и нормативов.

В-четвертых, это сохранение местообитаний флоры и фауны и целых экосистем. В природе нет ничего лишнего, все живое и неживое в ней взаимосвязано самым тесным образом. Исчезновение одного вида животных или растений, нарушение ландшафта может повлечь за собой необратимые последствия для экосистемы в целом. Поэтому компании должны оценивать свое воздействие на биоразнообразие занимаемых территорий, стараться максимально сохранять имеющиеся ландшафты и восстанавливать нарушенные. Экологическая ответственность компаний является необходимым условием выживания людей. Именно поэтому она является важным аспектом корпоративной ответственности.

Список литературы

1. Ганиева Р. Р., Опекунов А. Н. Развитие малого и среднего бизнеса в городе Пензе и Пензенском регионе // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 14–15 апреля 2016 г.) / под ред. В. И. Будиной, А. Н. Опекунова. Пенза : Изд-во ПГУ, 2016. С. 24–28.

2. Банкурова Р. У. Проблемы развития экоаудита в России и пути их решения // Форум молодых ученых. 2016. № 4 (4). С. 115–119.

3. Соболева О. А. Потребность в экологическом аудите и проблемы его становления в России // Вестник Псковского государственного университета. Сер.: Экономика. Право. Управление. 2016. № 3. С. 43–47.

УДК 338.2

К ВОПРОСУ О СТИМУЛИРУЮЩЕМ ЦЕНООБРАЗОВАНИИ

Елена Ионовна Кисина

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

kisina_elena@mail.ru

Аннотация. Рассматривается стимулирующее ценообразование, направленное на рост результативности от продаж некоторых видов товаров. Предлагаемые мероприятия направлены на осуществление стратегических, специфических и разовых целей.

Ключевые слова: цена, ценообразование, товар, услуга, стимулирование, цели, организации, скидки, продажи, потребители

© Кисина Е. И., 2021

Среди множества стратегий ценообразования можно рассмотреть стимулирующее ценообразование с использованием скидок. Стимулировать – значит как можно быстрее приводить в движение продажи. Организации, в целях реализации своей продукции или услуг необходимо разработать ряд мероприятий для посредников и потребителей с целью роста объема продаж некоторых видов товаров для укрепления стратегических, специфических, а также, возможно и разовых целей. Перечислим основные стратегические цели:

- рост числа потребителей;
- повышение качества выпускаемой продукции;
- повышение оборота до показателя, намеченного в плане;
- привлечение покупателей к новому виду товара;
- выполнение показателей плана продаж, ускорение продаж наиболее выгодного продукта;
- повышение оборачиваемости товаров, избавление от лишних запасов [1].

Кроме этих основных целей организация вправе рассмотреть такие цели, как – получение большей прибыли из продаж на Новый год, День Всех Влюбленных, праздники (День города) и т.п.; использовать любую благоприятную возможность – открытие нового магазина, день рождения руководства и т.п.; проведение и поддержание рекламной компании. От всех перечисленных целей будет зависеть конкретный вид стимулирования продаж.

Стимулирование различают как ценовое, так и неценовое. Ценовое стимулирование непосредственно связано с влиянием на цену продаваемого товара, т.е. это продажа по специальной цене. Отметим, что цена является мощнейшим фактором влияния на покупательский спрос и выбор потребителя. Изменение цены (ее снижение) проводят тогда, когда все возможные аргументы в целях продажи использованы. Непосредственно прямое снижение цены используется в целях привлечения покупателей, для стимулирования продаж продукта. Возможно и дополнительное ценовое стимулирование, т.е. больше системы скидок в случаях, если:

- на рынок выводится новый товар и к нему необходимо привлечь как можно больше потребителей – выделить его из ряда подобных;
- совершена повторная покупка, то предполагается на нее дополнительная скидка;
- если конкурент снижает цену на товар, то следует снизить цену также.

Неценовое стимулирование предполагает – непосредственную продажу по специальной цене – за приобретение большого количества товара, подарки, за предпочтительное отношение к товару [2]. Это как

бы скрытая или завуалированная скидка, т.к. покупатель в результате получает и товар, и «бонус», при этом заплатив только за товар. По своей сути неценовое стимулирование в большинстве случаев реализуется для воздействия на конечного покупателя, который желает что-то получить бесплатно, т.е. даром. Еще один вид стимулирования продажи – это сервисное стимулирование как возможность для покупателя получить больше услуг, а настоящее время – это возможность, не выходя из дома заказать определенный вид продуктов питания или готовые блюда.

Организации в своем большинстве, как правило устанавливают не одну цену на товар, а предлагают разные цены покупателям, учитывая спрос, транспортные издержки, предпочтения различных клиентов и объем заказа. Учитывая все эти факторы, можно сказать, что скидки являются инструментом дифференциации цен исходя из обычной базисной цены [3]. Скидки – это один из самых распространенных способов стимулирования продаж, а порядок их применения зависит от ряда условий по предоставлению скидок по Федеральному закону «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Целью предоставления скидки является увеличение объема продаж. Прибыль будет расти только в том случае, если объем продаж при предоставлении каждой скидки будет превышать расчетный объем для каждого процента скидок, а если с оптовыми постоянными покупателями произвести такой расчет и определить размер скидки, то в розничной торговле фактические показатели всегда будут отличаться от расчетных.

Если продавец не будет учитывать причины снижения (повышения) покупательского спроса, то это может привести к отличию фактического результата с расчетными показателями и не всегда в лучшую сторону, при таких факторах прибыль может снижаться, а возможно и появляться неликвидный товар. Реальные скидки при розничных продажах в большинстве случаев не превышают 3–5 %, что говорит о том, что продавцы больше доверяют своей осторожности и не организуют постоянную торговлю с большими скидками.

Все большее применение в настоящее время находит система скидок с цены и сегодня она является одним из важнейших факторов стимулирования продаж. Применение этой системы дает возможность и удерживать постоянных клиентов и приобретать новых.

Скидкой считают такое снижение продавцом ранее заявленной цены товара, которое, в дальнейшем, приведет к снижению цены его реализации [4]. В практической и теоретической деятельности скидки продавцов товара для покупателей обычно делят на несколько групп:

– скидки, предоставляемые покупателю как итог пересмотра цены изделия по договору купли-продажи – т.е. это скидки за покупаемый товар;

– скидки, предоставляемые покупателю без изменения цены единицы товара – т.е. это скидки в виде премии, вознаграждения, бонуса и т.п.

Особое значение имеет ранжирование цен. При установлении цены на свой товар продавец имеет право учесть возможное ее снижение, т.е. скидки с цены. Скидки с цены можно рассматривать как возможность согласования новой цены в договоре, а также как возможное изменение цены после заключения договора. При этом особое значение имеет правильность составления договора с юридической точки зрения. С учетом наличия договора и при его отсутствии сделка всегда носит только двухсторонний характер – наличие продавца и покупателя, т.е. спроса и предложения.

По своей сути и предоставлению покупателям система скидок весьма разнообразна. Рассмотрим некоторые виды скидок, имеющие наибольшее применение:

1. плановые скидки применяются в рекламных целях и используются производителем в целях реализации продукции;

2. тактические скидки зависят от характера сделки, условий поставки, взаимоотношений с покупателями, конъюнктуры рынка, сезонного характера производства и потребления, к ним относятся:

- скидки за объем (количество) приобретенного товара;
- сезонные скидки (скидки за внесезонную закупку);
- бонусные скидки;
- дисконтные скидки;
- купоны (купонач).

2.1. Скидки за количество (за объем) закупок могут быть простыми или (некумулятивными), или накопительными (кумулятивными) и, а также ступенчатыми. Механизм их формирования различен.

Простые (некумулятивные) скидки дают возможность стимулировать покупателей, т.е. приобретать большие по объему партии товаров одного наименования. Выгода продавца в том, что он экономит на таких бизнес-процессах, как хранение, организация продаж, транспортировка товаров, обработка документации и т.д. Отметим, что экономические последствия для покупателя могут быть неоднозначны:

- выигрыш покупателя в приобретении товаров по сниженной цене;
- проигрыш в увеличении расходов по хранению больших партий товаров (эти потери обусловлены видом товара и возможностями продавца хранить товар).

Накопительные (кумулятивные) скидки – это название они получили на основе того, что объем закупок определяется нарастающим итогом – накоплением (кумулятивом) сумм реализованных товаров, что предполагает снижение цены товара при увеличении суммы закупок на протяжении определенного периода времени. Такие скидки основаны на различии приобретаемого объема товара покупателем. В договоре необходимо прописать порядок предоставления таких скидок.

Скидка «сконто» или скидки за ускоренную оплату товаров – предоставляют покупателям, если они осуществляют оплату товаров в более ранние сроки, чем в договоре (это может быть оплата товаров наличными деньгами). При установлении таких скидок в договора рекомендуется определить величину скидки, срок ее предоставления и срок оплаты товара покупателем.

2.2. Предпраздничные или сезонные скидки их использование требуют рекламных акций. Такой вид скидок применяется в розничной торговле, в отличие от сезонных распродаж. Каждый потенциальный покупатель перед праздниками ищет подарки своим родным и близким, и задача состоит в акцентировании его внимания на конкретном магазине. В данном случае размер скидки и ее эффективность определяются стоимостью хранения товара на складе и малой вероятностью продать товар по первоначальной цене. Многие покупатели с энтузиазмом ждут сезонных распродаж, когда цены, бывает, падают чуть ли не до 80 %. Но есть и другой путь для сезонных скидок – продавать товары со скидкой до наступления основного сезона, предлагая новые интересные для покупателя товары. Подобными скидками ежедневно пользуются супермаркеты, чтобы снизить нагрузку на магазин в вечерние часы и выходные дни. Они предоставляют скидки на все покупки до 12 часов в рабочие дни и ночные часы, чтобы заинтересованные люди приходили в магазин за покупками не в часы наибольшего столпотворения. В этом случае размер скидок и их эффективность зависят от размера упущенной выгоды при необеспечении покупательского спроса в часы пик.

Сезонные скидки – это скидки при внесезонной закупке, к ним относят предсезонные и после сезонные скидки:

– предсезонные скидки – если покупатель приобретает товары до начала очередного сезона, т.е. вне периода года, для которого они предназначены (спортивный, садовый инвентарь, вентиляторы и др.). Скидки, как правило должны быть дифференцированы (чем раньше до начала сезона приобретается товаров, тем скидка должна быть больше);

– после сезонные скидки обычно устанавливаются до окончания сезона (на одежду, обувь, меховые изделия, аксессуары и т.д.), наибольшее количество покупок при такой скидке осуществляется обычно в первые дни распродаж. В России в отличие от стран Европы и США не установлены обязательные даты и сроки проведения таких распродаж. Это можно объяснить отсутствием соответствующей законодательной и нормативной базы по ценам. Значительная часть покупателей на Западе совершает свои покупки также в первые дни сезонных распродаж. Размер скидок в это время доходит до 70 %. Как правило, зимняя распродажа длится с рождественских праздников до середины февраля, а летняя – с первых чисел июля до середины августа.

2.3. Бонусная скидка – предоставляется постоянным покупателям, механизм действия такой скидки различен и возможно использовать следующий: в пользу покупателя начисляется определенная сумма

денег, ее рассчитывают или в процентах к стоимости приобретенного товара, или в твердой сумме к каждой покупке. При этом, покупатель оплачивает поставщику полную стоимость товара без учета налоговых скидок, а поставщик зачисляет часть оплаченной суммы за товар на лицевой счет покупателя, при этом последний в свою очередь может использовать эту сумму для оплаты за следующую партию товаров. В розничной торговле бонусная скидка может предоставляться всем покупателям в определенный период времени – она будет представлять собой форму «подарка» и применяться в рамках рекламных кампаний с целью ускорения сбыта товара.

2.4. Дисконтные скидки – на основе дисконтных карт предоставляется постоянным покупателям на определенные товары, могут быть простыми и накопительными.

2.5. Купоны (купонаж) – когда владельцу купона предлагается скидка в виде:

- определенного процента от цены товара;
- определенной суммы денег;
- снижения цены какого-либо товара, указанного в купоне.

Способы распространения купонов различны (рассылка, через прессу, вручение купона посетителю в торговой фирме, помещение купона в упаковку уже приобретенного товара и т.д.). Получение купона в торговой фирме – наиболее эффективная форма распространения. Затраты на нее по сравнению с другими формами незначительны, а возвратный эффект, по оценкам ряда специалистов – 10–20 %.

Рассмотрев основные виды скидок, остановимся на вопросах предоставления отдельных из них при заключении договоров между юридическими лицами.

Скидка по контракту. Вариантов как для покупателя, так и продавца множество. Это скидки при предоплате, при покупке определенных типов товаров и даже при использовании различных видов расчетов в валюте. Различные виды скидок по контракту можно объединять, обязательно учитывая интересы покупателя. Если его предложения организации не интересуют, то ни в коем случае их не нужно навязывать. В систему скидок можно добавить, например, транспортные услуги, чем широко пользуются компании, имеющие свой транспорт. На товар предоставляется скидка, если покупатель заказал у компании продавца или производителя и транспорт для его доставки. Экономическая эффективность скидок рассчитывается обычным образом [5].

Когда покупатели «приучены» покупать товары в определенном магазине, необходимо для их удержания разработать систему накопительных скидок, при которой процент скидки увеличивается для конкретного покупателя при достижении определенного размера стоимости всех его покупок. Например, при покупках на сумму более 5000 руб. возможно предоставление скидки 3 %, при переходе барьера в 10 000 –

5 %, 15 000 – 7 % и т.д. При достижении определенного размера стоимости покупок назначается максимально возможный процент скидки, существенный для покупателя, который не позволит ему поменять магазин со скидками. Учитывать сумму покупки и предоставление скидки придется с помощью магнитных карт, стоимость изготовления которых и стоимость считывающих устройств также придется учитывать при расчете шкалы скидок. Некоторые супермаркеты предлагают скидку или подарок при одновременной покупке товаров на определенную сумму, что также может быть интересно покупателю.

Список литературы

1. Алиев А. Т., Веснин В. Р., Слепов В. А. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности. 2-е изд. М. : Дашков и К, 2020. 125 с.
2. Умненкова К. Е., Пронина Ю. Г., Опекунов А. Н. Методы снижения внешнеторговых рисков // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 139–142.
3. Герасименко В. В. Принципы тарифной политики и задачи стимулирования экономического роста // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2014. № 3. С. 11–17.
4. Ценовая политика предприятия: Справочник для профессионалов / под науч. ред. Г. Л. Багиева. СПб. : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2018. 383 с.
5. Гончаров И. Л., Горелова О. А. Психология потребительского выбора и его влияние на ценообразование в условиях рынка // Вестник университета. 2020. № 8. С. 110–116. doi: 10.26425/1816-4277-2020-8-110-116

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА НА КАПИТАЛИЗАЦИЮ КОМПАНИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Ирина Николаевна Козлова¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ kozlova_irina96@mail.ru

² avp1123@mail.ru

Аннотация. Исследована оценка влияния цифровой трансформации бизнеса на стоимость компаний автомобилестроительной отрасли. Рассматривается динамика

© Козлова И. Н., Понукалин А. В., 2021

рынка автомобилестроения. Выявлена взаимосвязь капитализации и расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

Ключевые слова: капитализация, цифровая трансформация бизнеса, автомобилестроение

Цифровая трансформация изменяет давно устоявшиеся бизнес-модели во всех сферах общества и производства. В 20 веке автомобилестроение принесло революционные инновации, такие как массовое производство и сборочные линии, со временем были разработаны различные решения относительно безопасности, изменились процессы сборки, увеличилась производительность и т.д. Сегодня цифровая трансформация в автомобилестроении – это объединение компании и потребителя, а также продуктов и услуг, что в целом позволяет увеличить доходы и стоимость компании посредством цифровых технологий. Скорость этих преобразований определяется развитием технологий связи, изменениями в потребительском поведении, появлении новых бизнес-моделей, а также разработкой нормативно-правового регулирования. Если несколько лет назад влияние наблюдалась в основном на этапе послепродажного обслуживания в цепочке создания стоимости, то сегодня цифровые технологии также имеют большое влияние на НИОКР, закупки, сборку, маркетинг и послепродажные услуги.

Цифровая трансформация автомобильной экосистемы также позволила создать ряд нетрадиционных, основанных на технологиях компаний, которые появляются на различных этапах цепочки создания стоимости. Это представляет собой растущую проблему для бизнес-модели OEM-производителей и всех субъектов традиционной цепочки создания стоимости. Движущей силой этих изменений является рост числа потребителей, которые все чаще требуют, чтобы их транспортные средства обеспечивали тот же уровень цифровой полезности и возможностей, к которым они привыкли в своих электронных устройствах. Сегодня транспорт – это не только средство передвижения, но и сложное устройство, дополненное платформами пользовательского интерфейса, обеспечивающими мгновенный доступ к данным, дополненным множеством социальных сетей и развлекательных сервисов. Удовлетворение этих требований – особая задача для отрасли, которая на протяжении всего своего существования была сосредоточена на создании аппаратных продуктов, а не на поставке программных решений. Участники отрасли также должны реагировать на фундаментальные ожидания потребителей в отношении безопасности и конфиденциальности данных. Возможность управлять данными потребителей и обеспечивать их безопасность – это проблема, с которой сталкивается большинство отраслей в настоящее время. Однако проблемы безопасности, связанные с защитой не только данных клиента, но и физического транспортного средства усложняет существующие проблемы. Переход от продажи

автомобиля к предоставлению индивидуализированных услуг интеллектуальной мобильности заставляют отрасль за рамки привычной деятельности.

Автомобильная промышленность была одной из самых активных в замене ручного труда автоматизацией. Роботы нового поколения могут выполнять несколько сборочных задач. Робототехника, искусственный интеллект и Интернет вещей стали частью новой промышленной революции. На протяжении эволюционного цикла умная фабрика требует значительных инвестиций в возможности подключения и автоматизации, алгоритмы для управления рабочим процессом, планирования заданий, создания информации со стороны спроса и предложения. Также требуются инвестиции в технологии, обеспечивающие виртуализацию проектирования и тестирования для ускорения вывода продукции на рынок и снижение затрат на создание прототипов и их тестирование. Прогнозное обслуживание активов также будет поддаваться более точному прогнозированию и выявлению ситуаций выхода из строя оборудования. На умном предприятии подключенные машины ускоряют работу, обеспечивают гибкость настроек или переоснащения линии, а также повышение производительности за счет снижения количества брака.

Например, Siemens управляет небольшим заводом электроники в Амберге, Германия. В 1990 году предприятие было автоматизировано на 25 %. Сейчас уровень автоматизации повышен до 75 %, поскольку завод создал «цифрового двойника», благодаря которому, возможно предвидеть возможные затруднения и (например, нехватку материалов или проблемы безопасности). Информация, полученная с помощью инструментов аналитики, помогает оптимизировать производство в реальном времени, вносить корректировки в проект. При этом производительность выросла на 1400 %, а уровень брака значительно снизился и составляет менее 12 на миллион. При этом объем производства увеличился в 8,5 раз при незначительном изменении количество сотрудников [1].

Таким образом, использование цифровых технологий позволяет значительно повысить производительность и эффективность деятельности, снизить затраты и создать конкурентные преимущества, которые в дальнейшем могут обеспечивать стабильное положение компании на рынке.

Проанализируем, как же внедрение цифровых технологий меняет автомобилестроительную отрасль и влияет ли на стоимость компаний.

Для начала рассмотрим рыночную капитализацию крупнейших автопроизводителей на 1992 г. (рис. 1).

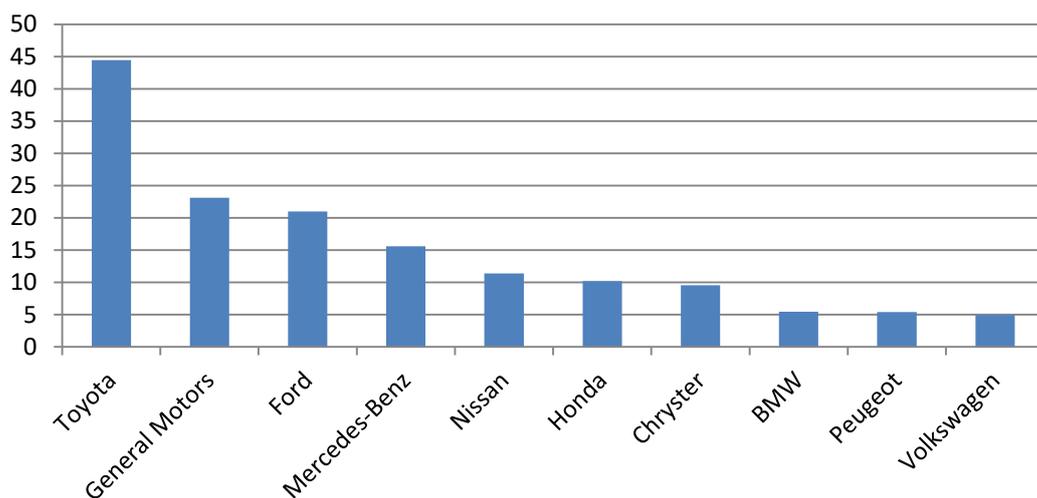


Рис. 1. Стоимость акций компаний-автопроизводителей, 1992 г. [2]

В 90-х крупнейшими производителями легковых автомобилей были японская Toyota, американский лидер – General Motors, немецкие Ford и Mercedes-Benz.

Как видно из рис. 1 и 2 капитализация автопроизводителей за рассматриваемый период времени выросла в несколько раз. Однако, на протяжении всего периода Toyota остается лидером в отрасли. Несмотря на то, что General Motors на протяжении долгого времени являлся одним из крупнейших производителей автомобилей, компания провела IPO лишь в 2010 г., что позволило ей привлечь рекордную сумму в 23,1 млрд долларов.

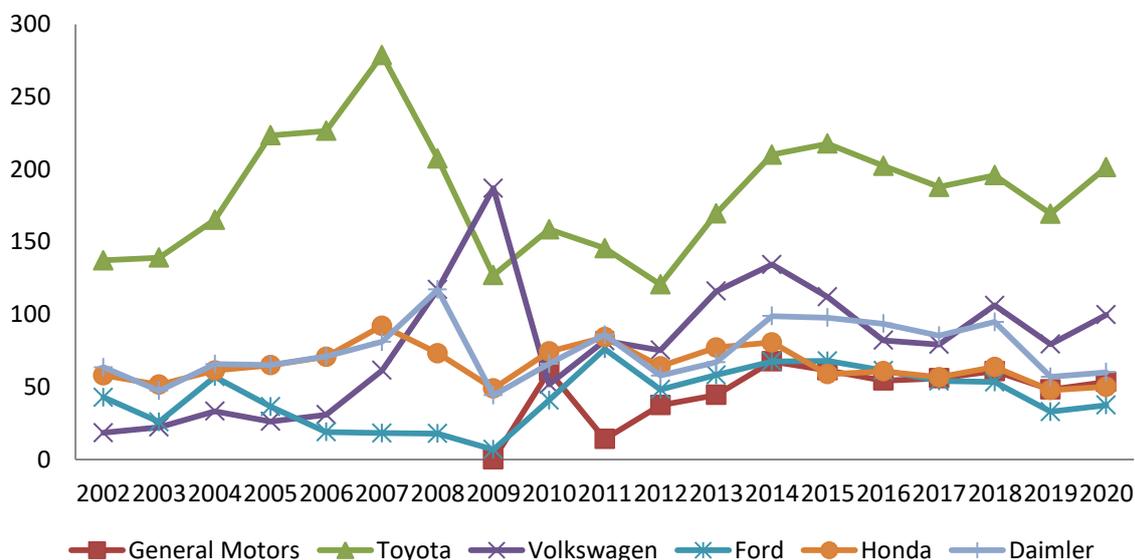


Рис. 2. Капитализация компаний-автопроизводителей, 2002–2020 гг. [3]

Согласно отчету Европейской Комиссии «The 2020 EU Industrial R&D Scoreboard», в котором проанализированы 2500 компаний-лидеров по размеру инвестиций в НИОКР, в общей сложности объем

R&D инвестиций составил 904,7 млрд евро в 2019 году, что на 8,9 % больше, чем в 2018 году (736,4 млрд евро). Ведущими отраслями по сумме инвестиций в R&D являются: производство компьютерной техники и электроники (23,0 %), здравоохранение (20,5 %) и автомобильная промышленность (16,3 %). Сумма инвестиций в НИОКР европейских компаний составила 188,9 млрд евро, при этом 34,8 % от общего объема инвестиций было направлено на автопроизводство. В Японии 31,3 % инвестированных средств было вложено в исследования и разработки автомобильной отрасли, в Китае – 10 % и США – 6,4 % [4].

Соответственно, автомобилестроительная промышленность и сегодня остается одной из отраслей, использующих передовых производственные технологии. При этом в условиях ужесточающейся конкуренции, когда традиционные автопроизводители могут быть вытеснены новыми технологическими компаниями, предприятиям необходимо постоянно совершенствовать производственные процессы, используя новые технологические решения.

Следовательно, предположим, что объемы инвестиций в исследования и разработки непосредственно влияют на капитализацию компаний автомобилестроительной отрасли.

Проанализируем расходы на НИОКР и рыночную капитализацию крупнейших шести производителей автомобилей в период с 2012 по 2019 г. (табл. 1).

Таблица 1

Исходные данные, млрд долл. [5]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<i>Расходы на НИОКР (млрд долл.)</i>								
Toyota	8,41	8,71	9,82	10,84	11,39	11,19	11,48	11,31
General Motors	7,4	7,2	7,4	6	6,6	7,3	7,8	6,8
Ford	5,5	6,2	6,7	6,7	7,3	8	8,2	7,4
Daimler	3,14	3,10	3,28	3,82	4,63	5,37	6,18	6,59
Volkswagen	8,83	11,7	14,4	16,09	16,7	16,1	16,7	17,5
Honda	6,6	6,7	6,3	5,5	5,4	6,4	6,7	7,2
Tesla	0,274	0,232	0,465	0,718	0,834	1,378	1,46	1,343
<i>Рыночная капитализация (млн долл.)</i>								
Toyota	120,57	169,59	210,02	217,68	202,39	187,83	195,88	169,35
General Motors	37,37	44,41	67,48	61,39	54,3	55,9	60,78	48,19
Ford	48,18	58,12	67,58	67,82	61,2	54,03	53,35	32,9
Daimler	57,69	66,95	98,73	97,65	93,51	85,27	94,68	56,87
Volkswagen	75,27	115,92	134,3	111,95	82	79,15	106,19	79,38
Honda	64,08	77,14	80,58	58,73	60,7	56,59	63,69	47,69
Tesla	3,32	4,51	20,30	30,35	31,91	37,18	56,19	54,76
<i>Выручка (млрд долл.)</i>								
Toyota	226,11	234,60	256,92	247,83	235,75	256,65	264,42	272,03
General Motors	152,26	155,43	155,93	135,73	149,18	145,59	147,05	137,24
Ford	133,56	146,92	144,08	149,56	151,80	156,78	160,34	155,90
Daimler	147,00	156,72	172,64	165,86	169,60	185,74	197,66	193,47
Volkswagen	247,80	261,68	269,13	236,70	240,43	260,74	278,54	282,95
Honda	100,94	119,52	118,43	121,29	121,19	130,19	138,25	143,00
Tesla	0,413	2,013	3,198	4,046	7	11,759	21,461	24,578

Проверим, существует ли зависимость между суммой инвестиций в НИОКР и рыночной капитализацией и выручкой компаний автопромышленной отрасли. Рассчитаем коэффициенты корреляции, показывающие зависимость между двумя парами показателей (табл. 2).

Таблица 2

Коэффициенты корреляции

	Коэффициенты корреляции	
	НИОКР/Рын.кап.	НИОКР/Выручка
Toyota	0,6285	0,6808
General Motors	-0,0862	0,6327
Ford	-0,1357	0,9471
Daimler	-0,0202	0,9124
Volkswagen	-0,0130	0,2643
Honda	-0,0634	0,3428
Tesla	0,9457	0,8956

Из табл. 2 видно, что из данной выборки лишь у компании Tesla наблюдается сильная зависимость между расходами на НИОКР и рыночной капитализацией, однако, рыночная стоимость Tesla подвержена очень сильным колебаниям, поэтому невозможно сделать выводы на основе этого показателя. Также и зависимость между инвестициями в НИОКР и выручкой компаний наблюдается лишь в нескольких случаях.

Проведенный анализ не может охарактеризовать автомобилестроительную отрасль в целом, поскольку проанализированная выборка компаний мала. Однако результаты проведенного анализа также соответствует выводам исследованию Global Innovation 1000, согласно которому не было выявлено долгосрочной корреляции между объемом инвестиций в инновации и общими финансовыми показателями компаний. При этом первостепенное значение имеет непосредственно то, во что вкладываются эти средства и иные ресурсы компании [5].

При принятии решений о вложении средств в инновационные технологии, необходимо четкое понимание результатов, которые будут получены в процессе преобразований. Например, принятые решения некоторых крупных традиционных компаний (General Motors, General Electric) о резком изменении курса на цифровизацию привели к отставкам топ-менеджеров, инициировавших эти процессы. Диджитал-трансформация, проводимая без продуманной стратегии и долгосрочного видения неэффективна и в большинстве случаев, приводит к большим трудностям. По данным McKinsey, только 13 % руководителей крупнейших мировых компаний имеют четкое видение процесса цифровизации их бизнеса [6].

Следовательно, успех внедрения новых технологий определяется постоянной аналитикой потребностей покупателей, четким пониманием

новых технологий и тенденций их развития в будущем. Поскольку, если ещё 10 лет назад на программное обеспечение приходилось всего 20 % себестоимости автомобиля, то сегодня 80 % всех инноваций и конкурентных преимуществ создаются в виде не механизмов, а комбинации программного обеспечения и электроники.

Список литературы

1. Вережка Т. В. Трансформация рынка автомобилестроения на основе цифровых инноваций // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10, № 1. С. 173–188. doi: 10.18334/vines.10.1.100478
2. Пасько А. В. Влияние цифровой революции на трансформацию мирового автомобилестроения // E-Management. 2018. Т. 1, № 1. С. 19–25. doi: 10.26425/2658-3445-2018-1-19-25
3. Gromova E. A. Digital economy development with an emphasis on automotive industry in Russia // Espacios. 2019. Vol. 40, № 6.
4. Батьковский А. М., Калачихин П. А., Тельнов Ю. Ф., Фомина А. В. Оценка уровня требований к ключевым компетенциям предприятий в условиях цифровой экономики // Радиопромышленность. 2019. № 3. С. 91–99. doi: 10.21778/2413-9599-2019-29-3-91-99
5. Завтрашний день автомобильной отрасли // PwC. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/autotech-russian.pdf>
6. Опекунов А. Н., Опекунова Л. А. Модернизация управления инновационной организацией через бизнес-анализ эффективности ее функционирования // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 14–15 апреля 2016 г.) / под ред. В. И. Будиной, А. Н. Опекунова. Пенза : Изд-во ПГУ, 2016. С. 84–88.

УДК 338.1

ДИНАМИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ НАСЕЛЕНИЯ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

Олег Сергеевич Кошевой

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

olaa1@yandex.ru

Аннотация. Представлены результаты исследования динамики направлений использования сети Интернет для Российской Федерации и Пензенской области. Рассчитан индекс структурных сдвигов В. М. Рябцева, позволяющий количественно оценить происходящие структурные сдвиги в использовании сети Интернет в Российской Федерации и Пензенской области.

© Кошевой О. С., 2021

Ключевые слова: цифровизация, сеть Интернет, информационная грамотность, индекс структурных сдвигов

Организация цифровизации деятельности населения Российской Федерации представляет собой важнейшее направление повышения эффективности функционирования экономики страны, прежде всего за счет широкого использования информационных технологий в процессе управления производственными отношениями.

На это прямо указал министр цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (РФ) Максим Паршин на форуме «Открытые инновации» «...к 2024 году цифровизация государства должна позволить оказывать комплексные услуги гражданам с минимальным участием чиновников, без бумажного документооборота в ведомствах» [1].

При этом в РФ цифровизация рассматривается как механизм преодоления цифрового неравенства. Важнейшим средством преодоления цифрового неравенства является информационная грамотность населения. Её основные компоненты: цифровое потребление (знание и использование интернет-услуг для работы и жизни), цифровые компетенции (навыки эффективного пользования технологиями), цифровая безопасность (основы безопасности в Сети) [2].

На наш взгляд, ведущим звеном в преодолении цифрового неравенства является первая позиция указанных выше проблем, а именно недостаточная реализация компетенции, связанной с цифровым потреблением.

Несмотря на заметные успехи в реализации информационно коммуникационных технологий (ИКТ) в целом по РФ, в то же время, наблюдается существенная региональная неравномерность по показателю цифрового потребления [3]. Исходя из этого, представляет практический интерес оценка динамики изменения показателя цифрового потребления, как первого элемента формирования модели его оценки и прогнозирования.

К настоящему времени в процессе проведения официального статистического наблюдения создана и опубликована на сайте Росстата информационная база выборочных обследований по использованию ИКТ за период с 2016 по 2019 год.

На рис. 1 представлены направления использования сети Интернет.

Из рис. 1 видно, что за период с 2016 года по 2019 год получение информации через официальные порталы, скачивание типовых форм возросло примерно в 2 раза, отправка заполненных форм и получение результатов в электронном виде, осуществление платежей в режиме онлайн возросло более чем в три раза.

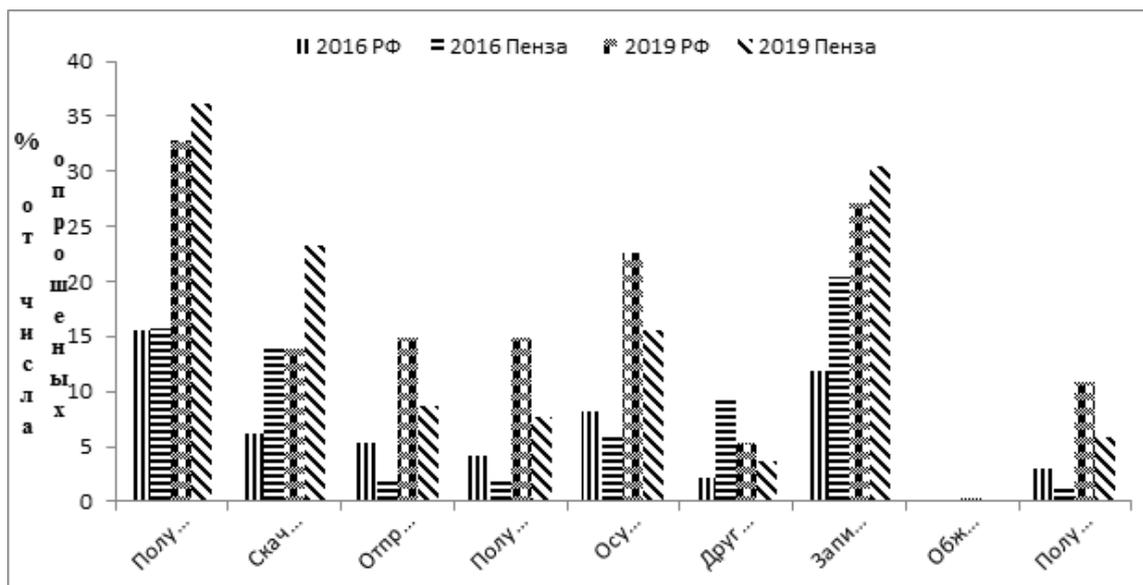


Рис. 1. Направления использования сети Интернет

Также наблюдается рост записи на приём через интернет и получение уведомлений с порталов. В то же время, практически отсутствовал такой показатель как обжалование действий (бездействий) на заявленные обращения. Для Пензенской области наблюдается обратный процесс, когда по показателю обращений «другое» наблюдается существенное сокращение обращений в 2019 году по сравнению с 2016 годом, что это можно объяснить, решением вопросов в других временных периодах (2017, 2018 гг.).

Представленная выше динамика обращений граждан может быть формализована в количественный показатель с использованием коэффициента структурных сдвигов В. М. Рябцева (I_{RR}). Индекс определяется «...отношением фактической меры расхождений значений компонентов двух структур с их максимально возможным значением». I_{RR} не зависит от числа градаций статистической совокупности и рассчитывается по зависимости [4]:

$$I_{RR} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (d_2 - d_1)^2}{\sum_{i=1}^n (d_2 + d_1)^2}},$$

где d_2 и d_1 – удельные значения градаций двух структур.

Для интерпретации I_{RR} используется шкала оценки существенности различий структур, представленная в табл. 1.

Шкала оценки различий структур

Градации структур	I_R
тождественность структур	0,000–0,030
весьма низкий уровень различий структур	0,031–0,070
низкий уровень различий структур	0,071–0,150
существенный уровень различий структур	0,151–0,300
значительный уровень различий структур	0,301–0,500
весьма значительный уровень различий структур	0,501–0,700
противоположный тип структур	0,701–0,900
полная противоположность структур	0,901 и выше

В результате расчетов установлено, что I_{RR} для Пензенской области составляет 0,169, что в соответствии с таблицей 1 определяется как **существенный** уровень различий структур. Для РФ $I_{RR} = 0,377$, что в соответствии с табл. 1 определяется как **значительный** уровень различий структур. Следовательно, можно считать установленным факт существенного роста получения услуг населением при использовании сети Интернет. Кроме того, Пензенская область несколько отстаёт по данному показателю (цифровому потреблению) от РФ

На рис. 2 представлены результаты оценки населением РФ и Пензенской области влияния информационных технологий и информационно-коммуникационных сетей на жизнь населения.

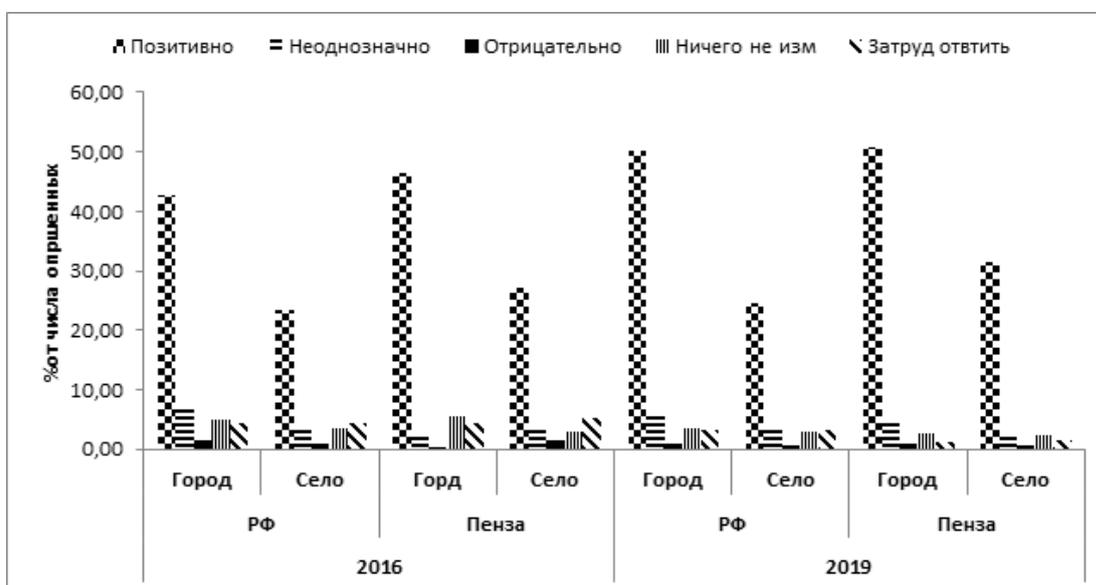


Рис. 2. Оценка влияния информационных технологий и информационно-коммуникационных сетей на жизнь населения

Из анализа данных, представленных на рис. 2 видно, что городские жители гораздо позитивнее оценивают ИКТ, чем сельские жители. При этом динамика изменения позитивных оценок также является положительной по сравнению с 2016 годом.

В целом, на основании выполненного исследования, можно сделать вывод о том, что информационная грамотность населения имеет тенденцию к существенному повышению. При этом Пензенская область несколько отстает по этому показателю от РФ. Результаты оценки влияния информационных технологий на жизнь населения, показывают, что подавляющее большинство населения относится позитивно к использованию информационных технологий. При этом гораздо позитивнее оценивают положительное влияние информационных технологий жители городской местности.

Список литературы

1. Краснушкина Н. Чиновникам предписана самоцифровизация // Коммерсантъ. 2018. № 191. С. 2. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3773063> (дата обращения: 12.03.2021).
2. Всероссийский семинар «Цифровая грамотность населения и библиотека» // Российская государственная библиотека для молодежи. URL: https://rgub.ru/professional/item.php?new_id=7920 (дата обращения: 12.03.2021).
3. Кошевой О. С. Диагностика оценки состояния цифровизации региона в направлении оказания государственных и муниципальных услуг населению // Экономика. Профессия. Бизнес. 2021. № 2. С. 50–58. doi: 10.14258/epb202122
4. Пронина Ю. Г., Умненкова К. Е., Опекунов А. Н. Управление финансовыми рисками на предприятии как основа его финансовой устойчивости // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 130–134.

УДК 338.1

ТЕХНОЛОГИЯ ВЫБОРА ПОДРЯДЧИКА ЗАПУСКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ

*Олег Сергеевич Кошевой¹,
Анастасия Сергеевна Сидорова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} olaa1@yandex.ru

Аннотация. Представлена общая характеристика методов принятия решения в гостиничном бизнесе на примере отеля HELIOPARK Residence (Пенза). Изложен алгоритм выбора оптимального решения при выборе подрядчика запуска рекламной кампании с использованием системы принятия решения «Выбор».

Ключевые слова: управленческое решение, метод GAP-анализа, система принятия управленческого решения

Совершенствование системы продаж гостиничного предприятия предполагает совершенствование процесса обоснования и повышения эффективности принятых управленческих решений. В связи с чем

на первое место встают методы, способствующие анализу собранных данных, генерированию новых идей, а также методы с применением современных технических средств. Находят широкое распространение методы GAP-анализа для сбора и фокусировки на конкретных проблемах и превращения их в конкретные задачи, интеграция автоматизированной системы управления отелем с различными современными техническими решениями, а также применение в работе DSS-системы принятия решений (простейший из них – система поддержки принятия решений (СППР) «Выбор»).

Рассмотрим каждый из методов подробнее. Очень часто в процессе работы можно «затеряться» в операционных задачах. Для того чтобы посмотреть на систему в целом со стороны, на наш взгляд, эффективно будет применить GAP-анализ. Он позволит не только выявить и структурировать разрывы в изучаемом процессе, но и сформировать пути их преодоления [1]. К примеру, GAP-анализ может выглядеть, как представлено в табл. 1. В данной таблице перечислены несколько основных разрывов, решение задач по которым осложнено различными обстоятельствами, принятие решения по ним довольно часто откладывается.

Таблица 1

GAP-анализ отеля HELIOPARK Residence (Пенза)

Разрыв	Задача	Инициатива
Гости, ограниченные в бюджете	Политика ценовой дискриминации	Формирование закрытых корпоративных тарифов по договорам Заключение партнерских соглашений с закрытыми тарифами для госкомпаний Формирование политики групповых цен
Гости, предпочитающие отели 4*	Повышение качества услуг, получение нового сертификата о классификации	Расширение лобби-бара Реновация здания Корректировка стандартов, расширение выкладки Получение сертификата 4*
Гости, которые не пользуются дополнительными услугами	Стимулирование продаж	«Цифровизация» номеров, предложение доп. услуг через приложения/телефоны Реклама внутри отеля Реклама доп. услуг в местах бронирования (сайты, поисковые сети) Работа с персоналом по продажам

Говоря о современных технических решениях, в отеле HELIOPARK Residence (Пенза) можно рекомендовать применение системы Power BI, представляющей собой набор служб бизнес-аналитики с поддержкой облачных технологий для анализа и визуализации данных. Основное преимущество данной технологии – это возможность

построения красивых информационных панелей (dashboard), как правило, с ключевыми показателями деятельности компании, доступных на любом устройстве [2].

Конечный результат работы, проделанной с помощью подобной BI-системы, необходим для вычленения значимой информации из огромного потока данных. На сегодняшний день вся указанная совокупность инструментов и включена в категорию, которая носит название «бизнес-интеллект» [3], интеграция которой с автоматизированной системой управления отелем (АСУ) позволит быстро и наглядно получать всю актуальную информацию по продажам, собранную в АСУ, в том числе с мобильных устройств, для принятия быстрых и эффективных решений по сделкам, на встречах или презентации у руководителей и собственников,

Также для принятия решения по выбору конкретного информационного продукта или выбору подрядчика рекомендуется использование СППР «Выбор» [4].

В данном случае предлагаем рассмотреть выбор подрядчика для запуска рекламной кампании в Яндекс и Google по отелям HELIOPARK Cruise и HELIOPARK Residence. На начальном этапе были выбраны 3 подрядчика:

Компания из Москвы, специализирующаяся на рекламе отелей. Ориентировочная стоимость запуска – 40 000 руб., ежемесячного ведения – 50 000 руб.

Рекламное агентство из г. Пензы, специализирующееся на контекстной рекламе. Опыта работы с отелями нет. Стоимость запуска – 20 000 руб., ведения – 15 000 руб.

Индивидуальный предприниматель из г. Пензы. Опыт создания и ведения рекламных кампаний небольшой, стоимость запуска – 20 000 руб., ведения ежемесячно – 20 000 руб.

Для принятия решения с помощью СППР «Выбор» были выполнены следующие действия:

Был создан новый проект (рис. 1).

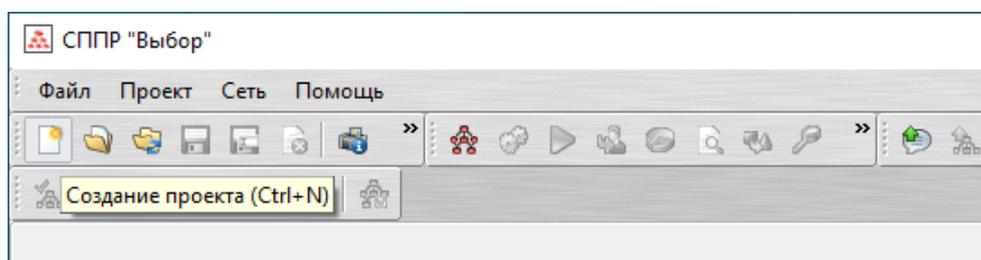


Рис. 1. Создание нового проекта

Выбран тип проекта – «простой проект» – (рис. 2).



Рис. 2. Выбор типа проекта

Была создана трехуровневая иерархия, даны наименования уровням. Созданы узлы, в режиме «просмотр» добавлены все необходимые связи (рис. 3).

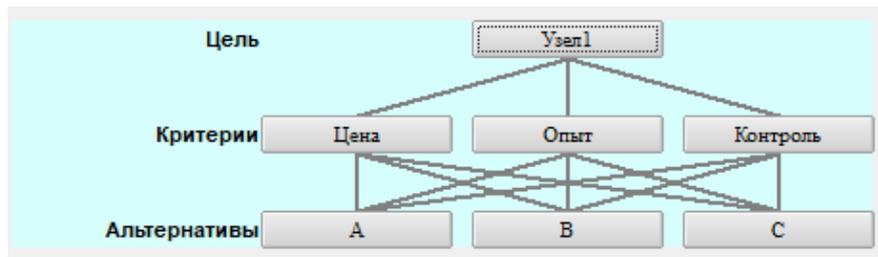


Рис. 3. Создание связей

Назначен вес критериям.

В окне матрицы парных сравнений (рис. 4) были произведены попарные сравнения факторов.

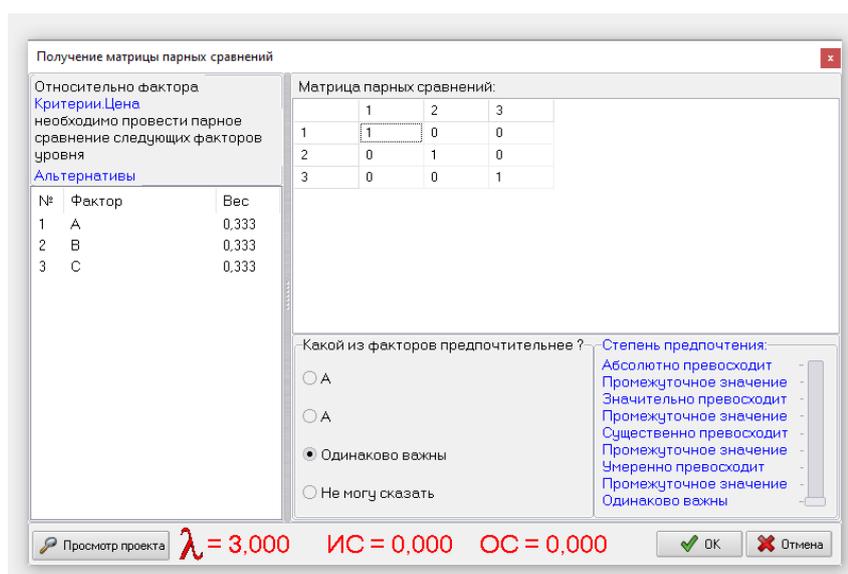


Рис. 4. Матрица парных сравнений

Когда все иерархии проекта правильно построены, связи установлены, необходимо произвести вычисления.

Результаты вычислений представлены на диаграмме рис. 5.

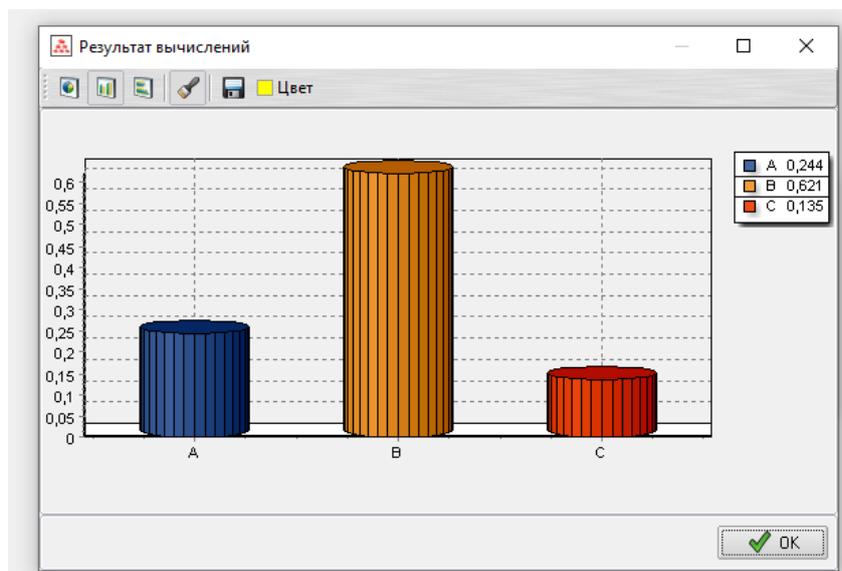


Рис. 5. Гистограмма с результатом расчетов

С помощью данного метода был получен результат, что предпочтительной является **альтернатива В**, то есть рекламное агентство из г. Пензы с опытом работы с контекстной рекламой и наиболее низким бюджетом.

Далее в рамках алгоритма принятия решения рекомендуется поставить задачу менеджеру заключить договор, настроить работу с данной компанией, а далее на регулярной основе производить контроль данного управленческого решения. Контроль следует осуществлять по двум направлениям:

Анализ результатов продаж по рекламируемым каналам, сравнение методом анализа темпов роста продаж, анализ изменений репутации отеля на рекламируемых площадках, отслеживание появления новых гостей,

Анализ результатов деятельности компании по ежемесячным отчетам из Яндекс Метрики.

Предполагается, что данное решение позволит:

- увеличить поток индивидуальных гостей, бронирующий в отеле напрямую;
- привлечь новых гостей, ранее не останавливавшихся в отеле;
- использовать опыт подрядчика для грамотного позиционирования продукта;
- с учетом низкого бюджета позволит окупить данную рекламную кампанию в кратчайшие сроки.

Список литературы

1. Арутюнова Д. В., Вехов Р. Е. Формирование механизма принятия инвестиционных решений на рынке недвижимости // Вектор экономики. 2018. № 8 (26). С. 7.
2. Готовые решения бизнес-аналитики (bi). URL: <http://biweb.ru/chto-takoe-microsoft-power-bi.html> (дата обращения: 17.03.2021).
3. Business Intelligence – что это такое и зачем он нужен? URL: <https://fb.ru/article/456276/business-intelligence---chto-eto-takoe-i-zachem-on-nujen-sistema-biznes-analiza> (дата обращения: 17.03.2021).
4. СППР «Выбор». URL: <https://www.softportal.com/software-7763-sppr-vibor.html> (дата обращения: 17.03.2021).

УДК 338.1

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗМЕНЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ АДАПТАЦИОННОГО И ДОЛГОСРОЧНОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Елена Викторовна Куницкая

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

kunitskayaelena@mail.ru

Аннотация. Рассматривается актуальная тема управления процессом организационных изменений в условиях комплексного решения задач мгновенной адаптации и долгосрочного развития предприятия. Особое внимание уделяется содержанию процессов организационного развития и управления изменениями. Приводится опыт региональной производственной компании.

Ключевые слова: управление изменениями, адаптационные изменения, долгосрочное развитие, управление процессом организационного развития

Взаимосвязанная экономика изменяется все быстрее, выживать становится все сложнее, и от организаций и их руководителей требуется разработать новый инструментарий мышления, основанный на принципах адаптации и постоянной эволюции экономического и социального окружения.

«Менеджмент должен осознавать всю проблематику современного мира и быть готовым к тому, чтобы обеспечить нормальное функционирование компании в любой возможной ситуации» [1].

Управление изменениями (Change Management) является неотъемлемой функцией современного менеджмента. В практике деятельности

организаций стали встречаться связанные с данной сферой управленческой деятельности понятия: «адаптивный менеджмент», «преобразующий менеджмент», «риск-менеджмент», «организационные инновации» и др. В этой связи возрастает интерес топ-менеджеров российских компаний к таким, появившимся относительно недавно технологиям управления, как «анализ воздействия на бизнес» (Business Impact Analysis, BIA), планирование непрерывности бизнеса (Business Continuity Planning, BCP) и «Планирование восстановления» (Disaster Recovery Planning, DRP) [2].

Ускоряющиеся темпы перемен вносят существенные изменения в содержание управленческой деятельности организаций. Когда ответить на вопрос: «что будет завтра?» – невозможно, перед руководством встает задача выбора между адаптацией и долгосрочным развитием.

Многие руководители видят разницу этих понятий в том, что адаптация – это немедленное реагирование на чрезвычайную ситуацию, по сути, экспромт, а не результат превентивного планирования. Так было в условиях ситуации пандемии в марте 2020 года. Руководству одной из региональных компаний понадобилось 3 дня на принятие решение и начало производства новой продукции – средств индивидуальной защиты населения. Одновременное осуществление этапов подготовки и реализации изменений обеспечило мгновенную адаптацию предприятия и непрерывность его работы. С точки зрения процесса управления, это – «реактивное управление», связанное с реализацией плана действий в чрезвычайных обстоятельствах, успех которого был обеспечен грамотным оперативно-производственным управлением.

Долгосрочное развитие в большей степени отождествляют с процессом планомерного развития всех систем организации, направленным на повышение эффективности, которую обычно связывают с созданием и удержанием конкурентной позиции предприятия. Как правило, долгосрочное развитие осуществляется в соответствии с принципами «превентивного» и «адаптационно-стабилизационного» управления. Так, в условиях переориентации производства на выпуск новой продукции руководство той же компании не отказалось от ранее поставленных целей долгосрочного развития – автоматизации процессов производства и логистических процессов, обучения персонала и пр.

Любая организация, являясь сложной системой, с одной стороны, желает выжить, обеспечивая определенную стабильность и функциональную эффективность, с другой стороны, имеет стремление развиваться, непрерывно изменяясь и совершенствуясь, поэтому организационные изменения могут быть рассмотрены также как процесс развития организации. Развитие, с одной стороны – это один из видов изменений, с другой – комплекс изменений, характеризующих возникновение нового качества организации. Управлять развитием означает

целенаправленно вносить изменения, ведущие к успеху, повышающие жизнеспособность, придающие новое качество.

Стадиями процесса организационного развития являются анализ, планирование деятельности, осуществление и оценка. По сути, процесс развития организации является управленческим процессом, а основные стадии как процесса организационных изменений (процесса развития), так и процесса управления предприятием примерно одни и те же.

Курт Левин разработал поэтапную модель процесса организационных изменений, согласно которой, организационные изменения происходят в три этапа, а именно: создание готовности к изменениям, переход и закрепление.

Можно следующим образом показать взаимосвязь процессов развития и управления изменениями организации:

- процесс развития организации – это оперативная форма процесса изменений, следовательно, эти два процесса проходят одновременно;
- управление каждой стадией организационных изменений предполагает осуществление функций процесса управления предприятием. Основными элементами содержания современного процесса управления предприятием являются планирование, организация, управление и оценка. Таким образом, каждая из трех стадий процесса изменений представляет собой процесс управления предприятием (рис. 1).

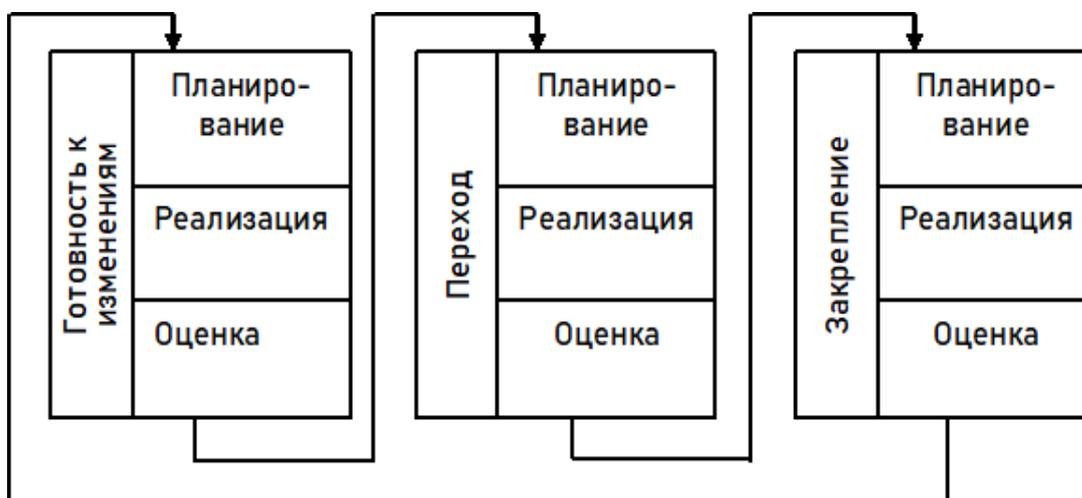


Рис. 1. Процесс организационных изменений и процесс управления

В развитии организации результаты достигаются только долговременной работой. Эффективное планирование и управление приносят успех только в том случае, если в организационной культуре, руководстве и персонале создана готовность к изменениям. Этим обеспечивается эффективность и долгосрочного развития, и адаптационных изменений.

Таким образом, рассматривая процессы долгосрочного и адапционного развития, следует отметить, что эти процессы осуществляются параллельно в рамках общего процесса управления организацией. По сути, различия связаны в основном со временем, которое требуется на подготовку к изменениям. При долгосрочном развитии этот этап требует длительной, планомерной и целенаправленной работы, в случае проведения мгновенной адаптации времени на подготовку у руководства нет. Успех адапционных изменений зависит от степени общей готовности организации к изменениям, которая формируется в процессе долгосрочного развития. Тем самым процесс управления адапционными изменениями интегрируется в процесс управления общим развитием.

Процессы планирования, реализации и оценки также максимально сжимаются во времени. Практикой руководства в одной из региональных производственных компаний стало еженедельное планирование путем проведения совещаний (по опорным дням, как правило, в конце недели) с подведением итогов и оценкой результатов за прошедшую неделю и постановкой целей и задач на следующую. Причем цели адаптации и долгосрочного развития являются здесь равнозначными. Важным моментом недельного планирования является составление временного графика работы (бюджета времени) с последующей оценкой использованного времени (скоростная оценка). Бюджет времени может быть составлен в процентах, днях, часах. Его значение заключается в том, что он позволяет оценить время достижения каждого ключевого результата с учетом их значимости и взаимного влияния.

Немаловажный вклад в успех подобной практики управленческой работы связан с использованием автоматизированных систем учета, специально разработанных и применяемых в процессах производства и управления. Обеспечивая полный и своевременный сбор и систематизацию информации по итогам смены, суток, недели и т.п., формируя сегментарную управленческую отчетность, автоматизированные системы управления производством позволяют не только эффективно осуществлять мониторинг и контроль планов посредством анализа отклонений, но и непрерывно актуализировать программы изменений, выявляя новые потребности в изменениях.

Активное участие руководства, вовлеченность ведущих специалистов в процесс управления, полное и оперативное информационное обеспечение процесса принятия управленческих решений позволяют быстро вырабатывать оптимальные решения и в короткое время достигать поставленных целей, тем самым осуществляя одновременно адаптивное и долгосрочное развитие организации.

Список литературы

1. Алешин В. Е., Куницкая Е. В. Современные аспекты принятия управленческих решений в стратегическом управлении // Правовые и социально-экономические проблемы современной России: теория и практика : сб. ст. VI Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 сентября 2018 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. С. 13–16.

2. Кожевина О. В. Мировоззренческие аспекты управления изменениями при цифровой трансформации // Гуманитарный вестник. 2020. № 2 (82). С. 9. doi: 10.18698/2306-8477-2020-2-655

УДК 338.1

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДУКТОВЫМ ПОРТФЕЛЕМ

*Елена Викторовна Куницкая¹,
Екатерина Евгеньевна Баранова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ kunitskayaelena@mail.ru

² katyabaranova1007@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается проблема стратегического развития предприятия на основе управления продуктовым портфелем. Особое внимание уделяется принципам и критериям формирования сбалансированного продуктового портфеля промышленного предприятия. Проводится анализ показателей эффективности диверсификации предприятий оборонно-промышленного комплекса.

Ключевые слова: продуктовый портфель, стратегическое развитие, диверсификация, оборонно-промышленный комплекс

В результате развития рыночных отношений в России жизнеспособность предприятий стала определяться их организационной гибкостью, динамичностью и адаптивностью к требованиям внешней среды. Основным критерием успешной производственной деятельности преобладающего числа промышленных предприятий является уникальный продуктовый портфель.

Потребность в формировании эффективного продуктового портфеля организации, который соответствует требованиям рынка, способствует эффективному использованию предприятием сырьевых, технологических, финансовых и других ресурсов, возникает с целью изготовления продукции с наименьшими издержками и получения максимального уровня прибыли. Основными критериями формирования эффективного продуктового портфеля предприятия являются:

1) достижение предприятием стратегических целей;

© Куницкая Е. В., Баранова Е. Е., 2021

- 2) конкурентоспособность в рыночной среде;
- 3) производственная эффективность;
- 4) оложительные финансовые результаты;
- 5) потенциал для долгосрочного развития предприятия и увеличения его рыночной стоимости [1].

Создание оптимальной структуры продуктового портфеля предприятия – это один из основных факторов формирования прибыли. Именно поэтому вектор стратегического развития промышленных предприятий напрямую зависит от продуктового портфеля и инструментов его управления.

Опираясь на мнение Н. С. Иващенко, продуктовый портфель следует идентифицировать как динамический набор номенклатурных позиций продукции, которая пользуется потенциальным спросом на рынке и обеспечивает успешное функционирование предприятия в длительной перспективе. Портфель должен соответствовать возможностям организации, учитывать ее сильные и слабые стороны, изменчивые условия внешней среды. Процесс формирования рационального продуктового портфеля предприятия должен базироваться на соблюдении перечня основополагающих принципов [2].

Обобщенная схема взаимосвязи закономерностей развития организации, основных факторов влияния и принципов формирования рационального продуктового портфеля представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема взаимосвязи закономерностей развития организации, основных факторов влияния и принципов формирования рационального продуктового портфеля [3]

Необходимо отметить, что структура продуктового портфеля предприятия может претерпевать существенные изменения, которые зависят от долгосрочной стратегии фирмы, состояния рынка, запросов потребителей. Именно поэтому управление продуктовым портфелем часто осуществляется посредством его оптимизации и диверсификации.

Оптимизация структуры товарного портфеля – процесс нахождения такого соотношения совокупности товаров компании, которое обеспечивает достижение максимально возможной экономической эффективности при определенных внешних и внутренних условиях с учетом стратегических ориентиров компании.

Оптимизация основывается на выборе приоритетных для руководителей и собственников критериев, таких как: доходность (прибыльность) бизнеса; доля предприятия на рынке; уровень загрузки производственных мощностей; стоимость бизнеса. Диверсификация продуктового портфеля – это расширение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта, освоение новых видов производств с целью повышения эффективности производства, получения экономической выгоды.

Диверсификация производства и переход на выпуск продукции гражданского назначения сегодня становится для многих предприятий ОПК единственным способом поддержания необходимого уровня ликвидности и конкурентоспособности. В послании Федеральному Собранию в 2016 году Президент Российской Федерации Путин В. В. обозначил значение доли гражданской продукции в ОПК, которая должна составлять не менее 50 % к 2030 году [4].

Ассортимент продукции гражданского назначения должен раскрывать потенциал предприятия ОПК не только в увеличении продаж в уже освоенном секторе рынка, но и расширении рынка сбыта за счет освоения новых производств востребованной продукции. Практическое внедрение механизмов диверсификации на предприятиях должно сопровождаться установлением количественных и качественных характеристик процессов и результатов диверсификации. В качестве результатов диверсификации предприятий ОПК в условиях военно-гражданской интеграции можно выделить следующие (рис. 2).



Рис. 2. Результаты диверсификации предприятий ОПК в условиях военно-гражданской интеграции [5]

Данная классификация является основой для формирования системы критериев сбалансированности продуктового портфеля (табл. 1).

Таблица 1

Критерии сбалансированности продуктового портфеля

№ п/п	Критерий сбалансированности	Расшифровка
1	Соотношение объемов продукции военного назначения и продукции гражданского назначения	Доля продукции гражданского назначения в сбалансированном портфеле составляет более 50 %
2	Динамика выручки и прибыли от продукции гражданского назначения	Динамика выручки по направлениям продукции гражданского назначения должна быть положительной на протяжении минимум 1 года
3	Доля высокотехнологичной продукции в общем объеме портфеля	Доля высокотехнологичной продукции в общем объеме портфеля должна составлять не менее 25 %
4	Рентабельность продукции гражданского назначения	Все номенклатурные позиции продукции гражданского назначения должны быть рентабельными. Рентабельность – не менее 15 %
5	Стабильный прирост объемов реализованной продукции гражданского назначения	Ежегодный прирост объемов реализации продукции гражданского назначения не менее 3 %
6	Доля стратегических контрактов (более 3 лет) на производство продукции гражданского назначения	Доля стратегических контрактов на производство продукции гражданского назначения должна составлять от 25 % и ежегодно увеличиваться
7	Маржинальная доходность портфеля	Показатель маржинальной доходности должен быть решающим при внесении позиций в продуктовый портфель. Маржинальная доходность должна составлять не менее 35 % без учета управленческих расходов
8	Структура рисков продуктового портфеля	Уровень рисков продуктового портфеля должен находиться в пределах допустимых значений. Наиболее рискованные позиции продукции не стоит вносить в структуру портфеля

Система критериев позволяет провести комплексную оценку сбалансированности продуктового портфеля и на основе полученных данных произвести диверсификацию и реструктуризацию портфеля с целью повышения суммарной маржинальной доходности портфеля.

Таким образом, основным фактором в обеспечении устойчивого развития промышленных предприятий является формирование сбалансированного портфеля продукции, учитывающего компетенции предприятия, его технические и технологические возможности и базирующегося на глубоком понимании рынка.

Структура продуктового портфеля предприятия может претерпевать существенные изменения, которые зависят от долгосрочной стратегии фирмы, состояния рынка, запросов потребителей. Именно поэтому управление продуктовым портфелем часто осуществляется посредством его оптимизации и диверсификации.

Диверсификация производства и переход на выпуск продукции гражданского назначения сегодня становится для многих предприятий ОПК единственным способом поддержания необходимого уровня ликвидности и конкурентоспособности. В свою очередь комплексная система критериев сбалансированности продуктового портфеля позволяет на практике реализовывать стратегическое развитие предприятий ОПК на базе управления продуктовым портфелем.

Список литературы

1. Бажанов В. А., Цомаева И. В., Киселева А. А. Совершенствование управления оборонным предприятием в условиях диверсификации производства // Мир экономики и управления. 2019. Т. 19, № 3. С. 121–131.
2. Иващенко Н. С. Клиентоориентированность: виды и методы оценки // Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности : сб. науч. тр. Междунар. науч.-техн. симп. «Экономические механизмы и управленческие технологии развития промышленности» Международного Косыгинского форума «Современные задачи инженерных наук» (Москва, 29–30 октября 2019 г.). М. : Изд-во РГУ им. А. Н. Косыгина, 2019. С. 116–121.
3. Гришин В. И., Силин Я. П., Головина А. Н. [и др.]. Экономика предприятия. М. : КноРус, 2019. 472 с.
4. Карпова Е. Н., Кочановская О. М., Усенко А. М., Коновалов А. А. Долгосрочная финансовая политика организации : учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2019. 193 с. (Высшее образование: Бакалавриат). doi: 10.12737/textbook_5cecd792b7fd44.24124774
5. Лузгина О. А., Маренина Е. А. Система управления запасами как важная часть менеджмента организации // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 101–104.

УДК 338.1

ПРОБЛЕМА РЫНОЧНОГО ПОВЫШЕНИЯ ЦЕН НА АВТОМОБИЛИ

Гульсум Юсефовна Куряева¹, Сергей Юрьевич Бадов²

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Рассматривается динамика цен на автомобильном рынке Российской Федерации с учетом оценки влияния различных факторов, особое внимание уделено ценовой составляющей утилизационного сбора.

© Куряева Г. Ю., Бадов С. Ю., 2021

Ключевые слова: динамика, автомобильный рынок Российской Федерации, утилизационный сбор, ценообразование

Автомобильный рынок в России в 2020–2021 годах характеризуется значительным ростом цен. Так, например, модель Hyundai увеличила стоимость на 3–5 процентов, компания Mitsubishi увеличила цену всего на 0,9 %. Больше всего подорожало авто марки Audi на целых 9 % или Fiat поднявший цену на 6 % [1].

В первую очередь, производители автомобилей повышают цены из-за инфляции и курса рубля. В ожидании еще одного падения курса рубля покупатели также поторопились в автосалоны для вкладывания и сохранения своих сбережений. Обесценивание рубля может вызывать небольшие опасения как у местных, так и у иностранных производителей. Так как автомобильный рынок ощутит ухудшение экономической ситуации из-за достаточно большой зависимости от курса валют. Однако опасаться резкого повышения цен не стоит, многие автопроизводители имеют резерв автомобилей по старым ценам, ведь на эти автомобили ценники скорее всего повышаться не будут. Но все же из-за нестабильного валютного курса цены могут вырасти не только на новые, но также и на поддержанные автомобили. В начале 2020 года образовался дефицит новых автомобилей на Российском рынке, который сохранился и до настоящего времени, но все же постепенно начал идти на спад. Главной причиной дефицита стала пандемия так как многие заводы по производству автомобилей закрылись на карантин, снизились поставки, которые были связаны с запретами на ввоз, все это нанесло достаточно большие последствия. Из-за ограничений, связанных с пандемией, автосалоны практически стали недоступны для покупателей. Но в такой нелегкой ситуации автодилеры все же находили некоторые методы продажи автомобилей для выполнения плана. В России всего за 7 месяцев 2020 года на 220 автодилеров стало меньше, в дальнейшем автомобильный рынок ждет дефицит поставок, связано это со сложностями производства, а также поставок некоторых компонентов, скорее всего это довольно сильно скажется на повышении цен [2].

Существует два фактора, первый это довольно большой спрос, а второй это большое сокращение производства, именно эти факторы привели к опустевшим складам автопроизводителей. Также можно понять, что в ближайшей перспективе по прогнозам аналитиков на рынок будут влиять также два фактора это доходы населения и рост цен. Кроме того, есть предпосылки что отечественный рынок начнут завоевывать китайские автопроизводители.

Также на цену может влиять утилизационный сбор, это платеж, который делает каждый покупатель при покупке автомобиля, он создан для защиты природы, соответственно сильно зависит от типа и марки

покупаемого авто, например, на легковые автомобили утилизационный сбор будет намного меньше, чем на какой-либо грузовик, так как у него намного меньше выхлопных газов.

В России утилизационный сбор появился еще в 2012 году, при этом сбор проводился только с импортных автомобилей. Местные же заводы просто брали на себя обязательство утилизации. Но Евросоюз раскритиковал такой метод оплаты, и в 2014 году утилизационный сбор начали платить все. Также ожидается повышение утилизационного сбора что тоже сильно повлияет на цену автомобилей [3].

Также можно обратить внимание на рынок поддержанных автомобилей, ведь их собственники прекрасно понимают, что, продав свой старый автомобиль не смогут взамен купить что-то более хорошее. Поэтому наблюдая за вторичным рынком можно заметить, что цены на нем завышены ведь собственникам таких автомобилей намного выгоднее поставить наибольшую наценку с минимальной возможностью торга.

Список литературы

1. Щербакова Д. В. Авторынок России. Испытание коронавирусом // Вопросы устойчивого развития общества. 2020. № 10. С. 134–141. doi: 10.34755/IROK.2020.82.24.103

2. Опекунов А. Н., Шишкина Т. П. Налоговые возможности стимулирования инноваций в современных условиях // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 138–141.

3. Прогноз до 2025 года: как быстро восстановится российский авторынок после кризиса? // Рамблер. Финансы. URL: <https://finance.rambler.ru/markets/45382318-prognoz-do-2025-goda-kak-bystro-vosstanovitsya-rossiyskiy-avtorynok-posle-krizisa>

УДК 338.1

КАК ПАНДЕМИЯ ИЗМЕНИЛА МИР ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА

*Гульсум Юсефовна Куряева¹,
Елизавета Алексеевна Воронцова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Анализируются коррективы, которые пандемия внесла в поведение потребителей и предпринимателей в сфере интернет-бизнеса.

Ключевые слова: интернет-бизнес, интернет-торговля, пандемия, COVID-19

© Куряева Г. Ю., Воронцова Е. А., 2021

Пандемию вируса COVID-19 можно назвать катализатором процесса цифровой трансформации бизнеса во всем мире. Об этом говорят и статистические данные: объём российского рынка интернет-торговли в 2020 году составил 3,221 триллиона рублей. Это рост на 58,5 % по сравнению с 2019 годом [1].

В связи с ситуацией с пандемией и тотальным локдауном значительно увеличилась доля локального рынка интернет-торговли в 2020 году: с 71 % в 2019 до 86 % в 2020. В то же время доля трансграничной торговли уменьшилась: с 29 % в 2019 до 14 % в 2020 [1].

АКИТ (ассоциация компаний интернет-торговли) отмечает, что рынок онлайн-торговли в России может вырасти до 3,745 триллиона рублей (на 16 %).

На графике представлен прогноз роли и доли факторов, влияющих на дополнительный рост онлайн-продаж в 2021–2024 годах (рис. 1).

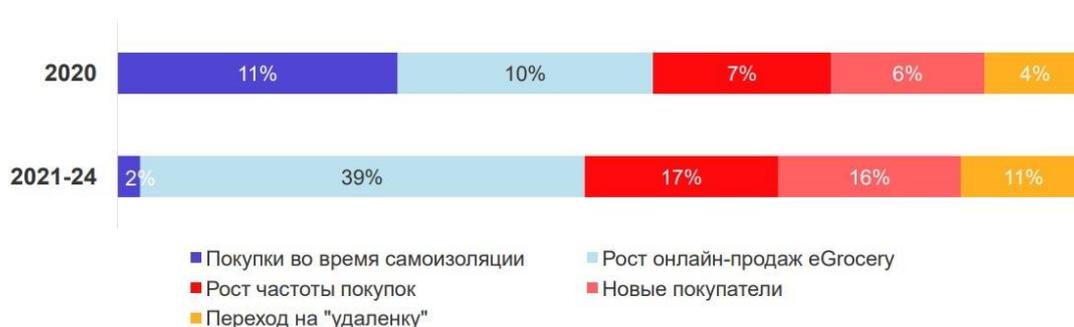


Рис. 1. Динамика изменений онлайн-продаж [2]

Усилия по социальному дистанцированию вынудили компании принять новые способы ведения бизнеса, меры, которые в основном включали цифровые инструменты для общения, сотрудничества и отслеживания общего прогресса.

Более интересным вопросом представляется само изменение интернет-бизнеса, который до наступления пандемии был обусловлен ориентированными на клиента потребностями и стремлением к более эффективным и гибким процессам в организациях, однако приоритеты и задачи интернет-бизнеса в период пандемии изменились.

Здоровье и безопасность персонала, усиление и упрощение коммуникации и сотрудничества, социальное дистанцирование и более высокая степень адаптируемости – все это теперь решающие факторы для цифровых преобразований. Можно говорить о том, что цифровой бизнес в условиях пандемии – качественно новый процесс, поскольку требует от предприятий адаптации к новым вызовам в режиме реального времени, а также более быстрых темпов внедрения для обеспечения непрерывности бизнеса. Подобная трансформация превратилась из релевантного и рационального перехода в критический шаг в связи

со вспышкой пандемии. После окончания пандемии предприятия смогут использовать накопленный опыт при ведении своего бизнеса, но, каким бы сложным ни было цифровое преобразование, становится все отчетливее, что без него у большинства предприятий нет будущего.

Проанализировав изменения в деятельности предприятий, можно выделить следующие тенденции ведения интернет-бизнеса, обусловленные корона-кризисом:

1. Логистика и каналы распределения. Многим предприятиям пришлось искать новые способы и каналы распределения производимой или реализуемой продукции. Главная цель новой логистики – безопасно передать товар и уведомить потребителя о собственном продукте, а обозначение собственного предприятия среди конкурентов и презентация своих конкурентных преимуществ стало приоритетной задачей. Причем безопасность стала важнейшим аспектом не только в среде потребителей, но и в среде работников, непосредственно контактирующих с покупателями. Последствия, связанные с переходом на принципиально новые – цифровые – каналы распределения, на данном периоде оценить достаточно тяжело. Какие-то отрасли, занимающиеся реализацией продукции, стали менее востребованными, но, например, курьерские службы, наоборот, получили активную стимуляцию спроса.

2. Работы с кадрами. Многие предприятия приостановили свою деятельность в период пандемии, в связи с чем произошло массовое высвобождение на рынок рабочей силы. Активные и талантливые работники стали доступны для организации интернет-бизнеса, что может стать серьезным конкурентным преимуществом. Самая главная цель, связанная с данной тенденцией – успешно конкурировать за кадры с другими представителями интернет-бизнеса, предлагая особые условия труда, достойную заработную плату и безопасность для здоровья.

3. Новая клиентская база. Слабость физических (организующих труд вне сети «Интернет») организаций, обусловленная мерами пресечения развития пандемии, успешно позволила привнести в ряды клиентов потребителей, которые до этого не занимались интернет-покупками или вообще не были связаны с сетью Интернет. Многие из них ощутят преимущества интернет-шопинга и после окончания периода пандемии станут постоянными клиентами организаций интернет-бизнеса.

4. Коммуникации. Физическое общения и коммуникации в условиях вспышки COVID-19 стали небезопасны и затруднительны с правовой точки зрения, поэтому организациям стало необходимо придумывать новые способы связи с потребителями, обеспечения сервисных услуг и поддержки. С другой стороны, коммуникации на рабочем месте переходят на другой уровень: появляется гибкость и мобильность, набирают популярность разнообразные мессенджеры, о которых

до этого сотрудники или управляющие предприятий не знали (Zoom, Discord, Slack или Jira), в целях безопасности совещания все чаще проводятся дистанционно и данный формат зачастую способен оправдать ожидания руководства [4]. Внутри организаций возможно изменение корпоративной культуры, рабочего процесса, многие задачи автоматизируются [3].

С начала 21-го века у организаций было множество факторов, направляющих на путь цифровизации своего бизнеса: будь то популярность сети «Интернет» или активное внедрение цифровых технологий во все сферы жизни и вытекающая из этого необходимость в мобильности и гибкости жизненных процессов. Одним из последних стал и пандемия COVID-19, в период которой можно было наблюдать трансформацию в онлайн-платформу даже самых консервативных предприятий.

Цифровизация многих организаций, до этого и не задумывавшихся о бизнесе в сети «Интернет», добавило большое количество конкурентов существующим организациям. Однако именно интернет-бизнес, который задумывался таким изначально, позволит использовать накопленный опыт работы в более интенсивном темпе, опережая конкурентов, пришедших в сеть «Интернет» резко и лишь из-за острой необходимости.

Что делать интернет-бизнесу в условиях пандемии COVID-19? Использовать тенденции, описанные выше, для продвижения своего продукта, усиления конкурентных преимуществ и набора высококвалифицированных кадров. Не стоит забывать о необходимости ставить конкретные цели и задачи, например, усилить инновационное развитие предприятия за счёт новых талантливых и опытных кадров. Необходимо распространять информацию о необходимости трансформаций в организации, связанных с пандемией, в среде сотрудников компании, а также чётко обосновывать предложенные мероприятия. В краткосрочном периоде это может нарушать рабочие процессы, однако общество и сотрудники организаций в том числе уже достаточно уверены в том, что пандемия не ограничится исключительно краткосрочным периодом для организации, а внесёт глубинные изменения даже за её пределы, изменит потребительное поведение и облик предпринимательства в целом.

Список литературы

1. Александрова В. А. Влияние мер по борьбе с COVID-19 на мировую экономику // E-Scio. 2020. № 4 (43). С. 353–360.
2. Аношина Ю. Ф., Гужина Г. Н. Цифровая экономика – новые возможности для бизнеса // Российское предпринимательство: от мануфактуры к цифровой экономике и кластерным конструкциям : сб. материалов II Всерос. Морозовских чтений (Орехово-Зуево, 27–28 сентября 2019 г.). Орехово-Зуево : ГГТУ, 2019. С. 6–11.

3. Зюкин Д. В. COVID-19 или рестарт экономики // Наука и практика регионов. 2020. № 1 (18). С. 74–80.

4. Мировые тренды законодательства о банкротстве и корпоративном управлении во время пандемии коронавирусной инфекции COVID-19. URL: https://nifi.ru/images/FILES/COVID-19/worldtrends_02072020.pdf

УДК 338.2

МЕРОПРИЯТИЯ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ЕГО БАНКРОТСТВА

*Гульсум Юсефовна Куряева¹,
Анастасия Александровна Матросова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Рост числа обанкротившихся предприятий подтверждает актуальность вопроса о выявлении причин несостоятельности предприятий, а также определения способов прогнозирования и предотвращения банкротства предприятия. Предложены мероприятия по восстановлению платежеспособности предприятия, которые применимы к любой организации.

Ключевые слова: платежеспособность, банкротство, законодательство, предотвращение банкротства

Банкротство – это сложное испытание для любой коммерческой организации. Процесс банкротства сопровождается денежными расходами, всевозможными стрессами, разбирательствами и потерей хорошего имиджа у предприятия.

Главная причина возникновения банкротства организации – это низкий уровень развития ее менеджмента. На отечественных предприятиях отсутствует система прогнозирования банкротства, которая помогает понять его причины на ранних стадиях его возникновения.

Банкротство организации и его ликвидация приносят убытки не только его акционерам, кредиторам, потребителям продукции, но и происходит уменьшение налоговых поступлений в бюджет, рост безработицы – это может стать причиной нестабильности ситуации в стране [1].

В данный момент можно выделить несколько видов банкротства предприятия [2]:

1) реальное банкротство – это полная неспособность предприятия восстановить свою платежеспособность в скором времени, причиной этому служат реальные потери денежных средств;

2) техническое банкротство возникает вследствие возникновения просрочки дебиторской задолженности;

3) криминальное банкротство – это инструмент завладения собственностью предприятия незаконным способом. Данный вид банкротства включает в себя преднамеренное банкротство, фиктивное банкротство и неправомерные действия при банкротстве.

Процесс предотвращения банкротства поможет быстро выявить и устранить угрозу возникновения несостоятельности организации. Данный процесс предусматривает поиск и исключение явлений, которые способствуют банкротству предприятия.

Под мероприятиями по предупреждению банкротства понимаются меры, которые направлены на избегание судебного разбирательства, то есть они помогают устранить условия для обращения в суд с заявлением о банкротстве организации.

Меры по предупреждению банкротства – осуществляются учредителями должника, собственником имущества должника – унитарным предприятием, а по соглашению с должником – кредиторами и другими лицами до возбуждения дела о несостоятельности, меры правового и экономического характера направленных на восстановление платежеспособности должника. В случаях, установленных законом, они проводятся под контролем уполномоченного административного органа [3].

Первоначальными способами профилактики банкротства предприятия служит выявление его симптомов несостоятельности (рис. 1). Своевременное выявление данных симптомов, поможет руководству предприятия избежать банкротство с помощью правильных мероприятий.

Главная причина, которая указывает на несостоятельность организации – это наличие долговых задолженностей, которых она не в состоянии выплатить. В том случае если сумма данных задолженностей равна полученному доходу организации, то это служит тревожным симптом для финансового положения предприятия.

Все мероприятия, которые направлены на устранения банкротства, подлежат контролю на законодательном уровне. Информация о вероятном банкротстве поступает от учредителей организации, которым в ближайшее время следует предпринять вышеупомянутые шаги для оптимизации ее работы. В ходе дела возможно материализовать и устранить факторы, идентифицированные как носители банкротства. Реализация мероприятий проводится совместно со всем персоналом организации. А именно создается целая система, позволяющая взять под контроль неплатежеспособность организации. Из положений законодательства можно сделать вывод, что юридическое лицо обязуется приложить все возможные усилия для предотвращения своей неплатежеспособности [5].



Рис. 1. Симптомы несостоятельности предприятия [4]

Меры по предупреждению неплатежеспособности включают ряд действий, которые могут иметь большое влияние на денежное состояние организации помочь ей избежать банкротства. Данные меры, направленные на предотвращение неплатежеспособности, изложены в ст. 30 закона № 127 «О банкротстве». Например, при появлении признаков несостоятельности, указанных в упомянутой статье, в частности, когда юридическое лицо утрачивает способность выполнить кредиторские требования о проведении обязательных выплат и другие финансовые обязанности с опозданием в один квартал и дольше, руководство этого юридического лица обязуется направить учредителям информацию об обнаружении признаков несостоятельности [5].

Меры по предотвращению вероятности банкротства организации в первую очередь направлены на предотвращение и выявление угрозы несостоятельности. В период проведения этой процедуры выявляются причины, негативно влияющие на деятельность организации, принимаются меры по снижению и устранению угроз.

Для реализации данных мер используются различные методы, с помощью которых своевременно выявляются признаки банкротства организации. Это помогает руководителям вовремя принять необходимые мероприятия и исключить признания организацию неплатежеспособной. Эффективность метода снижения рисков неплатежеспособности зависит от объема и качества выявленной информации, которая используется для анализа.

Прогнозирование – это метод, который помогает предупредить возникновению неблагоприятной ситуации и определить меры, которые помогут устранить данную ситуацию и сделать так, что она вновь не возникла.

Одним из способов предупреждения банкротства служит использование различных моделей и способов для вычисления коэффициента банкротства, обнаружить и предотвратить возможные проблемы платёжеспособности или решить их на стадии возникновения, не доводя до критического уровня. Часто выявить банкротства предприятия помогают финансовые методы. Финансовые модели, которые основанные на статистических методах, получили наибольшее практическое применение. Можно выделить две основные группы финансовых моделей [6]:

– модели, которые основаны на использовании системы финансовых показателей, они не предусматривают построение интегрального показателя;

– модели, которые предполагают построение интегрального показателя вероятности банкротства (например, с использованием метода мультипликативного дискриминантного анализа).

Восстановлению платёжеспособности организаций посвящен ряд работ отечественных и зарубежных авторов. Большое значение имеет опыт организаций, которые смогли преодолеть трудности. Обобщив теорию и практику в исследуемой области, можно прийти к выводу, что восстановление платёжеспособности нужно осуществлять поэтапно. Этапы восстановления платёжеспособности [6]:

1. Определение «глубины» неплатёжеспособности.
2. Реструктуризация кредитной политики.
3. Оптимизация структуры активов организации.
4. Оптимизация структуры пассивов организации.

Законодательство предлагает следующие меры по восстановлению платёжеспособности, они представлены на рис. 2.



Рис. 2. Меры по восстановлению платёжеспособности организации, со стороны законодательства [6]

Таким образом, указанные меры вполне могут применяться к организациям, в отношении которых возбуждено дело о банкротстве. Они приобретают особое значение в процедурах финансового оздоровления и внешнего управления. В соответствии с законом эти процедуры направлены на восстановление платежеспособности.

Список литературы

1. Казакова Н. А. Риск-ориентированная модель оценки вероятности банкротства компаний, входящих в стратегические альянсы // Экономический анализ: теория и практика. 2019. Т. 18, № 7 (490). С. 1295–1308. doi: 10.24891/ea.18.7.1295
2. Когденко В. Г. Исследование классификации рисков в рамках стейкхолдерского подхода // Эпоха криптоэкономики: новые вызовы и Регтех в сфере ПОД/ФТ : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. международного сетевого института в сфере ПОД/ФТ (Москва, 12–14 ноября 2018 г.). М. : Изд-во МИФИ, 2019. С. 280–286.
3. Копелев И. Б. Прогнозирование банкротства компании // Вестник университета. 2014. № 20. С. 110–117.
4. Малкина М. Ю., Овчаров А. О. Развитие теории финансовой нестабильности и современные проблемы российской экономики // Финансы и кредит. 2019. Т. 25, № 6 (786). С. 1230–1248. doi: 10.24891/fc.25.6.1230
5. Опекунов А. Н. Использование методов бизнес-аналитики в диагностике и прогнозировании кризисных явлений на предприятии // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2017. № 2 (22). С. 88–100.
6. Розмаинский И. В., Татаркин А. С. Неверие в будущее и «негативные инвестиции» в капитал здоровья в современной России // Вопросы экономики. 2018. № 1. С. 128–150. doi: 10.32609/0042-8736-2018-1-128-150

УДК 338.2

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

*Гульсум Юсефовна Куряева¹,
Алёна Андреевна Пантिलеева²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Рассматриваются особенности поведения современного потребителя, выделяется понятие маркетинга, раскрываются основные тенденции его развития, приводятся плюсы и минусы интернет-маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, покупатель, потребитель, рынок, товар, услуга, современные условия, Интернет

Вопрос об особенностях современного маркетинга является одним из самых актуальных в наше время. Это связано с тем, что каждый

© Куряева Г. Ю., Пантिलеева А. А., 2021

из нас практически ежедневно подыскивает подходящий продукт для его покупки, с целью удовлетворения своих безграничных потребности, и маркетологи в большинстве случаев выступают в качестве связующего звена между потребителями и производителями. Но для того, чтобы маркетинговые приемы продолжали приносить прибыль предприятию, маркетологу просто необходимо уметь выживать в условиях стремительно меняющегося мира, используя в своей работе все новые и новые методы привлечения покупателей.

Под маркетингом понимается деятельность компании, направленная на создание, продвижение и предоставление товара или услуги потребителям, а также управление взаимоотношениями с ними. Основной целью маркетинга выступает получение прибыли, выведение предприятия на лидирующие рыночные позиции, путем удовлетворения потребностей покупателей [1].

В настоящее время маркетологи сталкиваются с тем, что в индустриальном обществе с ускоренным темпом жизни и постоянно развивающимися технологиями, сформировался новый тип покупателей и все старые методы привлечения потребителей, которые были эффективны раньше, сейчас не приносят никаких доходов.

Современного потребителя отличает ряд признаков:

Стремление вести здоровый образ жизни, чтобы сохранить свое здоровье и активность в преклонном возрасте;

Несоответствие своему возрасту, в наше время люди стремятся выглядеть моложе своих лет, и в этом им помогает не только хорошо развитая современная медицина, но и выбор одежды, увлечений;

Стремление потребителей привлечь внимание общественности к экологическим проблемам, появляется тенденция пристального внимания к окружающей среде.

По данным общественного опроса, 57 % россиян при покупке товаров желают, чтобы компании проводили программы по защите окружающей среды; 56 % решатся переплатить за продукт, нежели купить его у компании, наносящей вред обществу; 44 % покупателей сказали, что скопление бытового мусора – самый опасный фактор загрязнения окружающей среды [2].

Приобретение продуктов, не требующих приготовления, блюд, готовых к употреблению, связанное с ускоренным темпом жизни и приоритетом в удобстве;

47 % опрошенных приобретают продукт на автомобильных заправках; 35 % – заказывают еду, чтобы забрать ее при подъезде к ресторану; 35 % – используют интернет для того, чтобы заказать кофе в машину [2];

Постоянная вовлеченность в интернет-пространство, замена реального мира с физическими коммуникациями виртуальным [3].

Именно с учетом этих особенностей поведения современных покупателей работники маркетинговой сферы и должны продвигать готовый продукт или услугу.

В настоящее время маркетинг подразделяется на два вида: традиционный и современный. Традиционный маркетинг использует для продвижения продукта в основном телевизионную или газетную рекламу. Современный же направлен в большей степени именно на информационные технологии – Интернет. Большая часть современного сетевого маркетинга связана с социальными сетями. Вконтакте, Одноклассники, Instagram, Facebook – отличные площадки для запуска рекламы и привлечения аудитории. Такая реклама позволяет компаниям осуществлять быстрое взаимодействие с покупателем, она не только наиболее эффективна в настоящее время, но и менее затратна.

Реклама в интернете фокусируется на целевую аудиторию. Интернет, в частности социальные сети, позволяют маркетологам направить свою рекламу на определенный поток покупателей, выборочно по интересам, возрасту, месту проживания. Кроме того, интернет-маркетологи строят современную рекламу на основе наших поисковых запросов, это обеспечивает их предприятиям высокую прибыль, а покупатели, в свою очередь, «сталкиваются» с актуальными для них товарами. Интернет-маркетинг включает в себя такие элементы системы, как медийная реклама, контекстная реклама, вирусный маркетинг, SMO и SMM, прямой маркетинг с использованием e-mail [4].

В настоящее время наблюдается стремительный рост пользователей сети. И это не может не отразиться на количестве покупок, совершенных в интернете. По данным исследований аналитиков с 2011 до 2019 года объём рынка онлайн-торговли увеличился примерно на 28 %. В цифрах объём продаж вырос с 235 млрд до 1,72 трлн рублей. На рис. 1 отчетливо виден прирост уровня онлайн-торговли в России [5].

РУБЛИ (МЛРД)									
									2690
240	320	420	560	710	900	1070	1300	1620	
2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Рубли (млрд)									

Рис. 1. Уровень онлайн-торговли в России (2011–2020 гг.)

В 2020 году покупок в интернете стало еще больше. Основным фактором скачка объёма онлайн-торговли является пандемия COVID-19, которая вынудила покупателя уйти в онлайн-сферу, ради обеспечения собственной безопасности и безопасности окружающих. По словам аналитиков, со снятием ограничительных мер, связанных с коронавирусом, покупки в интернете станут производиться реже, покупатели захотят вернуться в торговые центры.

Исходя из данных, становится очевидно, что Интернет на данный момент является значимым каналом сбыта товаров. Интернет-маркетинг имеет большое количество преимуществ. К его плюсам можно отнести:

- постоянное взаимодействие с аудиторией. Интернет-пространство настолько стремительно развивается, что почти каждый день появляются новые форматы и новые площадки, позволяющие коммуницировать с постоянными клиентами и привлекать новых;

- широкий охват клиентов. Появляется возможность продвигать продукцию в любой части страны или мира;

- возможность отслеживать предпочтения клиента, используя данные для последующих увеличений продаж.

Но несмотря на все положительные черты онлайн-маркетинга, такой вид торговли имеет и свои минусы. К ним можно отнести:

- недоступность для сельских районов из-за плохого качества связи;

- отсутствие ориентированности на пожилого покупателя, связанное с неграмотностью в Интернет-среде;

- покупатели могут видеть отрицательные отзывы о продуктах, что снижает спрос на товар;

- высока вероятность интернет-мошенничества [6].

В 2020 году в России число дел о телефонном и интернет-мошенничестве выросло на 76 %, по сравнению с предыдущим годом. Всего с апреля по июнь прокуратура зафиксировала 58,6 тыс. случаев мошенничества в «сетях», и статистика продолжает увеличиваться. Государство применяет меры по искоренению обманов в интернете. Проводится проверка подозрительных сайтов, осуществляются ознакомительные беседы с разъяснениями всех уловок мошенников [7].

Все отрицательные факторы онлайн-торговли влияют как на производителя, так и на потребителя. Чтобы увеличить процент продаж и количество довольных покупателей, необходимо приложить все усилия для ликвидации минусов онлайн-продаж.

В первую очередь потребители нуждаются в безопасных Интернет-сделках. Конечно, на данном этапе развития общества полностью

очистить электронную среду от взломщиков и мошенников невозможно, но можно создать платформу, на которой будут представлены только проверенные продавцы, тогда пользователи перестанут волноваться о том, что их обманут.

Помимо мошенничества потребителей волнует качество товаров, продаваемых в интернете. Если продавцы будут предоставлять хороший товар, то в ответ они получат довольных покупателей, положительные отзывы на продукт и высокую прибыль.

Для того, чтобы фирма в современных условиях и дальше получала высокие доходы, маркетологу необходимо ориентироваться на запросы потребителей. Выпуская на рынок продукцию, способствующую поддержанию здоровья потребителей, продукцию, которая не вредит окружающей среде, производитель подписывает себя на получение стабильно высокой прибыли.

Таким образом, можно сделать вывод, что отличительными чертами современного маркетинга является уход в Интернет-сферу. Продвигая товар, рекламодатели стремятся использовать наиболее актуальные и инновационные способы привлечения потребителей, чтобы это было выгодно не только для продавца, но и для покупателя.

Список литературы

1. Бутенко Е. Д., Черников И. С. Инфраструктура цифровой экономики: цифровой маркетинг // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2020. № 4 (79). С. 23–37. doi: 10.37493/2307-907X.2020.4.3
2. Андреева О. Д., Абрамова А. В., Кухаренко Е. Г. Развитие использования цифрового маркетинга в мировой экономике // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 4. С. 24–41.
3. Грудистова Е. Г. Развитие цифровых компетенций и цифрового маркетинга как средство обеспечения конкурентоспособности экономических субъектов // Вестник Кемеровского государственного университета. Сер.: Политические, социологические и экономические науки. 2020. Т. 5, № 2 (16). С. 195–204. doi: 10.21603/2500-3372-2020-5-2-195-204
4. Амирова Д. Р. Маркетинг социальных сетей: новые возможности для бизнеса или реальность цифровой экономики // Московский экономический журнал. 2020. № 11. С. 79. doi: 10.24411/2413-046X-2020-10802
5. Игнатьева И. В., Зедгенизова И. И. Маркетинг социальных сетей как инструмент продвижения // Инновации и инвестиции. 2019. № 7. С. 125–129.
6. Беккер Т. А., Беккер В. А. Цифровой бизнес: основы цифровой экономики, цифровой маркетинг // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации : сб. ст. XXXI Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 25 октября 2019 г.). Пенза : Наука и Просвещение, 2019. С. 127–129.
7. Opekunova L. A., Opekunov A. N., Kamardin I. N., Nikitina N. V. Modeling Enterprise Architecture Using Language ArchiMate // Lecture Notes in Networks and Systems. 2020. Vol. 84. P. 506–513. doi: 10.1007/978-3-030-27015-5_61

ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО БРЕНДИНГА

*Гульсум Юсефовна Куряева¹,
Андрей Владимирович Петров²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Раскрывается содержание процесса брендинга в условиях цифровой трансформации бизнеса, выделены основные инструменты брендинга, формируемые на основе цифровых технологий.

Ключевые слова: бренд, брендинг, технологии, цифровая экономика, цифровизация

В нашей жизни стали активно продвигаться цифровые технологии. И поэтому множество организаций из-за этого идут в ногу со временем и продвигают такой процесс, который называется цифровизацией. Такое внедрение технологий в сферу нашей жизни и производства помогает организациям с набором той или иной аудитории, для которой информация будет специально подобрана по интересам и предпочтениям. Благодаря такой системе анализа происходит увеличение числа покупателей, тем самым помогает организации развиваться и становиться лучше.

Данная тема актуальна как никогда раньше, потому что именно сейчас, в нашей эпохе, можно наблюдать как цифровые технологии и жизнь людей тесно связаны. Именно поэтому, чтобы быть на рынке конкурентоспособным и жизнеспособным, организация пытается внести такие технологии в свою деятельность, следовательно, для достижения больших характеристик.

Задача статьи – изучение сути и видов digital-инструментов при позиционировании продукта на рынке. Исследование их особенностей от традиционных методов, выявление их достоинств. Можно начать с самого начала, с прошлого, когда позиционировали продукты на рынке с помощью традиционных методов. В то время потребителю было важно лишь то, что продукт имел такие свойства, как качество, комфорт, не кусающаяся цена – всё это в совокупности было составляющей доброкачественного товара. Реклама продвигалась в журналах и газетах. Она была интересной для человека и это поспособствовало продвижению производителя на рынке.

Но сейчас людям не так интересно читать журналы и газеты, в их жизни актуальным стал интернет, поэтому организации вынуждены производить такой товар, который запомнился бы своими необычными характеристиками. Именно такой вид товара пробуждает к нему интерес, что способствует покупке.

Да, уникальность играет важную роль в торговле, но не менее важным является его продвижение на рынке с помощью рекламы на цифровых ресурсах. Традиционные методы потеряли свою актуальность и не могут дать производителю такой эффективности как цифровые технологии. Это была проблема для людей, поэтому какие-либо бренды начали показывать себя на всех возможных электронных и информационных площадках, например средство массовой информации: соц. Сети, интернет, телевидение, радио. Ранее перечисленные каналы помогают продукту или услуге продвигаться лаконично, кратковременно и сжато, но в тоже время такой способ рекламы будет более интересной для потребителя. Например, человек листает ленту у себя в Instagram и видит короткий рекламный ролик, подобранный интеллектуальной системой анализа под его личные интересы.

Цифровизация помогает повышать результаты и эффективность. Цифровизация направлена на повышение эффективности и результативности. Подсчитано, что из-за неё затраты на обслуживание производства продукции (на 10–40 %), простои оборудования (на 30–50 %), время выхода на рынок (на 20–50 %) и гарантия (на 10–20 %), складские расходы (на 20–50 %) и др. [1]. Цифровизация бизнеса в России уступает другим странам (рис. 1).

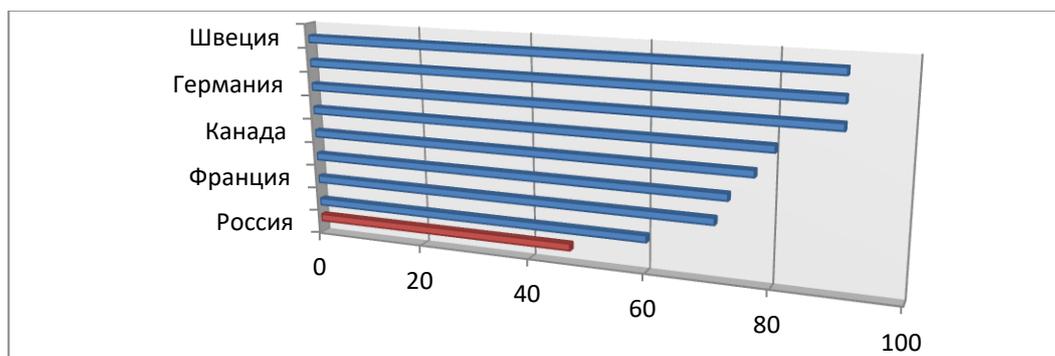


Рис. 1. Удельный вес предприятий, использующих цифровые технологии [2]

Цифровая трансформация – это переход бизнеса таким способом, который помогает пересмотреть стратегию, модель, операцию, маркетингового подхода, целей и т.д., принимая цифровые технологии; позволяет ускорять продажи и рост бизнеса. В более узком смысле «цифровое преобразование» может означать «безбумажный офис» или

обеспечение «цифровой зрелости бизнеса», влияя как на отдельные организации, так и на целые части общества, такие как правительство, большие коммуникации, искусство медицина и наука. Цифровые решения мотивируют возникновение новых типов инноваций и творчества, а не просто совершенствуют и поддерживают общепринятые методы.

Часто используемые цифровые инструменты:

Контент-маркетинг – это один из путей маркетинга товаров и услуг через создание ценного и релевантного контента, который привлекает и увлекает целевую аудиторию, принося выгоду автору.

PR-инструменты – это выставочная и спонсорская деятельность, разработка и использование фирменного стиля, выступления перед общественностью.

Органическая реклама – это мощный инструмент, который помогает брендам и компаниям рассказывать о своем продукте в сообществах социальных сетей.

Кросс-промо – это совместная деятельность двух или нескольких брендов, которые не конкурируют между собой, по продвижению своих продуктов в качестве взаимодополняющих (рис. 2).

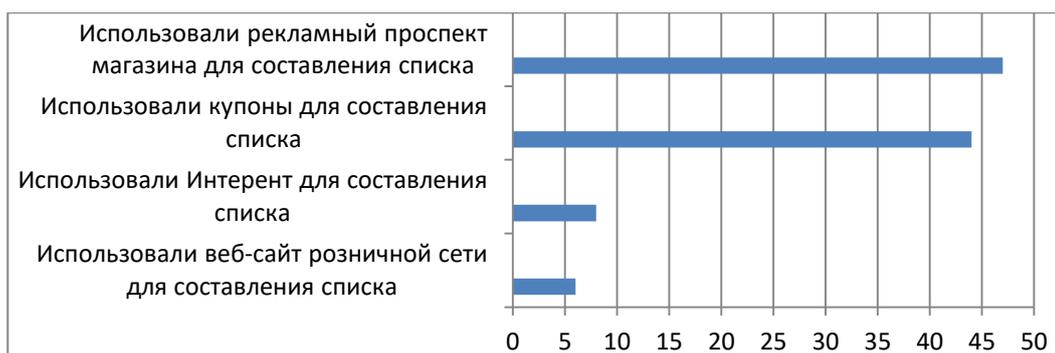


Рис. 2. Цифровые инструменты для составления списков покупателей [3]

Вышеперечисленные цифровые инструменты помогают брендам в узнаваемости, вовлеченности людей в товар и, конечно, чтобы поддерживать число своих клиентов. Насколько сильно они используются, показано на рис. 3.

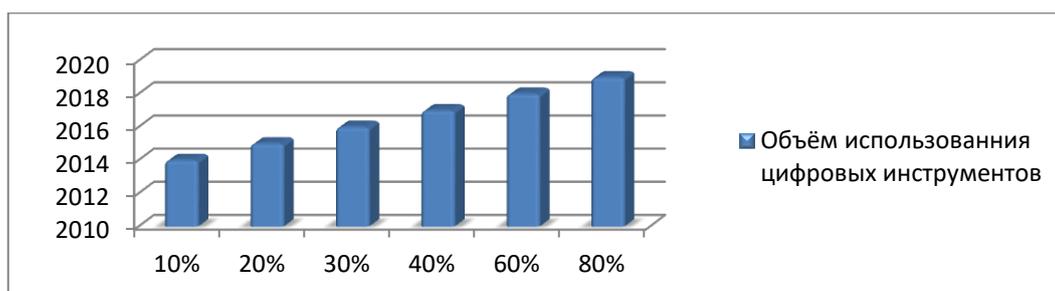


Рис. 3. Объем использования организациями цифр. инструментов в РФ [3]

По графику видно, как цифровые инструменты получили большую значимость. Раньше, в традиционном методе, информация была для потребителей не подобранной и нельзя было как-то определить оценку товара, но теперь существуют цифровые инструменты, которые существенно дают нам возможность выбирать информацию по своим запросам, могут читать отзывы других клиентов тем самым делая объективный вывод о товаре.

\$1,18 трлн составил глобальный рынок цифровой трансформации в 2019 году. Как ожидается, в 2023 году рынок вырастет до \$2,3 трлн 68 % бизнес-лидеров планеты называют цифровую трансформацию главным приоритетом для своих компаний. 4,5 % прироста ВВП должна дать цифровизация экономики России до 2025 года; при амбициозном сценарии, сделанном до кризиса 2020 года, прирост составит более 11 %. В \$139 млн оценивается российский рынок искусственного интеллекта при объеме мирового рынка в \$36 млрд \$15,7 трлн привлечет мировая экономика к 2030 году только за счет развития ИИ.

30 % рабочих мест с большой вероятностью будет автоматизировано к середине 2030-х годов в развитых и успешно развивающихся странах мира. 77 % работников будут вынуждены в ближайшее время приобрести новые навыки или полностью переквалифицироваться в связи с роботизацией. 35,5 млн рабочих мест в России можно в перспективе заменить машинами. \$16 млрд составляет объем мирового рынка промышленной робототехники, причем 74 % продаж таких роботов приходится на пять стран – Китай, Японию, Южную Корею, США и Германию. 20 % может составить в 2020 году рост онлайн-продаж в России из-за снижения посещаемости торговых центров на 2–5 %, вызванного эпидемией COVID-19. В 20 раз за три месяца выросло число ежедневных пользователей сервиса удаленной конференцсвязи Zoom, превысившее в марте 2020 года отметку 200 млн человек.

Следовательно, с появлением цифровой информации и инструментов происходит увеличение конкуренции между компаниями, но также мы можем быстро найти информацию о какой-либо организации, получить ответы на вопросы.

Можно отметить, что в 21 веке традиционные маркетинговые инструменты утратили свою значимость и приводят к спаду компании. А цифровые инструменты создают новые каналы продвижения товара, увеличивают скорость привлечения клиентов, обеспечивая рост организации.

Список литературы

1. Хрипунова М. Б., Литвин П. О., Головинская И. В. Эпоха цифровой экономики: цифровое образование как неотъемлемая часть цифровизации экономики // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 14, № 3. С. 159–164.

2. Кошевой О. С., Опекунов А. Н. Обоснование выбора прикладных пакетов компьютерных программ для выполнения эконометрических исследований // Финансовая экономика. 2020. № 4. С. 277–280.

3. Сергиенко А. В. Цифровая экономика: основные тренды цифровой экономики в современном обществе // Цифровая экономика: проблемы и современные тренды : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Новороссийск, 26 ноября 2019 г.) / под общ. ред. Е. Н. Сейфиевой. Новороссийск : Знание-М, 2020. С. 396–399.

УДК 338.1

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ

*Гульсум Юсефовна Куряева¹,
Давид Хавьер Руис Диас²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Исследован рынок недвижимости Российской Федерации, ситуация, происходящая на нем. Рассмотрено влияние COVID-19 на недвижимость. Выявлены основные проблемы рынка недвижимости.

Ключевые слова: рынок, цены, недвижимость, аренда, продажа

Всемирная эпидемия привнесла с собой сложное финансовое положение во многих сферах бизнеса. COVID 19 нанес удар по многим отраслям: предприятиям общепита, перевозкам, также по рынку недвижимости и многим другим. Рынок недвижимости сильно пострадал от пандемии. В Москве огромная часть недвижимости была арендована предпринимателями, которые занимаются контактными бизнесами такими как: кафе, кинотеатры, развлекательные центры и т.д. Эти бизнесмены не могли платить аренду, а некоторые из них стали банкротами.

Если, оценивать рынок складской недвижимости, можно заметить, что эпидемия не оказала такого сильного влияния как на владельцев недвижимости, которые сдавали её в аренду бизнесменам. В данном сегменте свободные позиции в предложении встречаются очень редко, так как качественные складские помещения пользуются спросом.

Также, нельзя не вспомнить о развитии технологического метража помещений под склады, данное обстоятельство является причиной открытия новых проектов. Итак, современные складские мощности на рынке пользуются сильной популярностью.

Эксперты заявляют, что складской сегмент недвижимости был лучше всех подготовлен к сложной ситуации, которая сопровождала

2020 год, так как этот сегмент отличается эффективной логистикой и электронной коммерцией, данные качества представители этой сферы развивали очень активно.

Хотелось бы подметить, что сегмент ритейла на рынке офисной недвижимости испытывает достаточно серьезные проблемы. Ставка по аренде снизилась на 15 %, также возросли вакансии помещений торговой недвижимости [1].

Новые проекты на данном рынке стали возникать реже, а каждый из этих проектов – вызов для представителя девелопмента, так как предпочтения покупателей меняются с огромной скоростью, а коронавирус способствует более быстрым переменам в желаниях клиентов.

Ряд специалистов выражают мнение о том, что изменились потребности крупных компаний арендаторов, из-за пандемии. В данный момент их предпочтения основываются на централизации собственной деятельности, сопровождается желанием минимизировать проблемы капитальных затрат при аренде помещений для офиса.

В связи с этим, услуги аренды безопасных, небольших помещений «под ключ» в обозримой перспективе будут востребованы в большем количестве, в свою очередь, спрос на сервисных операторов, которые управляют системой гибких офисов для крупных клиентов, будет расти.

Эпидемия повлияла и на рынок жилой недвижимости. Наблюдается, что сфера аренды, которая является наиболее адаптивной и гибкой, смогла моментально отреагировать на внешние изменения, снизила ставки до 20 %, это вызвало снижение доходов у собственников, однако сегмент аренды жилья, находящегося за городом, наоборот увеличил ставки [2].

Особенно подорожание заметно у жилья премиум-класса, это произошло в связи с желанием граждан покинуть большие города и комфортно переждать, наступивший, неблагоприятный период.

Стоит обратить внимание на то, что продажа загородной недвижимости не продемонстрировала роста, потому что резкое падение доходов граждан, даже при наличии интереса к недвижимости, не обеспечивает людям платежеспособности. Цены в сегменте продаж растут только в отдельных проектах, когда как безопасность, так и комфорт соотносимы с ценовыми границами.

Замечено, что сфера продаж городской недвижимости, а именно квартир, сильно росла до наступления карантина, вызванного пандемией, это происходило, из-за денежной девальвации.

Продавцы ожидали повышение ставок по ипотеке, старались повысить цены на недвижимость, однако наступление карантина привело рынок, поначалу, в стагнацию, а затем в кризис при падении сделок в 44 %. Далее, отмена карантина привлекла к постепенному восстановлению спроса на жильё, этому поспособствовала государственная

программа, которая была введена. По ней процентные ставки по ипотеке были снижены до 6,5 % [3].

В данный момент, перспективы сферы продаж жилой недвижимости, а именно квартир, зависят от уровня восстановления доходов граждан. Предположим, что в 2021 году они вырастут почти на 3 %, а учетная ставка останется на своем низком уровне, то цена на квартиры будет расти. Некоторые застройщики прогнозируют рост цен на квартиры в новых домах, позиционируясь на повышенном спросе на них. Противоположное мнение других застройщиков, в том, что спрос, как и цены, снизятся.

После введения карантинных мер, отрицательные последствия моментально сказались на всех сегментах строительной отрасли. В мае 2020 года наблюдалось падение объемов договоров на три с половиной процента.

Государство отреагировало, и в июне 2020 года был введен целый комплекс мер поддержки, в него входят: льготная ставка по ипотеке до 4,5 %, поддержка в проведении инженерных сетей для застройщиков, субсидирование ставки по кредитам, автоматическое продление разрешений на строительство, срок которых завершается в 2020 году на один год, приобретение нереализованного жилья через государственные гарантии у застройщиков.

Таким образом, оценив рынок недвижимости в России, мы можем наблюдать сильное влияние пандемии на него. Пандемия вынудила работодателей переводить сотрудников на удаленную работу, это повлекло за собой тот факт, что многие бизнесмены стали менять отношения с арендодателями.

Также, COVID-19 повлиял на арендную ставку, она снизилась, как и стоимость офисов. У граждан наблюдается рост интереса к недвижимости, сформировалось увеличение числа запросов на предоставление ипотечных каникул, можем заметить повышенный покупательский интерес к дистанционным сделкам.

Список литературы

1. Рожина М. А., Долгов С. В., Ершов В. В., Петров К. С. Рынок недвижимости как часть инвестиционного рынка // Перекресток идей и гипотез : материалы Всерос. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 18 ноября 2019 г.). Чебоксары : Экспертно-методический центр, 2019. С. 24–32.

2. Варданян А. М. Рынок недвижимости России как часть инвестиционного рынка // Экономика, бизнес, инновации : сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. : в 2 ч. (Пенза, 20 мая 2018 г.). Пенза : Наука и Просвещение, 2018. Ч. 1. С. 15–17.

3. Дронова Т. А. Влияние соотношения спроса и предложения на конъюнктуру рынка на примере рынка недвижимости // От синергии знаний к синергии бизнеса : сб. ст. и тез. докл. VI Междунар. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов

УДК 338.1

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2021 г.

*Гульсум Юсефовна Куряева¹,
Алина Рафаэлевна Юскаева²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} bahteeva-gulya@rambler.ru

Аннотация. Потрясения, обусловленные коронакризисом и политическими решениями, привели к серьезным изменениям в экономической сфере, в частности в заработной плате населения. Анализируются динамика и структура доходов населения в РФ в 2021 г.

Ключевые слова: доходы населения, коронакризис, структура доходов, экономика РФ в 2021 г.

В настоящее время крайне трудно переоценить значимость такого экономического показателя, как доходы населения. Более того, одной из главных целей функционирования экономики является увеличение уровня доходов населения, ибо именно этот показатель позволяет с наибольшей точностью оценить степень благосостояния государства. Актуальность темы обусловлена тем, что недостаток денежных доходов населения может обострить социально-политические проблемы внутри страны и ведёт к нарастанию общественного напряжения, то есть, влияет и на другие сферы жизни общества. Именно поэтому данный показатель должен подлежать детальному анализу.

Доходы населения – это совокупность всех материальных средств, которые работники, служащие и иные лица получают за труд в той или иной сфере как результат их экономической деятельности или как трансферты [1]. В данной статье будут рассмотрены доходы граждан исключительно в денежной форме, ибо эквивалентность натуральной формы доходов населения сильно отличается в тех или иных периодах.

Анализ динамики общего объема доходов населения России показал, что прирост в период с 2014 года по 1-й квартал 2021 года составил 40 %. Однако начало 2021 год отмечается отрицательной динамикой общего дохода населения: снижение доходов составило

122 млрд рублей [2]. Снижение доходов населения в 2021 году детерминировано макроэкономическими факторами, затронувшими практически весь земной шар. Санкционные мероприятия нанесли особый ущерб малым и средним предприятиями, которые не имеют надлежащих запасов материальных средств, чтобы продолжить функционировать в период пост-пандемии. Следовательно, у большого пласта населения, работающего на малый и средний бизнес, можно наблюдать существенное снижение общего дохода (табл. 1).

Таблица 1

Изменение доходов населения в РФ, млрд руб. [3]

Год	Всего денежных доходов	Абсолютное отклонение	Темп прироста к предшествующему периоду, %	Абсолютное наполнение 1% динамики
2014	44 230,60	-	-	
2015	47 309,20	3 078,60	6,96%	442,31
2016	53 153,20	5 844,00	12,35%	473,09
2017	54 325,30	1 172,10	2,21%	531,53
2018	56 205,10	1 879,80	3,46%	543,25
2019	58 458,70	2 253,60	4,01%	562,05
2020	62 080,10	3 621,40	6,19%	584,59
2021 за 1 кв	61 957,38	-122,72	-0,20%	620,80
В среднем за год	54714,95	2215,85	4,4%	506,69

Все вышеперечисленные мероприятия помогли сгладить удар по экономике из-за проявления инфекции, однако отрицательной динамики избежать не удалось (табл. 2).

Таблица 2

Структура доходов населения по источникам [3]

Год	Всего денежных доходов, млрд рублей	в том числе, %				
		доходы от предпринимательской деятельности	оплата труда наемных работников	социальные выплаты	доходы от собственности	прочие денежные поступления
2014	44 230,60	7	55,1	18,7	4,7	14,5
2015	47 309,20	7	54,9	18,2	4,8	15,1
2016	53 153,20	6,5	52,8	18,2	5,1	17,4
2017	54 325,30	6,4	54	18,8	5,1	15,7
2018	56 205,10	6,3	55,1	19,3	4,6	14,7
2019	58 458,70	6,1	57,4	19,1	4,6	12,8
2020	62 080,10	6	58	19	4,4	12,6
2021 за 1 кв	43 679,00	5,40	57,1	23,10	4,3	10,10
Абсолютное отклонение за весь период		-1,6	+2	+4,4	-0,4	-4,4

На фоне кризиса коронавирусной инфекции будет важным выделить такой параметр, как удельный вес заработной платы. Начиная с 2020 года отмечен рост доходов в такой сфере, как «социальные услуги

и здравоохранение» и составил 117 %. Другие же отрасли показывают динамику роста доходов в 103 %. Отрицательной динамикой доходов населения выделились такие сферы, как «транспорт», «спорт и развлечения», «гостиницы»: падение в данных сферах составляет 77 %, 90 % и 85 % соответственно.

Исходя из таблицы 2, структуру доходов можно назвать относительно стабильной. Как можно заметить, доля оплаты труда наёмных работников в общей структуре доходов не сильно изменилось, что обусловлено снижением доходов от предпринимательской деятельности, а действия правительства обусловили повышение доли социальных выплат.

Большую долю в структуре доходов населения играют субсидии и активная социальная помощь, оказываемая правительством РФ: компенсационные пособия на детей, доплата медработникам, увеличенные пособия по уходу за ребенком.

Также на серьезную поддержку весь период пандемии мог рассчитывать малый и средний бизнес: кредитные каникулы, кредитования по низким процентным ставкам, приостановка проверок, упрощение процедуры регистрации, а также выплаты от правительства РФ наиболее пострадавшим отраслям бизнеса: автоконцернам, туроператорам, авиакомпаниям, зонам развлечения и отдыха.

Увеличение доходов населения должно быть первостепенной задачей правительства РФ. В первую очередь, население существенно ощущает прирост доходов от прироста такого макроэкономического фактора, как ВВП государства. Для того, чтобы разница стала ощутимой, ВВП России должен увеличиться минимум на 3 %. С другой стороны, высокие ставки по кредитам, рост тарифов на электроэнергию и введение новых статей налогов, хотя и способствуют притоку финансов в бюджет государства и сдерживают рост инфляции, но совершенно не способствует повышению благосостояния граждан и их доходов. Например, повышение НДС с 18 до 20 % является одним из шагов к установлению отрицательной динамики доходов населения.

Социальная помощь населению, дотации и субсидии, напротив, способствуют росту предпринимательской активности, созданию рабочих мест и, соответственно, росту макроэкономических показателей и дохода населения.

Таким образом, можно отметить неблагоприятную тенденцию к снижению общего дохода населения, что в долгосрочном периоде может обусловить негативные социально-политические или экономические проблемы, будь то увеличение уровня безработицы, обнищание населения или волнения граждан.

Список литературы

1. Шушакова А. А. Анализ объема и структуры денежного дохода населения Российской Федерации и использование денежного дохода населения //

IX Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам : сб. науч. тр. (Казань, 20–23 октября 2020 г.). Казань, 2020. С. 634–636.

2. Мирсаидова Ф. А. Доход населения – основной источник повышения уровня жизни населения // Молодежный вестник ИрГТУ. 2019. Т. 9, № 1. С. 106–111.

3. Монастырев М. Д. Налоговая нагрузка населения и ее влияние на реальные располагаемые доходы населения Российской Федерации // Актуальные проблемы теории и практики налогообложения : материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (Волгоград, 12–13 декабря 2019 г.). Волгоград : Волгоградский государственный университет, 2020. С. 181–187.

УДК 338.1

ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ОЖИДАНИЯ

Ольга Анатольевна Лузгина¹, Аминджон Хакимов²

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} olga.luzgina.54@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены ключевые аспекты экономики совместного потребления.

Ключевые слова: совместное потребление, экономика, концепция

В последнее время в экономической теории появилось разнообразие новых экономических моделей. Среди них – экономика совместного потребления (экономика СП).

Совместное потребление основано на идее, что удобнее платить за временный доступ к продукту, чем владеть этим продуктом. Как описывают источники, концепция совместного потребления была создана Рэйчел Ботсман и Ру Роджерс в 2010 году. Она тесно связана с развитием современной одноранговой экономикой, в рамках которой возникают горизонтальные сети производства и обмена продуктов, а участники экономической деятельности взаимодействуют друг с другом напрямую без посредников. Совместное потребление позволяет максимизировать эффективность использования ресурсов и является формой общественной кооперации [1].

Многие организации в мире использовали совместное потребление: библиотеки, секонд-хенд-магазины, другие. В экономике СП получила развитие идея аренды товаров у других людей (не только организаций). В связи с чем появляются площадки для обмена между людьми напрямую (С2С).

© Лузгина О. А., Хакимов А., 2021

Модель совместного потребления дает возможность увеличения коэффициента полезного использования вещей, позволяет добиться существенного экономического эффекта: уменьшается время простоя. Развивается оптимизация использования технических средств, происходит «коллективизация» мобильности. Практика совместного потребления оказывается более эффективной формой экономической организации, чем индивидуальное владение и использование вещей. Модель позволяет продлить жизненный цикл вещей, бывших в употреблении.

Совместное потребление уже получило развитие во многих секторах экономики: транспорт, питание, жильё, аксессуары для дома, деньги (социальный кредит, виртуальная валюта, банки времени), помещения (хранение, паркинг). На площадках обмена в аренду сдают спортсменов, животных, букеты цветов и др.

По данным Российской ассоциации электронных коммуникаций, совокупный объём основных отраслей совместного потребления в России в 2018 году составил 511 миллиардов рублей. Основной вклад составили С2С-продажи (73 %), онлайн-биржи фрилансеров (19 %), сервисы совместных поездок (карпулинг) и каршеринг (5 %), а также краткосрочная аренда жилья (около 2 %) [2, 3].

В начале XXI века в экономической истории мира произошло важное событие: в условиях капитализма появилось то, что раньше называлось моделью коллективного потребления. В основе экономики СП (модель коллективного потребления) заложен принцип совместного пользования товарами и услугами, бартер или аренда вместо единоличного владения и частной собственности. Реализуется посредством интернет-платформ и специальных приложений.

Как отмечают исследователи, шеринговая экономика – это IT-модель коллективного хозяйства в рыночной среде. Шеринг-экономика противостоит философии обогащения и частной собственности. Не нужно покупать материальные ценности (автомобили, квартиры и многое другое), если можно ими пользоваться без больших расходов на содержание и ремонт.

Экономика СП охватила целые страны и отрасли, превратившись в привлекательный бизнес, обладающий быстрым ростом, высокой конкуренцией, социальными «войнами» [4].

Аналитики тенденций мировой экономики к преимуществам, которые дает экономика СП, относят:

- Гибкость, упрощающая жизнь потребителей.
- Независимость. Потребитель не привязан к месту жительства или месту работы (смена жилья, фриланс из любой точки мира, отсутствие дорогостоящих офисов и как следствие – удаленная работа).
- Рациональное потребление. Возможность зарабатывать деньги через сдачу в аренду инструментов, автомобилей, совместное

использование оставшихся продуктов, – все это позволяет рационально использовать предметы.

– Укрепление доверия. Платформы способствуют честности и прозрачности.

– Экономические выгоды.

Минусы:

– Безопасность и пробелы в законодательном регулировании.

– Проблемы роста. Крупные компании будут тормозить процессы развития.

– Нестабильность.

Три тенденции развития в ближайшие годы:

1. Неравномерный рост.

2. Демография как определяющий фактор. СП ориентировано на средний класс, в особенности женщин, поколение миллениалов и пожилых потребителей.

3. Активность регуляторов.

Российский шеринговый рынок про опыт. Мы быстро учимся всему новому и понимаем, как это работает, начиная делиться опытом и вовлекая в это новых пользователей. Сейчас шеринг затронул крупные города, но подтянутся и другие. Россия вступила в сферу экономики СП. В отечественной нише с успехом работают отделения международных платформ (сервисы: краткосрочной аренды Airbnb, поиск попутчиков BlaBlaCar, аренда вещей Rentmania, Uber, каршеринг «Делимобиль» и др.). Россиянам свойственна социальная общинность, близки понятия «совместное пользование» и «делиться». Основная угроза – низкий уровень доверия и осторожность – превратились в стимул для развития.

Наиболее перспективным сегментом национальной СП-экономики является обмен вещами и работа. Продажи и обмен составили в 2019 г. 370 млрд рублей. Онлайн-биржи поиска фрилансеров – 98 млрд руб. Рынок совместных поездок – 13,7 млрд рублей, аренда жилой недвижимости – 9,8 млрд руб., шеринг офисов – 5,7 млрд руб., краудфандинг – 400 млн руб.

Список литературы

1. Botsman R., Rogers R. What's Mine is Yours: the Rise of Collaborative Consumption // HEC. URL: http://appli6.hec.fr/armo/Public/Files/Docs/241_fr.pdf (дата обращения: 15.03.2021).

2. Холопова М. А., Холопов А. А., Решетова У. Р. Экономика совместного потребления в России: опыт и перспективы развития // Финансовая экономика. 2020. № 10. С. 200–202.

3. Глухов В. В., Глухова З. В. Экономика совместного потребления, как новая форма экономических отношений // Отходы и ресурсы. 2019. Т. 6, № 4. С. 10. doi: 10.15862/11ECOR419

УДК 338.1

РИСКИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ АО «РЖД»

*Екатерина Андреевна Маренина¹,
Мария Геннадьевна Кузьмина²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ katya.deniskina@yandex.ru

² lu-mariya@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены ключевые аспекты системы риск-менеджмента предприятий АО «РЖД».

Ключевые слова: риск, запасы, система управления, риск-менеджмент

Система управления запасами, как и любая другая внутренняя система предприятия, не защищена от возникновения рисков. Они могут иметь место по различным причинам, поэтому для оптимизации состояния подразделений необходимо проводить их (рисков) анализ и оценку. С этой целью на предприятиях разрабатывается программа, включающая методики мониторинга рисков.

В системе управления запасами принято выделять следующие виды рисков, классифицированных по различным признакам (рис. 1).



Рис. 1. Классификация рисков в системе управления запасами [1]

1. По виду логистического процесса: риски в процессе хранения запаса (например, порча в результате нарушения режима хранения,

моральное старение, кража); риски в процессе грузопереработки (падение груза, поломка составных элементов товара, трещины и сколы); риски в процессе оформления заказа на пополнение запаса (ошибки в определении сроков и размеров поставки); риски в процессе пополнения запаса (задержка поставки, утеря груза).

2. По сфере возникновения рисков: снабженческие (риски несвоевременной, неполной и некачественной поставки сырья и материалов, некомплектного (неоптимального) обеспечения потребностей производства запасами, нехватки складских помещений и др.); производственные (риск нарушения ритмичности производства, недобросовестного хранения запасов на складе, возникновения дополнительных затрат, возникающих в связи с поиском дополнительных складских помещений, и др.); сбытовые (риски невыполнения условий договора поставки (полнота, качество, своевременность), использования дебиторской задолженности, поиска дополнительных источников финансирования деятельности, возникновения «лишних» или «замороженных» денежных средств, потери ликвидности активов и др.).

3. По возможности предвидения риска: прогнозируемые (например, опоздания поставки можно прогнозировать в заданных пределах на основе статистики поставок); непрогнозируемые (пожары, наводнения, техногенные катастрофы и пр.).

4. По объекту: риски утери или обесценивания запаса, порчи имущества (помещений, оборудования, техники), используемого в системе управления запасами; риски нанесения вреда персоналу (неисправность погрузочно-разгрузочной техники, неисправность запаса и пр.); финансовые риски (увеличение расходов, связанных с запасами).

5. По размеру ущерба: допустимый риск (угроза полной потери прибыли от реализации запасов); критический риск (угроза потерь, превышающих величину ожидаемой прибыли); катастрофический риск (угроза, способная привести к краху, банкротству предприятия, его закрытию, и продаже имущества).

На основе классификации разрабатывается целый ряд операций по управлению рисками, осуществляется подбор методов и инструментов оперирования, которые включаются в общую систему риск-менеджмента предприятия. Система риск-менеджмента предприятий ОАО «РЖД» работает в соответствии с основными направлениями, определенными функциональной стратегией в данной области [2]. Основная цель и задачи системы – выявление потенциальных областей риска, их оценка и предупреждение, а также разработка комплекса мероприятий по предотвращению рискованных ситуаций и определению необходимых для этого ресурсов.

Система риск-менеджмента анализируемого объекта включает в себя четыре взаимосвязанных (традиционных) этапа управления рисками, реализация которых основана на обратной взаимосвязи: идентификация и качественный анализ, оценка и количественный анализ, выбор методов воздействия на риск, мониторинг эффективности воздействия [3].

В целях формализации процесса идентификации рисков на предприятиях АО «РЖД» создана нормативная база и сформирован реестр типовых рисков, где содержится информация о факторах их возникновения, осуществляется ранжирование по вероятности наступления и степени влияния на показатели работы всей организации. Таким образом, реестр рисков позволяет в сжатые сроки получить структурированную информацию о случаях возникновения рисков с целью проведения их количественного анализа и подбору методов воздействия на них. Выбор оптимального направления воздействия на риск (профилактика риска, снижение ущерба от риска, сохранение риска и т.д.) осуществляется на основании сравнительной оценки эффективности каждого варианта. Вариантами воздействия на риск могут быть следующие мероприятия: нормирование запасов (разрабатываются экономически обоснованные нормативы, рассчитываемые отдельно по каждому виду запасов); создание страховых запасов сырья и материалов; обеспечение безопасности хранения для предотвращения рисков, связанных с хищениями; страхование ТМЦ и запасов на своем складе, арендованном и на складе ответственного хранения (повреждения при проведении погрузочно-разгрузочных работ; повреждения при перемещении товарного запаса внутри склада; утрата, недостача, повреждение имущества в результате непреднамеренной и ошибочной его обработки, нарушения режима хранения (температура, влажность и т.п.), ошибочная выдача (отправка) ненадлежащему получателю и т.д.); формирование норм расхода материальных ресурсов и пр. Таким образом, система риск менеджмента позволяет предприятию не только оценить риск и принять меры по воздействию на него, но и предвидеть рискованные ситуации в будущем.

Список литературы

1. Конюкова О. Л., Платти А. М. Страхование как метод управления рисками холдинга ОАО «РЖД» // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 5-1 (63). С. 219–221. doi: 10.24411/2411-0450-2020-10410
2. Корниенко А. А., Глухов А. П. Модели и методы риск-ориентированного проактивного управления информационной безопасностью железнодорожной транспортной системы // Бюллетень Объединенного ученого совета ОАО «РЖД». 2018. № 3. С. 42–54.
3. Веселова Ю. В. Экономическая оценка логистических рисков в ОАО «РЖД» // The Scientific Heritage. 2020. № 48-5 (48). С. 17–21.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

*Нина Валерьевна Некрылова¹,
Юлия Юрьевна Болтышова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} nina-nekrylova@yandex.ru

Аннотация. Рассмотрены основные аспекты повышения эффективности депозитных банковских операций, исследованы методики анализа, этапы формирования и основные показатели оценки эффективности депозитной политики коммерческих банков.

Ключевые слова: коммерческий банк, эффективность, депозитный портфель, методика, процентная ставка

Сегодня коммерческий банковский сектор может предложить клиенту разнообразные продукты и услуги. Существует определенный базовый набор услуг, без которого банк не может эффективно функционировать. Среди них отдается предпочтение привлечению и размещению временно свободных денежных средств от физических и юридических лиц на депозитах с фиксированным сроком или до востребования [4]. Таким образом, успешное развитие банка невозможно без детально проработанной и экономически обоснованной депозитной политики, ведь депозитные операции коммерческих банков имеют большое значение для конкретной кредитной организации и экономики страны в целом.

Анализ депозитной политики банк производит с целью обобщения результатов своей депозитной деятельности и исполнения разработанных планов, определение полноты использования депозитных ресурсов, поиска средств повышения эффективности работы, разработки мероприятий по использованию дополнительно выявленных ресурсов и т.д.

В экономической литературе оценка депозитной политики банка является малоизученным вопросом. Полноценно не проработаны практические методы анализа результатов деятельности банка по формированию и управлению депозитными ресурсами, определению эффективности их использования, а также выработке рекомендаций по дальнейшему совершенствованию депозитной политики с целью развития банка [2].

В российской практике не существует единой методики анализа депозитного портфеля – каждый банк разрабатывает собственную методику. Однако такие методики должны соответствовать существующим рекомендациям ЦБ РФ. Данные рекомендации реализуют стандартизированный подход к расчету процентного риска по банковскому портфелю на основе оценки стоимости капитала и чистых процентных доходов.

В табл. 1 приведены основные подходы к оценке депозитных операций, предлагаемые современными авторами на сегодняшний день [1].

Таблица 1

Подходы к оценке депозитных операций

Авторская методика	Может использоваться внутренними и внешними наблюдателями	Может оценить депозитную политику отдельно от оценки эффективности деятельности банка в целом	Предполагает проведение горизонтального и вертикального анализа	Может сопоставить эффективность деятельности нескольких кредитных организаций
Бархатова В. И.	+	+	+	–
Для оценки эффективности депозитной политики коммерческого банка автор предлагает использовать систему финансовых показателей, включающую, в том числе нормативы ЦБ РФ				
Московца Е. С.	–	+	+	–
Методика является логическим продолжением работы Жилан О. Д., в которой автор сконцентрировался на определении конкретных финансовых показателей, позволяющих оценить эффективность депозитной политики коммерческого банка				
Бувича С. Ю.	+	+	+	–
В методике предлагается использовать показатели, позволяющие оценить стабильность ресурсной базы коммерческого банка, аналогичные показателям, предложенным в работе Жарковской Е. П., приводится формула оценки эффективности использования банковских обязательств				
Жарковской Е. П.	+	+	+	–
В методике используются показатели, позволяющие оценить стабильность ресурсной базы коммерческого банка: неснижаемый остаток на счетах «до востребования», средний срок хранения рубля и т.д.				

Одной из наиболее эффективных методик оценки депозитной политики коммерческого банка является методика О. Д. Жилан [3]. Методика предполагает поэтапную оценку депозитной политики банка (табл. 2).

Таблица 2

Этапы оценки депозитной политики коммерческого банка

№ п/п	Этап	Характеристика
1	Оценка организационных аспектов депозитной политики	Устанавливается наличие в банке документов, необходимых для проведения депозитной политики. В результате формируется вывод о соответствии выполняемых функций подразделениями банка разработанной депозитной политике
2	Анализ депозитного портфеля банка по направлениям	Разрабатываются индикаторы оценки и анализируется депозитный портфель банка с точки зрения диверсификации, стабильности и стоимости по направлениям: 1. Общий анализ ресурсной базы банка. 2. Анализ привлеченных и заемных средств банка.

№ п/п	Этап	Характеристика
		3. Анализ депозитного портфеля банка: – по характеру операций (с клиентами, банками-контрагентами, с ценными бумагами); – по категориям вкладчиком (по субъектам привлечения); – по видам депозитов (срочных депозитов и депозитов до востребования). – по срокам привлечения депозитов. 4. Анализ стабильности и стоимости депозитного портфеля банка и т.д.
3	Оценка достаточности депозитных ресурсов	Оценивается фактический объем привлеченных вкладов и проводится контроль за исполнением плановых показателей по депозитным операциям банка
4	Расчет эффективности использования депозитных ресурсов	Производится расчет ряда определенных банком критериев с помощью традиционных экономико-статистических методов и приемов финансового анализа: группировки, сравнения, коэффициентный метод и т.д.
5	Систематизация и оформление результатов анализа	Подготовка выводов и предложений по совершенствованию депозитной политики банка с учетом результатов оценки ее эффективности, полученных на предыдущих этапах анализа

Эффективность депозитной политики банка оценивается с точки зрения достижения запланированного уровня прибыльности, доходности, надежности и нормативов ликвидности по критериям, представленным в табл. 3.

Таблица 3

Показатели эффективности депозитной политики банка

Направление оценки	Показатель	Методика расчета	Экономическая сущность
Надежность банка	Депозитный риск	$D_p = \frac{D}{CC}$ D – привлеченные депозиты; CC – собственные средства.	Показывает, сколько привлеченных депозитов приходится на рубль собственных средств
Доходность банка	Чистый спред	$С_{пред} = \frac{P_k}{K} \times 100 - \frac{P_d}{D} \times 100$ P_k – проценты по ссудам; K – выданные кредиты; P_d – проценты по депозитам	Показывает разницу между средними процентными ставками по кредитам и депозитам
	Процентная маржа	$ПМ = \frac{P_k - P_d}{A} \times 100$ A – доходные активы.	Показывает разницу между процентными доходами от ссуд и процентными расходами по депозитам
	Коэффициент стоимости привлеченных депозитных ресурсов	$K_c = \frac{3}{D}$ 3 – затраты на привлечение депозитов.	Показывает отношение затрат на привлечение депозитов к среднему размеру привлеченных депозитов

Направление оценки	Показатель	Методика расчета	Экономическая сущность
Эффективность использования депозитных ресурсов банком	Коэффициент использования привлеченных депозитных ресурсов	$K_u = \frac{D}{K} \times 100$	Показывает, сколько привлеченных депозитов приходится на рубль кредитных ресурсов
	Коэффициент эффективности использования привлеченных ресурсов	$K_n = \frac{\Pi_d}{З}$	Показывает, сколько процентных доходов приносит рубль затрат на привлечение депозитов
	Эффективность депозитных операций	$K_n = \frac{\Pi_d}{O}$ O – остаток на депозитных счетах юридических и физических лиц.	Показывает соотношение процентных доходов к остатку на депозитных счетах юридических и физических лиц

Каждый банк вправе самостоятельно выбрать для себя наиболее приемлемые критерии оценки эффективности депозитной политики в зависимости от сферы своей деятельности и размера, операционных затрат и предоставляемых услуг. Депозитная политика банка эффективна, если данные показатели за несколько отчетных периодов соответствуют либо установленным ЦБ РФ нормам, либо значениям, предусмотренным их бизнес-планом, либо значениям аналогичных показателей ведущих банков.

Российские коммерческие банки стремятся проводить активную депозитную политику, однако нестабильная экономическая ситуация в стране все же повлияла на их деятельность. Можно выделить 10 наиболее успешных банков, которые смогли выйти на положительные темпы прироста депозитов в 2020 г. (табл. 4), несмотря на снижение процентных ставок (рис. 1).

Таблица 4

Размер вкладов ТОП-10 коммерческих банков РФ, млн руб.

Банк	Вклады физических лиц		Вклады юридических лиц	
	на 01.01.2020 г.	на 01.01.2021 г.	на 01.01.2020 г.	на 01.01.2021 г.
СберБанк	13 312 648	14 800 892	6276860	7 568 170
ВТБ	4 316 486	4 640 929	4 717 127	6 072 097
Альфа-Банк	1 200 455	1 434 739	1 419 628	1 791 216
Газпромбанк	1 160 322	1 399 193	3 492 481	3 864 737
Россельхозбанк	1 166 347	1 275 138	1 097 669	1 418 989
Банк Открытие	885 949	902 336	612 698	784 189
Райффайзенбанк	469 625	621 887	444 728	484 319
Московский Кредитный Банк	474 959	476 895	998 994	1 386 995
Совкомбанк	434 579	446 154	361 733	496 984
Росбанк	305 960	297 760	409 776	586 542



Рис. 1. Уровень средней максимальной процентной ставки по депозитам топ-10 коммерческих банков РФ, в процентах

Совокупный объем депозитов и средств организаций на счетах за 2020 г. возрос на 15,9 % до 32,6 трлн руб. Снижение процентных ставок по вкладам продолжается с 2019 г. на фоне снижения инфляции и сокращения ключевой ставки ЦБ РФ. В январе 2021 г. ставка по депозитам не превышала 4,49 % [5].

Таким образом, совершенствование политики, направленной на повышение эффективности депозитных операций, является одной из фундаментальных задач любого банка, поскольку она направлена на обеспечение стратегических целей коммерческой кредитной организации по достижению необходимого уровня ее прибыльности и ликвидности.

Список литературы

1. Тяжелков М. В. Депозитные операции коммерческих банков // Символ науки. 2016. № 6-1 (18). С. 287–289.
2. Опекунов А. Н., Васильева О. А., Фатгоев Н. С. Политика коммерческого банка в области управления кредитными рисками // Актуальные проблемы науки : сб. ст. по материалам XVI Междунар. науч.-практ. конф. (Кузнецк, 26 мая 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 85–89.
3. Московец Е. С., Мочалова Л. А. Оценка эффективности депозитной политики коммерческим банком // Ползуновский альманах. 2009. № 3-2. С. 253–255.
4. Алентьева Н. В. Депозитная политика коммерческого банка в современных условиях // Вестник аграрной науки. 2019. № 1 (76). С. 85–90. doi: 10.15217/issn2587-666X.2019.1.85
5. Официальный сайт Центрального Банка РФ. URL: <https://www.cbr.ru/>

ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Нина Валерьевна Некрылова¹,
Оксана Васильевна Минаева²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} nina-nekrylova@yandex.ru

Аннотация. Обоснована необходимость совершенствования правового регулирования отношений, связанных с осуществлением финансирования в рамках реализации государственного оборонного заказа.

Ключевые слова: государственный оборонный заказ, оборонно-промышленный комплекс, национальная безопасность, финансовый контроль

В связи с возрастанием негативных геополитических процессов одним из национальных приоритетов России на долгосрочную перспективу является укрепление обороноспособности страны, что подтверждается наличием развитой системы нормативно-правового регулирования, выражающейся в действии следующих законодательных актов: Стратегия национальной безопасности РФ, Федеральная программа «Развитие оборонно-промышленного комплекса» и ряд других. Указанное направление заключается в своевременном наращивании оборонного потенциала, оснащении Вооруженных Сил РФ, других воинских формирований и органов современным высокотехнологичным вооружением, военной и специальной техникой, обеспечением инновационного развития ОПК РФ [1].

Национальная безопасность зависит от результативности управления публичными финансами, обслуживающими потребности государства, и организации контроля за ними. Так, Президент России В. В. Путин в своем выступлении подчеркнул, что неэффективное и нецелевое использование денежных средств, выделенных из бюджета для исполнения ГОЗ, влечет прямой и глобальный удар по обороноспособности страны, развитию экономики и производства. Использование бюджетных средств на цели, не связанные с исполнением ГОЗ, могут стать причиной необоснованного завышения цены на оборонную

продукцию и препятствуют надлежащему исполнению обязательств, предусмотренных государственным контрактом.

В соответствии с Государственной программой вооружения на 2018–2027 гг., в среднем за год на перевооружение армии и флота из федерального бюджета планируется расходовать почти 2,2 трлн руб. Это в 3 раза больше, чем на образование и в 5 раз больше, чем на здравоохранение [2] (рис. 1).

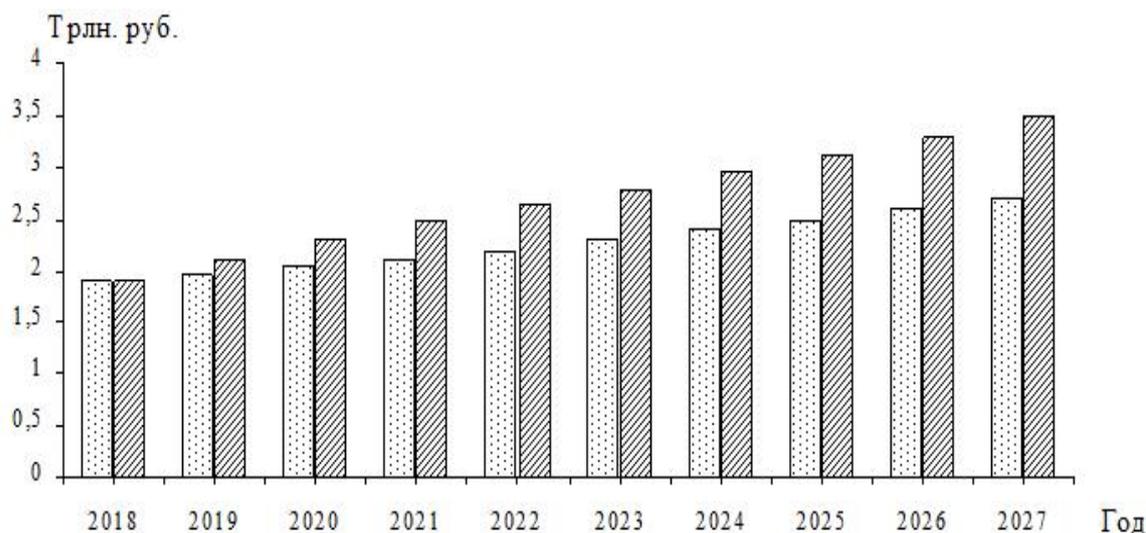


Рис. 1. Динамика финансирования ОПК по сценарию ГПВ-2027 (первый столбец) и альтернативного ГОЗ (второй столбец), трлн руб.

Чтобы данная программа реализовалась в полном объеме и с желаемыми результатами необходимо создать такие условия, которые минимизировали бы угрозы срыва реализации ГОЗ. Для этого государство взяло курс на создание эффективной системы государственного контроля расходования предприятиями выделяемых бюджетных средств в рамках ГОЗ и соответствия качества изготавливаемой продукции требованиям законодательства [3]. Такой государственный финансовый контроль в сфере ГОЗ способствует формированию необходимых условий и предпосылок для установления высокого уровня военной безопасности РФ.

В ФЗ от 29.12.2012 г. № 275-ФЗ «О государственном оборонном заказе» выделены 3 основных направления государственного надзора в сфере ГОЗ [1], которые отражены на рис. 2: регулирование цены на продукцию ГОЗ; контроль за целевым использованием средств, выделяемых в рамках ГОЗ, мониторинг платежей с отдельных банковских счетов; надзор за обоснованностью затрат на выполнение государственных контрактов, отдельный учет результатов финансово-хозяйственной деятельности по контрактам ГОЗ.

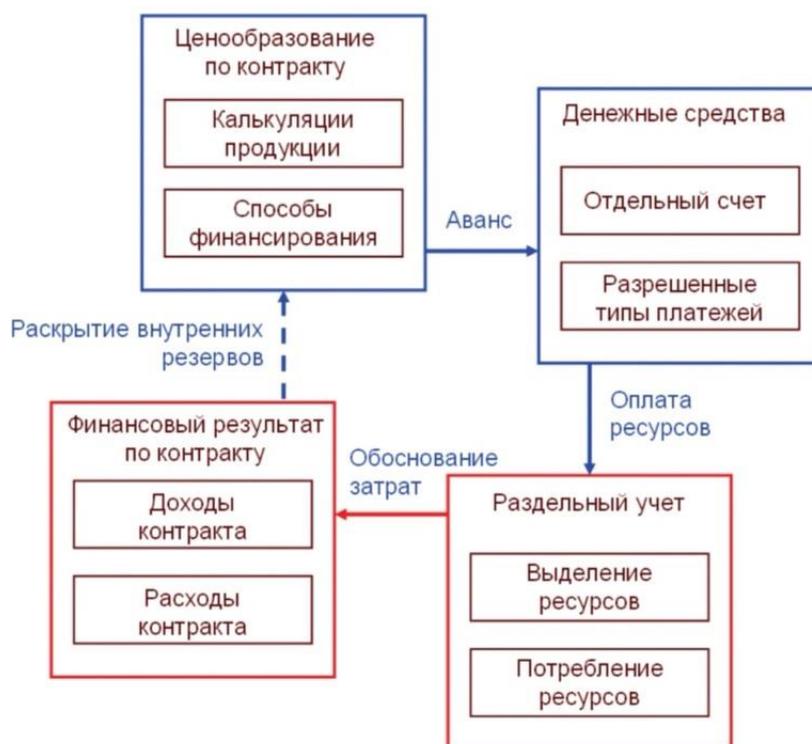


Рис. 2. Взаимосвязь основных направлений государственного финансового контроля в сфере ГОЗ

С 2015 года и по настоящий день в РФ реформируется правовая база, направленная на контроль ценообразования при исполнении ГОЗ. Акцент при этом делается на необходимость изменения ФЗ № 275-ФЗ в части внедрения новых принципов и правил проведения финансового контроля при создании, разработке, производстве и реализации специальной техники военного назначения. Также подчеркивается необходимость разработки механизмов, основанных на принципе системности и комплексности в рамках исполнения функций государственными органами власти в сфере ГОЗ (Счетная палата РФ, ЦБ РФ, Управление федеральным казначейством, Федеральная служба по финансовому мониторингу, ФАС России) [4].

В настоящее время государственное регулирование цен на продукцию по ГОЗ основывается на ряде принципов, представленных на рис. 3.

На заседании Экспертного совета в сфере ГОЗ, проводимого ФАС России в июле 2018 г., еще раз поднимался вопрос о пересмотре правовых механизмов государственного финансового контроля [5]. Субъекты, выполняющие ГОЗ, предлагали упростить законодательство в сфере банковского и казначейского сопровождения контрактов ГОЗ, механизм оплаты исполненных договоров на поставку военной продукции с использованием специальных счетов, отрываемых в уполномоченном опорном банке российского ОПК – ПАО «Промсвязьбанк».

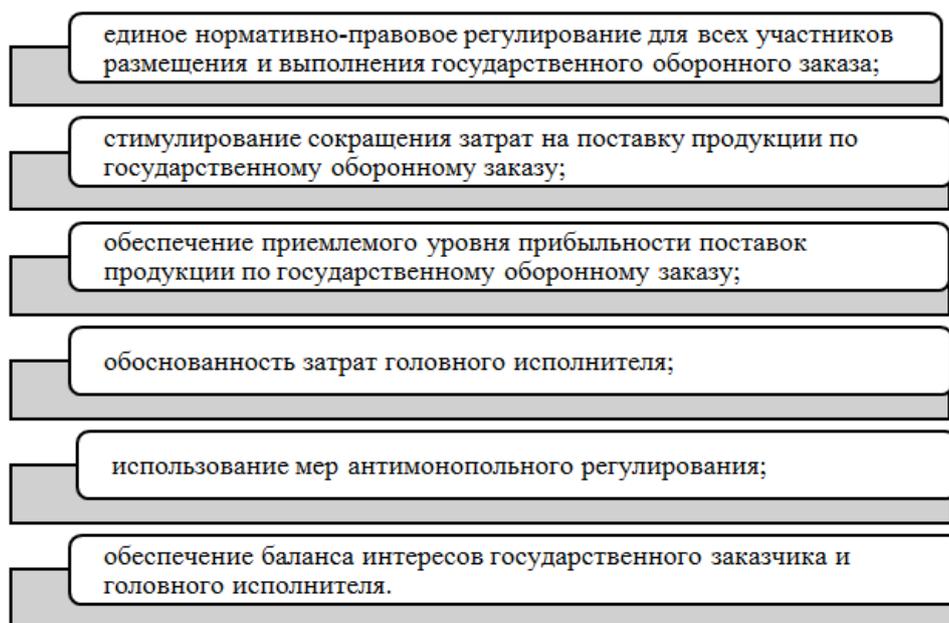


Рис. 3. Принципы государственного регулирования цен на продукцию, поставляемую в рамках ГОЗ

В итоге подчеркнули необходимость: четкого разграничения полномочий органов государственного внешнего и внутреннего финансового контроля; сокращения контролирующих процедур по использованию бюджетных средств в сфере исполнения ГОЗ; установления перечня нарушений бюджетного законодательства и мер административной ответственности.

Тем не менее, до сих пор остаются проблемы в сфере регулирования государственных закупок: нет системной целостности и упорядоченности в нормах действующего законодательства; не отлажены формы и методы взаимодействия органов контроля в сфере ГОЗ; несовершенна процедура применения административной и уголовной ответственности должностным лицам за нарушение законодательства в рамках ГОЗ. Это тормозит развитие отечественного ОПК, подрывают стратегическую безопасность и обороноспособность нашей страны.

Таким образом, необходимо продолжать совершенствовать нормативно-правовое обеспечение контроля исполнения ГОЗ, что повысит боеспособность армии РФ и качество продукции ОПК, снизит затраты, устранил конфликты интересов между заказчиками и исполнителями государственных контрактов.

Список литературы

1. Бабенко А. В., Абрамовских Л. Н. Финансовый контроль – фактор обеспечения финансовой безопасности России // Вестник КрасГАУ. 2013. № 1 (76). С. 22–27.
2. Далекин П. И. Проблемы правового обеспечения выполнения государственного оборонного заказа в Российской Федерации // Юридическая наука

и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. 2018. № 1 (41). С. 143–147. doi: 10.24411/2078-5356-2018-00021

3. Каранина Е. В. Финансовая безопасность (на уровне государства, региона, организации, личности) : монография. Киров : Вятский государственный университет, 2016. 240 с.

4. Писенко К. А. Публичные и частные закупки: основания и проблемы дифференцированного подхода к регулированию // Финансовое право. 2013. № 12. С. 13–17.

5. Опекунов А. Н., Пронина Ю. Г. События и риски хозяйственной деятельности // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 23 мая 2018 г.) / под ред. В. И. Будиной, А. Н. Опекунова. Пенза : Изд-во ПГУ, 2018. С. 129–132.

УДК 338.1

ВЫБОР РАЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ МИЛЛЕРА – МОДИЛЬЯНИ

*Алексей Николаевич Опекунов¹,
Елена Михайловна Килякова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} opekunovan@yandex.ru

Аннотация. Сформирована ретроспективная модель развития теорий капитала, отмечены как положительные стороны, так и недостатки теории Миллера – Модильяни в управлении рыночной стоимостью предприятия, бизнеса.

Ключевые слова: капитал, структура, налоговый щит, средневзвешенная стоимость

В управлении структурой капитала проблема поиска его оптимальной структуры является всегда актуальной. Основной вопрос сводится к следующему: существует ли оптимальная структура капитала и как она влияет на стоимость капитала и самой компании? В теории финансового менеджмента известны два подхода к решению этой задачи – традиционный подход и подход по теории Ф. Модильяни и М. Миллера.

Согласно традиционному подходу, существует некая оптимальная структура капитала, при которой средневзвешенная цена капитала принимает минимальное значение, а цена предприятия максимальное.

Теория Модильяни и М. Миллера была разработана в 1950-х гг. и оказала значительное влияние на развитие финансового менеджмента. Авторы утверждали, что при наличии определенных допущениях

не имеет значения, финансирует ли компания свой рост за счет заемных средств, эмиссии акций или реинвестирования получаемого дохода. Согласно их теории, на идеальном рынке капитала без налогов и транзакционных издержек стоимость фирмы остается постоянной при изменении структуры капитала. Ф. Модильяни и М. Миллер – лауреаты Нобелевской премии по экономике. Модильяни был удостоен этой награды в 1985 году – среди прочего и за работы, связанные с управлением финансами, а Миллер – в 1990 году за работы по структуре капитала и за более поздние труды.

Теория структуры капитала Модильяни и Миллера считается отправной точкой современной теории структуры капитала благодаря своей нерелевантности. На рис. 1 представлено развитие теорий структуры капитала.

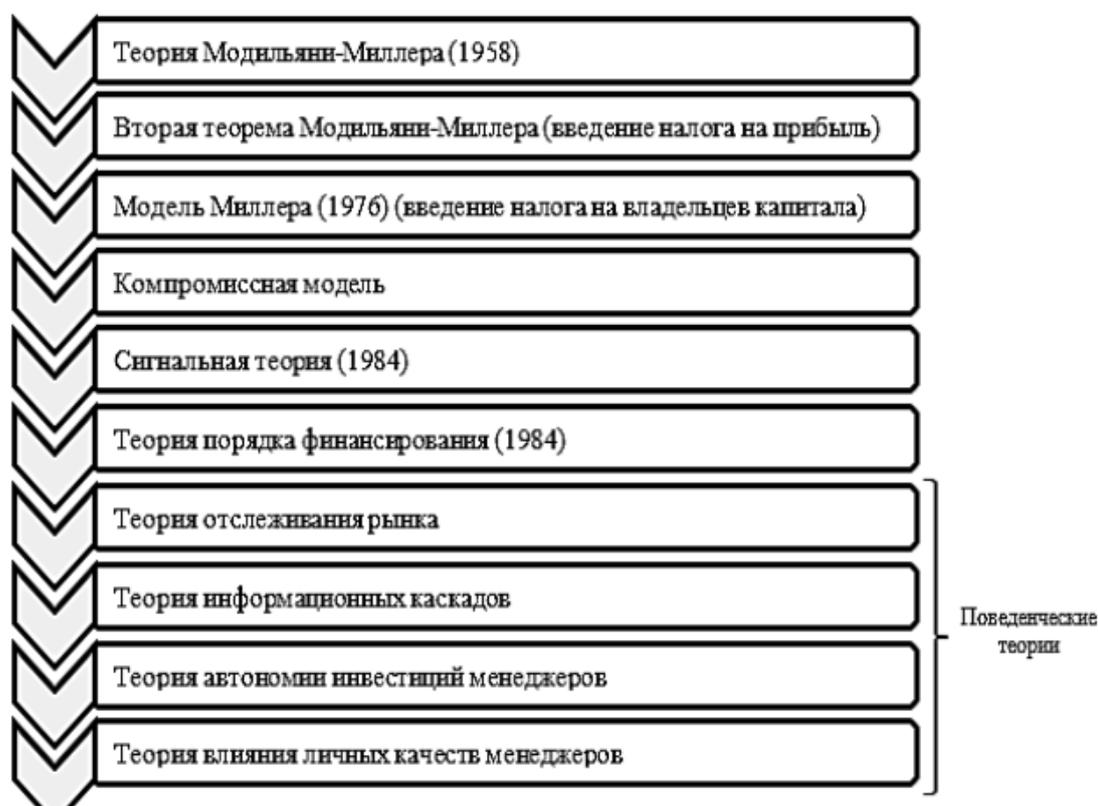


Рис. 1. Развитие теорий структуры капитала [1]

Для своего анализа Модильяни и Миллер использовали данные двух компаний. Одна компания использует заемный капитал и является финансово зависимой, а вторая – финансово независимая фирма, не использующая заемные средства для финансирования своей деятельности.

При разработке своей модели Модильяни и Миллер ввели ряд условий и ограничений, в том числе [2]:

– решения принимаются на гипотетически совершенных рынках, где для всех инвесторов информация является доступной и бесплатной, процентные ставки одинаковы, налогов нет;

– существуют одинаковые уровень производственного риска для всех фирм и величины риска будущих доходов всех инвесторов;

– характер всех потоков денежных средств является постоянным, прироста нет, доходы имеют постоянную величину, и вся прибыль фирм идет на выплату дивидендов;

– процентная ставка по займам считается безрисковой.

С учетом принятых допущений Модильяни и Миллер обосновали следующие положения [2].

1. Стоимость любой фирмы (и первого типа с заемным капиталом, и второго типа – не использующей долговые источники финансирования) не зависит от выбранного ею способа финансирования своей деятельности. Согласно данному положению, стоимость определяется путем капитализации чистой операционной прибыли по ставке, соответствующей определенному уровню риска:

$$K_1 = K_2 = EBIT/WACC,$$

где WACC – средневзвешенная цена капитала фирмы, равная требуемой доходности акционерного капитала; K – рыночная стоимость; EBIT – чистая операционная прибыль до выплаты процентов и налогов.

2. Стоимость акционерного капитала финансово зависимой компании выше стоимости акционерного капитала финансово независимой компании на величину премии за риск. Она определяется как разность между ценами акционерного и заемного капитала, умноженная на соотношение заемного и собственного капитала:

$$p_1 = p_2 + (p_2 - i) \frac{L_1}{E_a},$$

где p_1 – цена акционерного капитала финансово зависимой фирмы; p_2 – цена акционерного капитала финансово независимой фирмы; i – постоянная цена заемного капитала; L_1 – рыночная цена заемного капитала; E_a – рыночная цена акционерного капитала; $(p_2 - i)$ – премия за риск.

Таким образом, увеличение доли заемных источников не влияет на рост стоимости предприятия, так как выгода от более дешевого заемного капитала уравнивается увеличением цены ее акционерного капитала в связи с возрастанием степени риска.

Спустя годы Модильяни и Миллер опубликовали новую теорию, в которой они учли влияние налога на прибыль на стоимость фирмы. Ими был сделан вывод, что можно увеличить операционную прибыль путем использования заемных средств. Это обуславливается тем, что

проценты, уплачиваемые за пользование кредитными средствами, уменьшают налоговую базу.

Разработанная теория позволила ее авторам сделать следующие выводы [3]:

- при учете налога на прибыль, при отсутствии или при равном налогообложении собственников доходным налогом рыночная оценка предприятия, использующего заемный капитал, выше, чем предприятия, которое его не использует;

- в случае наличия налоговых льгот стоимость заемного капитала будет ниже, и чем больше будет его размер в общей сумме привлеченного капитала предприятия, тем меньше будет величина средневзвешенной стоимости капитала;

- налогообложение доходным налогом владельцев капитала приводит к уменьшению доходов, получаемых ими, и к изменению их поведения;

- оптимальная структура капитала формируется в результате компромисса между получением экономии за счет налогов в результате привлечения заемного капитала и ростом затрат, определяемых агентскими расходами и потенциальными финансовыми потерями, связанными с ростом доли заемного капитала в общей сумме источников финансирования;

- чем больше доля заемного капитала в структуре капитала, тем выше цена акций;

- небольшая доля заемного капитала предпочтительна, а большая нежелательна для предприятия;

- для каждого предприятия существует своя оптимальная структура капитала.

Многие авторы считают, что допущения данной теории противоречат реальному положению дел, складывающихся на рынках. Было проведено множество исследований, целью которых являлось опровергнуть теорию ММ, потому что она работает при определенных обстоятельствах, в противном случае она терпит неудачу. Благодаря теории ММ стали появляться компромиссные модели с учетом затрат, связанных с финансовыми затруднениями и с расходами по управлению компаниями.

Таким образом, Ф. Модильяни и М. Миллер в своей теории утверждали, что на совершенных рынках капитала стоимость различных источников финансирования не имеет значимого влияния; следовательно, фирма не может получить дополнительную прибыль, выбирая какой-либо источник финансирования. Однако если брать во внимание налоги, которые являются неотъемлемой частью действительности существования рынков, существует преимущество применения заемного капитала, которое заключается в уменьшении налогооблагаемого дохода.

С увеличением налогов на доходы, компании более выгодно использовать заемный капитал и, наоборот. Несмотря на множество недостатков теории, она внесла определенный вклад в развитие теории капитала, который нельзя недооценивать.

Список литературы

1. Плеханова И. С., Подшивалова М. В. Поведенческие теории структуры капитала предприятия // Инновации в науке и практике : сб. ст. по материалам III Междунар. науч.-практ. конф. : в 4 ч. (Прага, 10 ноября 2017 г.). Прага : Дендра, 2017. Ч. 3. С. 135–140.

2. Лепешкина С. В. Использование концепции транзакционных издержек в управлении структурой капитала // Экономика. Профессия. Бизнес. 2020. № 1. С. 71–75. doi: 10.14258/epb201961

3. Четвериков В. А. Выбор структуры капитала компании в рамках теорий структуры капитала // Интеллектуальный потенциал XXI века инновационной России : материалы VIII Всерос. науч.-практ. конф. обучающихся и студентов, посвященной 100-летию ОГУ (Мценск, 17 мая 2019 г.). Мценск : Орловский государственный университет, 2019. С. 493–497.

УДК 338.1

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Алексей Николаевич Опекунов¹,
Ирина Вячеславовна Маланьина²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ opekunovan@yandex.ru

² malanyina.ir39@mail.ru

Аннотация. Проведен анализ современных проблем повышения эффективности промышленных предприятий. Сформированы причины представленных проблем, сделан вывод относительно возможностей устранения противоречий и дальнейшего развития в данной области.

Ключевые слова: повышение эффективности, промышленные предприятия, объем производства, продукция

Сектор промышленности занимает большую долю в экономике любой страны. Продукция, которую выпускает этот сектор экономики, важна с позиции обеспечения потребностей населения, обеспечения

защиты национального рынка и экономического развития страны за счет увеличивающихся объемов производства и потребления продукции промышленности [1].

Учитывая популяризацию инновационных технологий и активное внедрение их в различные сектора экономики, важно учитывать необходимость формирования благоприятной среды для внедрения их в рамках функционирования промышленных предприятий. Данный подход является одним из приоритетных для отрасли, потому как позволит повысить уровень эффективности деятельности промышленных предприятий.

В настоящем исследовании проведем анализ современных проблем, связанных с повышением эффективности промышленных предприятий.

Одна из основных проблем связана с тем, что сектор промышленности является ведущим в экономике, при этом спрос на инновации среди промышленных предприятий невелик. В России принята концепция социально-экономического развития, а также стратегия по построению инновационной экономики [2].

Под инновационной экономикой необходимо понимать такую национальную экономическую среду, где весомая доля отводится инновациям производства для достижения за счет этого разных целей – повышения производительности труда, оптимизации использования ресурсов, организации выпуска высокотехнологичной продукции и т.д. Лишь до 5–7 % производимой промышленной продукции в России тем иным образом базируется на применении инноваций. Доля этой продукции в структуре производства растет, однако доля предприятий с инновационными технологиями и решениями на производстве низкая. На это есть свои причины, в частности, необходимость больших инвестиций и связанные с эти риски [3].

Кроме того, речь идет об отсутствии единой государственной политики, которая бы стимулировала предприятия не только участвовать во внедрении инноваций, но и в их производстве и испытаниях путем выстраивания тесного сотрудничества с научно-исследовательскими институтами.

Другая проблема вытекает из первой и связана с низкой производительностью труда. К низкой производительности труда ведет сама государственная политика. Если предприятие заинтересовано в том, чтобы удерживать свою долю на рынке и привлекать дешевую рабочую силу, то такое предприятие никогда не начнет стремиться к повышению производительности труда. Большая часть промышленных предприятий, которые работают в современной России, платят рядовым сотрудникам заработную плату на уровне МРОТ или чуть выше. Пока на рынке присутствует дешевая рабочая сила, предприятия будут стараться сохранить действующий принцип организации производства, даже если

он базируется на применении старых технологий и принципов организации производства [4].

Для промышленных предприятий единственным условием для обеспечения развития и повышения производительности труда является увеличение инвестиций в основной капитал и инновационные проекты на производстве. Чтобы повысить производительность труда, требуется разработать и внедрить систему обучения персонала и повышения его квалификации, систему управления инновациями на производстве, рассматривать инновации на производстве как инновационный проект.

В то же время с учетом повышения квалификации персонала требуется увеличить затраты на оплату труда, что в конечном итоге должно привести к росту производительности труда и получению экономического эффекта.

Борьба с низкой производительностью труда необходимо на уровне государственной политики. Для этого требуется не просто государственная поддержка, а ужесточение требований к самим предприятиям.

К примеру, можно запретить деятельность промышленных предприятий с низким уровнем вооружения новыми технологиями и производительностью труда, если своей деятельностью такое предприятие наносит ущерб для экологии, не способствует социально-экономическому росту экономики и т.д. [5].

При рассмотрении вопроса с эффективностью деятельности промышленных предприятий необходимо обратить внимание на еще одну важную проблему: отсутствие системы риск-менеджмента на большинстве системных предприятий. В качестве примера можно привести ситуацию 2008 г. и 2014 г., которая была спровоцирована кризисными явлениями в экономике. В 2008 г. случился мировой финансовый кризис, произошел рост цен, изменились потребительские модели поведения, произошло падение реального производства. На помощь предприятиям пришла кредитная поддержка от банков и средства из бюджета. И все равно часть предприятий была вынуждена закрыться и сократить штат работников.

В 2014 г. ситуация повторилась, потому как из-за введения санкций произошло падение рубля, закрыт доступ к внешним финансовым рынкам. В работе промышленных предприятий снова случился кризис. Большая часть предприятий к нему оказалась не готова. И снова на помощь пришло государство, предложив меры поддержки и льготные кредиты для вовлечения в оборот.

В условиях глобализации рынка и роста конкуренции предприятия становятся более зависимыми от внешних рисков. Система риск-менеджмента должна быть использована на предприятии для идентификации рисков, подбора инструментов и средств для снижения влияния или полного устранения рисков.

Конечная цель системы должна быть сведена к минимизации рисков, связанных с потерей финансовой устойчивости предприятия. Коронавирус, который нанес очередной удар для экономики в 2020 г., позволил лишний раз убедиться в том, что промышленные предприятия не имеют резервных фондов, эффективной системы прогнозирования и управления рисками. И все это ведет к снижению эффективности работы промышленных предприятий. Данное явление опасно для национальной экономики и требует принятия неотложных мер со стороны государства.

Многие из промышленных предприятий не имеют системы стратегического управления. На их базе используется только система оперативного управления.

В качестве примера здесь можно привести около 1500 предприятий, которые являются зависимыми от системы государственных заказов. Они производят промышленную продукцию на основе государственных и муниципальных заказов.

Если заказы со стороны государства прекратятся, то и существование таких предприятий будет поставлено под угрозу. Объяснить данную проблему можно тем, что в советский период времени государственная система управления распространялась практически на все предприятия.

Государство регулировало рынок производства на основе плановой экономики, регулировало цены и условия для сбыта продукции на внутреннем рынке.

С падением СССР плановое производство ушло в прошлое, экономика начала развиваться в соответствии рыночными условиями.

Однако многие из предприятий обеспечивают свое существование только за счет выполнения государственных заказов. Механизма стратегического управления на таких предприятиях не существует, есть только оперативное управление. Следовательно, у таких предприятий нет целей стратегического развития, что тормозит внедрение инноваций, повышение производительности труда и другие направления управленческой политики. До тех пор, пока на предприятиях не будет внедрена система стратегического управления, они будут зависимы от государственной поддержки, будут обладать изношенным фондом основных средств и не будут развиваться в плане инноваций.

В рыночных условиях эффективность работы предприятия зависит от качества работы по созданию резервных фондов и управлению ими.

Как раз резервные фонды могли бы помочь предприятиям справиться с последствиями экономического кризиса. Как ведет себя руководство типового предприятия в случае кризиса? Либо берет кредит для сохранения производства и оптимизирует издержки, либо обращается за помощью к государству напрямую. Меры поддержки могут быть

сведены к предоставлению отсрочки по налогам, к выдаче льготного кредита и т.д. Вне зависимости от формы поддержки используются внешние источники финансирования и льгот.

Получается, что механизмы внутри самого промышленного предприятия не готовы к борьбе с кризисом. Другими словами, у руководства предприятий практически полностью отсутствуют представления об угрозе и зарезервированных средств для борьбы с ней, а это лишает перспектив развития любое предприятие. Все это сводится к тому, что необходимо обеспечить радикально новый подход к организации и ведению деятельности со стороны промышленных предприятий. Реструктуризация в сторону инновационного развития и создание эффективного стратегического планирования с учетом всех возможных угроз – вот основа формирования эффективно действующей промышленной организации, потому как именно на грамотном и рациональном планировании возможно построение результативной деятельности ввиду учета возможных рискованных ситуаций и способов адаптации к ней.

Еще одной немаловажной проблемой является защита национального производителя. В настоящее время защита может быть обеспечена за счет установления заградительных пошлин, изменений в налоговой политике и т.д.

Таковыми мерами государство обеспечивает сохранение предприятий для удовлетворения потребностей внутренних потребителей. И совершенно неважно, что у товаров-аналогов зарубежного производства может быть более доступная цена, более высокое качество исполнения и т.д. Вытеснение товаров внутреннего производства может происходить за счет того, что они являются неконкурентоспособными по сравнению с товарами-аналогами зарубежного производства.

Поэтому политика государственных властей должна быть ориентирована на повышение качества промышленного производства, увеличение доли отечественных товаров на внешнем рынке. К сожалению, эти возможности стали ограничены в связи с введением санкций.

Однако у российских предприятий есть возможность работы с другими странами, которые не ведут в отношении России санкционную «войну». Для выхода со своей продукцией на международные рынки сбыта необходимо пересмотреть свой подход к качеству продукции, ее функциональности и способности конкурировать с аналогами. Тогда за счет этого будет обеспечено динамичное развитие отечественных промышленных предприятий, обеспечена конкурентоспособность их продукции на внешнем рынке.

Список литературы

1. Смолякова Т. А., Лузгина О. А. Проблемы диверсификации деятельности предприятий оборонно-промышленного комплекса в России // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы

VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 176–179.

2. Борисов В. Н., Почукаева О. В., Балагурова Е. А. [и др.]. Прогнозирование инновационного машиностроения. М. : МАКС Пресс, 2015. 180 с.

3. Шальмиева Д. Б., Чешева В. П. Современный подход к оценке инновационного потенциала предприятия // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2015. № 7-4. С. 87–91.

4. Яшин С. Н., Тихонов С. В. Методические подходы к определению структуры инновационного потенциала организации // Финансы и кредит. 2015. № 4 (628). С. 2–12.

5. Опекунов А. Н. Уточнение методики расчета основных показателей эффективности деятельности предприятия // Университетское образование (МКУО-2015) : сб. ст. XIX Междунар. науч.-метод. конф., посвящ. 70-летию Победы в Великой Отечественной войне : в 2 т. (Пенза, 9–10 апреля 2015 г.) / под ред. А. Д. Гулякова, Р. М. Печерской. Пенза : Изд-во ПГУ, 2015. Т. 1. С. 279–280.

УДК 338.2

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ. ВНЕБЮДЖЕТНЫЙ АСПЕКТ

*Алёна Вячеславовна Поздина¹,
Жанна Малыевна Байрамова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ 97-alena@mail.ru

² zhanna-femi@mail.ru

Аннотация. Исследуются особенности и факторы, оказывающие положительное влияние на экономическую и социальную эффективность функционирования современных образовательных учреждений.

Ключевые слова: образование, финансирование образования, образовательные учреждения, внебюджетная деятельность, платные услуги

Развитие и повышение эффективности деятельности образовательной среды выступает одним из наиболее важных аспектов развития современного общества: от качества образования непосредственным образом зависит экономический и научный потенциал государства; перспективы экономического развития. Органы государственной власти, представители общественности уделяют особое внимание критериям

© Поздина А. В., Байрамова Ж. М., 2021

качества образования и созданию условий для повышения эффективности образовательной среды. Необходимым условием здесь выступает достаточное финансирование. И если в прошлом основным источником финансирования потребностей образовательного учреждения выступал тот или иной уровень бюджетной системы, то в настоящее время финансирование не ограничивается только бюджетными источниками [1].

В организационном плане бюджетное финансирование основывается на нормативно-подушевом финансировании образовательных учреждений. В основе этого подхода лежит направление в образовательные учреждения такого количества денежных средств, которое соответствует численности контингента учащихся (студентов). Вместе с тем, данный подход сочетается с принципом относительной свободы распоряжения внебюджетных финансовых ресурсов, источником которых выступает дополнительная деятельность образовательных учреждений, которые оказывают услуги по подготовке к различного рода экзаменам, вводят платные факультативы и т.д. В результате формируется система внебюджетного финансирования образовательных организаций.

За счет внебюджетной деятельности образовательными учреждениями обеспечивается от 1 до 15 % поступлений в отношении к общей величине финансирования. Величина внебюджетных средств зависит от качества образовательной деятельности, рейтинга образовательного учреждения, комплекса оказываемых дополнительных образовательных услуг. Представим основные источники внебюджетного финансирования, к числу которых относятся:

- доходы, которые образовательная организация получает от оказания дополнительных образовательных услуг;
- доходы, являющиеся результатом родительской платы за дополнительный присмотр за детьми в дошкольных образовательных учреждениях и школьных группах продленного дня;
- доходы от научной и производственной деятельности;
- доходы, поступающие в результате сдачи в аренду помещений образовательной организации и части их территорий [1].

В зависимости от особенностей функционирования образовательного учреждения и его потенциала каждый из перечисленных источников может приносить больший или меньший дополнительный доход, позволяя организации совершенствовать состояние своей материально-технической базы, увеличивать контингент обучающихся, расширять штат, в целом положительно влияя на развитие образовательного учреждения.

Соответствующее право образовательного учреждения оказывать дополнительные виды услуг и заниматься различными видами деятельности, подтверждается содержанием статьи 47 федерального закона № 273-ФЗ от 29.12.2012 «Об образовании в Российской Федерации», согласно которой учреждение образования имеет право заниматься предпринимательской и иными, приносящими доход, видами деятельности:

например, предоставлением платных образовательных услуг, осуществлением посреднической деятельности, ведением производственной деятельности, приобретением различных видов ценных бумаг, сдачей в аренду имущества, помещений, части территории. Для этого необходимо соблюдение ряда требований, обозначенных в законодательстве. В частности, в уставе образовательной организации должны быть перечислены основные виды внебюджетной деятельности. Для сотрудников, которые принимают участие в осуществлении внебюджетных видов деятельности и оказании соответствующих видов услуг, должен быть разработан порядок их оплаты. Наконец, как любой вид дохода, получаемый хозяйствующими субъектами в Российской Федерации, финансовые поступления от внебюджетной деятельности облагаются налогом [2]. Считаем, что государство должно освободить образовательные учреждения от выплаты налогов за реализацию дополнительных образовательных программ. В то же время необходимо контролировать верхнюю планку стоимости таких услуг, тем самым способствуя вовлечению учеников в дополнительные, интересующие их, образовательные направления.

Иными источниками внебюджетного финансирования выступают спонсорские средства и поступления:

- добровольные поступления;
- гранты;
- благотворительные добровольные пожертвования от юридических лиц (могут поступать как в виде денежных средств, так и в виде материальных ценностей).

Полученные в порядке внебюджетного финансирования денежные средства, образовательное учреждение может использовать по целому ряду направлений, в том числе: для расширения материальной базы, выплаты заработной платы сотрудникам, оплаты коммунальных, транспортных услуг, услуг связи, выплаты стипендий и грантов, премий, финансирования капитального ремонта, строительства и т.д. [3].

Порядок и особенности ведения внебюджетной деятельности определяются на основании потребностей потенциальных пользователей услуг. Наибольшее развитие внебюджетной деятельности отмечается в системе профессионального образования. Чаще всего в качестве источника финансирования выступают денежные средства от дополнительных образовательных услуг. В свою очередь, среди них наиболее распространенными являются:

- курсы подготовки (ОГЭ, ЕГЭ и т.д.);
- организация углубленного изучения учебных дисциплин для наиболее заинтересованных студентов;
- оказание репетиторских услуг;
- услуги по дополнительному изучению иностранных языков;
- курсы переподготовки кадров, повышения квалификации;

– функционирование студий, кружков, секций по различным направлениям;

– оказание оздоровительных и спортивных услуг (для студентов, работников, жителей близлежащих микрорайонов) [3].

В контексте развития современных образовательных учреждений внебюджетная деятельность становится все более актуальной. Кроме финансовой самостоятельности и повышения эффективности образовательного процесса, такие виды деятельности способствуют более полному отражению потребностей, обучающихся в дополнительных занятиях, кружках, секциях. В то же время возможность осуществлять внебюджетную деятельность приводит к развитию конкурентного рынка образовательных услуг, способствует усилению мотивации кадров и их заинтересованности в конечном результате. Внебюджетная деятельность позволяет нивелировать усреднённый подход, используемый при составлении образовательных программ, и даёт возможность реализовать потенциал обучающихся.

Список литературы

1. Баркалова А. С. Внебюджетные источники финансирования образовательных организаций // Молодой ученый. 2018. № 22 (208). С. 387–389.

2. Кошевой О. С., Воробьев В. П., Некрылова Н. В., Опекунов А. Н. Мотивы выбора профиля обучения студентами-экономистами (региональный аспект) // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2019. № 3 (51). С. 151–160. doi: 10.21685/2072-3016-2019-3-15

3. Сысоева Ю. Ю. Эффективность образовательной услуги организаций высшего образования // Вестник НГИЭИ. 2015. № 5 (48). С. 92–95.

УДК 338.1

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГИ И ТЕНДЕРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАКАЗОВ НА НАУКОЕМКУЮ ПРОДУКЦИЮ

*Ангелина Андреевна Потемина¹,
Елена Викторовна Куницкая²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ angelinaan998@mail.ru

² kunitskayaelena@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены понятия тендера и электронных торгов. Выявлена взаимосвязь тендера и наукоемкой продукции, а также преимущества использования тендера в получении заказов на наукоемкую продукцию.

Ключевые слова: тендер, электронные торги, наукоемкая продукция, электронная торговая площадка

© Потемина А. А., Куницкая Е. В., 2021

Тендерные торги используются компаниями на протяжении нескольких лет, и с каждым годом только набирают свою популярность как на зарубежных, так и на российских рынках. Их перспективность и востребованность заключается в возможности увеличения клиентской базы, базы поставщиков товаров и услуг, выявлении оптимального соотношения цены-качества на товары и услуги, в возможности работать с крупными предприятиями, в упрощении поиска заказов на свои товары и услуги.

Тендер (в переводе с английского «торги, конкурс») означает участие в торгах на конкурсной основе с целью получения права на реализацию выставленного заказа.

Торги бывают на закупку или на продажу, что зависит от стороны-организатора процесса. Так, если предприятие желает продать товар или услугу, мы говорим о тендере на продажу. В данной статье речь пойдет о тендере на закупку, то есть в качестве организатора будет выступать предприятие, намеревающееся приобрести определенный товар или услугу [1].

Местом проведения тендера выступает интернет-площадка, или электронный аукцион. То есть заявка на участие и вся необходимая документация до определенного срока отправляется в электронном формате, а в определенную дату участники узнают результат конкурса.

Так тендеры размещают на электронных торговых площадках (ЭТП), таких как:

1. Тендерплан;
2. Рустендер;
3. Контур.Закупки;
4. система Vicotender;
5. Сбербанк-АСТ (ЭТП, созданная Сбербанком РФ);
6. Единая электронная торговая площадка (ЕЭТП);
7. РТС-Тендер (ЭТП, созданная «Совкомбанком»);
8. Российский аукционный дом (РАД).

В качестве заказчика выступают государство (государственный заказ) и частные лица (коммерческий заказ). Причем государство, для реализации государственных проектов, обязано искать поставщиков товаров и услуг именно через тендерные торги.

По возможности участия в тендере их классифицируют на открытые и закрытые. В открытом тендере заказчик публично на электронной платформе размещает заказ, он виден всем, и любая компания может подать заявку на участие.

При закрытом тендере заказ виден только определенным компаниям, допуск которым даст заказчик. Закрытый тип торгов по-другому называют «тендер по приглашению». Так, компаниям дают допуск до участия по определенным критериям, например, статус компании на рынке, имидж компании, масштабы деятельности компании и т.д.

В качестве особенности закрытых торгов является то, что список участников не разглашается и известен только заказчику. Это обеспечивает отсутствие сговора между участниками. Плюс участники не видят условия, предлагаемые друг другом. Обычно в закрытых тендерных торгах участвуют от 4 до 6 компаний.

Обобщенно процесс проведения тендера сводится к 3 последовательным этапам:

Первый этап. Заказчик (государство или частное лицо) выставляет заявку на товар или услугу с описанием определенных параметров и условий выполнения заказа и заключения сделки.

Второй этап. Компании, находящиеся в поиске заказа, анализируют заявки на предмет выполнимости, выбирают подходящий под специфику деятельности компании заказ. Затем подготавливают необходимый для участия пакет документов, заполняют заявку и отправляют на конкурс.

Третий этап. Компания-заказчик, рассмотрев все поступившие предложения, выбирает одну компанию, предложение которой соответствует выставленным требованиям и условию «минимальная цена [2].

Схематично процесс тендерных торгов представлен на рис. 1.



Рис. 1. Процесс тендерных торгов

Широкое применение тендерных торгов обусловлено следующими преимуществами:

1) возможность расширять круг поставщиков с целью выбора наиболее конкурентоспособного товара или услуги с оптимальным соотношением цена-качество;

2) предоставление и выбор наиболее благоприятных условий контракта: цена, финансирование, гарантии;

3) единые правила для всех участников, что означает непредвзятый выбор поставщика/продавца;

4) планирование долгосрочного сбыта для компании.

Тендерные электронные площадки выступают в роли посредников между покупателями и продавцами наукоемкой продукции, аккумулируя все необходимую информационную базу в одном месте. Это упрощает поиски для обеих сторон сделки.

Под наукоемкой продукцией понимается товар, в себестоимость которого затраты на НИОКР превышают 4,5 %. То есть это улучшенный продукт, который обладает неповторимыми по сравнению с аналоговыми моделями свойствами.

Можно сказать, что продается не продукция, а ее свойства.

Рынок наукоемкой продукции узкий и мало эластичен, на нем представлены несколько крупных компаний-заказчиков. Наукоемкая продукция, как правило, является промежуточным звеном, поэтому спрос определяется достаточно сложно, по конечному продукту [3].

Почему именно электронные торги и тендеры являются наиболее удобным инструментом реализации наукоемкой продукции? Ответ на этот вопрос дают следующие факторы, характеризующие получение заказа на наукоемкую продукцию через тендер:

1) ответ на спрос – наукоемкая продукция разрабатывается и производится непосредственно под требования покупателя, таким образом продукт изначально обладает всеми свойствами, которые от него ждет покупатель;

2) гарантированное наличие покупателя – на реализацию составляется и подписывается договор, соответственно продукт не будет неликвидным изделием на складах производителя;

3) возможность работать с госзаказами;

4) снятие географических барьеров – возможность реализовывать свою продукцию по всей территории страны и за рубежом;

5) увеличение клиентской базы;

6) гибкое ценообразование – продавец сам закладывает в цену уровень прибыли, который ожидает получить.

Применение фиксированной цены на заказ не используется, так как разработка и реализация проекта может не уложиться в ценовую границу.

Однако применение гибких цен тоже несет в себе ряд минусов: высока вероятность ошибки в ценообразовании и получение убытка, но и при наличии прибыли не гарантируется достижения планового уровня дохода.

Тендеры проводятся и государственными учреждениями, и частными компаниями. Практически во всех сферах сейчас применяются

тендерные торги. Наиболее популярными являются медицина, тепло-энергетика, сфера гражданской обороны, отрасль нефте- и газодобывающей промышленности.

Список литературы

1. Беляева О. А. Торги. Основы теории и проблемы практики. М. : ИНФРА-М, 2016. 250 с.
2. Валигурский Д. И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учеб. для бакалавров. 2-е изд. М. : Дашков и К, 2019. 300 с.
3. Солуянов А. А. Мировой рынок наукоемкой продукции // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2018. № 4. С. 18–21.

УДК 332.025

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Андрей Анатольевич Рыбалкин

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

Ryba252535@yandex.ru

Аннотация. Описаны механизмы и инструменты государственной поддержки малого инновационного бизнеса на региональном уровне. Отражена роль институтов поддержки бизнеса, таких как центр «Мой бизнес», «Центр кластерного развития», региональное представительство Фонда содействия инновациям, а также региональных органов власти.

Ключевые слова: инновации, малый инновационный бизнес, государственная поддержка, институты развития бизнеса, гранты

Роль малого бизнеса в национальной экономике любого государства трудно переоценить в связи с тем, что в условиях усиливающейся конкуренции на большинстве рынков именно малые предприятия в силу своей гибкости и мобильности способны оперативно и наиболее эффективно реагировать на изменения и вызовы внешней среды. В настоящее время в России наблюдается тенденция усиления инновационной направленности малого бизнеса, чему способствует, во-первых, осознание предпринимателями факта того, технологически отсталая организация не может выжить в динамичной, высококонкурентной деловой среде, во-вторых, расширяющаяся государственная поддержка внедрения

инновационных решений во всех сферах жизни как на федеральном, так и на региональном уровнях [1].

На федеральном уровне основным органом, осуществляющим процессы регулирования и государственной поддержки малого инновационного бизнеса, является Министерство экономического развития РФ, одним из приоритетных направлений работы которого является реализация активной научно-технической и инновационной политики и, как результат ее – увеличение количества организаций, осуществляющих технологические инновации, до 50 процентов от их общего числа [2]. В своей деятельности по данному направлению Минэкономразвития стремится:

- ликвидировать регулятивные барьеры к внедрению инновационных решений, а также развитие стимулов к их ускоренному использованию в национальной экономике;

- развитие рынка интеллектуальной собственности в стране одновременно с совершенствованием механизмов ее защиты;

- развитие рычагов трансфера технологий;

- активизация инвестиционной деятельности инновационного бизнеса;

- стимулирование импортозамещения в инновационной сфере и наращивание высокотехнологического экспорта.

На региональном уровне поддержку малого инновационного бизнеса в Пензенской области осуществляет подразделение Министерства промышленности и инновационной политики Пензенской области – Управление инновационной политики, осуществляющее комплексную и поэтапную работу по формированию региональной системы поддержки инновационной деятельности, включающей такие основные компоненты, как разработка нормативно-правовой базы, создание инновационной инфраструктуры, формирование действенных механизмов финансовой поддержки проектов, реализация взвешенного подхода при подготовке и переподготовке кадров, информационного сопровождения и ряда других направлений [3].

Основными инструментами государственной поддержки на региональном уровне являются организационные мероприятия, реализуемые через развитую инновационную инфраструктуру, представленную бизнес-инкубаторами (11 бизнес-инкубаторов, технопарк «Яблочков», IT-парк), Технопарком высоких технологий «Рамеев», Центром коммерциализации технологий, Центром прототипирования, Центром кластерного развития, на базе которого создано региональное представительство федерального учреждения Фонда содействия инновациям, центрами молодежного инновационного творчества.

Особый подход к стимулированию инновационной активности малого бизнеса выработан в рамках реализации кластерной политики

региона [4]. ООО «Центр кластерного развития» оказывает содействие формированию и развитию территориальных экономических кластеров Пензенской области и межкластерного взаимодействия на основе создания соответствующих организационно-информационных условий, активизации социального взаимодействия и кооперационных связей для обеспечения инновационного развития региона. Благодаря активной консультационной поддержке, деятельности по обучению, переобучению, повышению квалификации инноваторов, выставочным мероприятиям предприятия трёх пензенских кластеров «Безопасность», «Биомед» и IT-кластера добились существенных успехов по разработке и выведению на рынок (в том числе международный) своих инновационных продуктов.

Огромную роль играют финансовые инструменты поддержки инновационных инициатив. Фонд содействия инновациям в 2020 году поддержал проекты одиннадцати малых инновационных предприятий Пензенской области на сумму 213,7 млн рублей, предоставив им гранты на оснащение, модернизацию производства, приобретение материалов, комплектующих в рамках организации и расширения производства инновационной продукции. Три стартапа получили финансовую поддержку на проведение научно-исследовательских работ.

Таким образом, можно констатировать, что в регионе создана развитая инфраструктура организационной поддержки малого инновационного бизнеса. Финансовые рычаги присутствуют в основном со стороны федеральной власти. В то же время результаты инновационной деятельности малых предприятий в регионе свидетельствуют о высоком уровне государственной поддержки этого направления.

Список литературы

1. Прохода И. А., Свиридов Д. В. Государственная поддержка малого инновационного бизнеса на региональном уровне (на материалах Брянской области) // Региональная экономика и управление. 2019. № 4 (60). С. 8.

2. Приоритетные направления: технологическое развитие // Официальный сайт Минэкономразвития РФ. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/tehnologicheskoe_razvitie/

3. Развитие инновационной деятельности в Пензенской области // Официальный сайт Управления инновационной политики Министерства промышленности и инновационной политики Пензенской области. URL: <http://inno-terra.ru/node/16659>

4. Пронина Ю. Ю., Дубина Г. И. Кластерные инициативы в системе государственного регулирования сельского хозяйства региона // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики и финансов : сб. науч. тр. VI Междунар. науч.-практ. конф. (Курск, 14–15 мая 2020 г.). Курск : Юго-Западный государственный университет, 2020. С. 255–257.

УЧЕТ ФАКТОРА РИСКА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРИМЕРЕ АО «ПЕНЗЕНСКИЙ ТЕПЛИЧНЫЙ КОМБИНАТ»

*Владимир Александрович Рыженков¹,
Валентина Ивановна Будина²*

^{1, 2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ vovkuka@yandex.ru

² budina752@mail.ru

Аннотация. Рассматривается учет фактора риска при управлении дебиторской задолженностью, причины возникновения дебиторской задолженности. Исследуется классификация рисков, учет фактора риска на предприятии. Даны предложения для системы управления дебиторской задолженностью.

Ключевые слова: дебиторская задолженность, классификация рисков, управление дебиторской задолженностью, тепличный комбинат

В соответствии с положениями по бухгалтерскому учету дебиторская задолженность представляет собой сумму задолженности дебиторов предприятию на определенную дату. Дебиторами являются юридические и физические лица, которые в результате произошедших событий должны предприятию установленные суммы денежных средств, их эквивалентов либо иных активов.

Дебиторская задолженность является одним из самых динамичных элементов оборотных средств предприятия, который в значительной степени зависит от того, какую кредитную политику в отношении покупателей оно приняло. Дебиторская задолженность невыгодна организации, так как отвлекает денежные средства из активного оборота и приводит к косвенным потерям. Дебитор же фактически финансирует свою текущую деятельность за счет чужих средств. Поэтому на практике просроченная дебиторская задолженность становится причиной финансовых затруднений или даже банкротства компаний.

Дебиторская задолженность у предприятия возникает в результате совершения финансово-хозяйственных операций, связанных с движением товарно-материальных ценностей, денежных средств, или вследствие принятия на себя определенных обязательств, а также

по суммам задолженности по взносам учредителей или суммам, подлежащим получению в рамках финансирования различных мероприятий.

Наибольшая доля в общей сумме дебиторской задолженности обычно принадлежит расчетам за проданные товары, выполненные работы или услуги.

В зависимости от срока погашения существуют следующие виды дебиторской задолженности.

1. Текущая дебиторская задолженность – задолженность, которая возникает в процессе нормального операционного цикла и будет погашена в течение 12 месяцев с даты баланса.

2. Долгосрочная дебиторская задолженность – задолженность, которая возникает в процессе операционного цикла, погашается после 12 месяцев с даты баланса.

3. Безнадежная дебиторская задолженность, т.е. те долги, по которым либо истек срок их погашения, либо есть неуверенность в возможности их возврата должником.

Причины возникновения проблемной дебиторской задолженности, или сомнительных долгов, могут быть различными. К объективным причинам можно отнести ухудшение финансового положения заказчика или другого должника. Но существуют и субъективные причины, связанные с компанией-кредитором: стремление руководства любыми способами сохранить покупателя (заказчика), отсутствие должного контроля со стороны менеджеров компании благонадежности и платежеспособности контрагента, мошенничество руководителей и сотрудников.

Практика показывает, что трудности и проблемы, с которыми сталкиваются современные компании, кредитующие своих клиентов, вне зависимости от сферы деятельности, достаточно однотипны.

Политика управления дебиторской задолженностью представляет собой часть общей политики управления оборотными активами и маркетинговой политики предприятия, направленной на расширение объема реализации продукции и заключающейся в оптимизации общего размера этой задолженности и обеспечении своевременной ее инкассации [1].

Задачами управления дебиторской задолженностью являются:

1. Ограничение приемлемого уровня дебиторской задолженности.
2. Выбор условий продаж, обеспечивающих гарантированное поступление денежных средств.

3. Определение скидок или надбавок для различных групп покупателей с точки зрения соблюдения ими платежной дисциплины.

В качестве примера рассмотрим управление дебиторской задолженностью на АО «Пензенский тепличный комбинат».

АО «Пензенский тепличный комбинат» – это предприятие, представляющее собой комплекс теплиц на территории города Пенза общей

производительной площадью более 16 га. АО «ПТК» располагается по адресу город Пенза, улица Тепличная, 1. Общая численность предприятия на 2019 год составляет 283 человека. Предметом деятельности акционерного общества является овощеводство, оптовая и розничная торговля овощами, цветами и т.д., растениеводство.

Таблица 1

Ретроспективный анализ выручки, себестоимости продажи, чистой прибыли АО «Пензенский тепличный комбинат», тыс. руб.

Наименование показателя	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Выручка	332 200	444 504	514 084	409 760	421 747	375 623	397 562
Себестоимость	589 915	437 393	469 823	433 906	421 187	436 828	414 396
Чистая прибыль (убыток)	-369 495	4799	1484	61 699	-41 637	-73 328	-86 266

При проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия была выявлена основная проблема АО «ПТК». По данным, представленным в табл. 1, прослеживается устойчивая тенденция ухудшения финансового состояния предприятия. Предприятие не генерирует чистую прибыль, начиная с 2017 года. Величина убытка компании растет с каждым годом и в 2019 году составляет 86 266 тыс. руб. Убыток АО «ПТК» по сравнению с 2018 годом увеличился на 16,28 % или 11 938 тыс. руб. Выручка предприятия не покрывает себестоимость производимой продукции. Если убыток предприятия будет увеличиваться в прогнозном периоде, то велика вероятность банкротства АО «Пензенский тепличный комбинат».

Для улучшения финансового состояния предприятия необходимо решать проблему комплексно. Весомой статьей в балансе комбината является дебиторская задолженность. Это проблемная зона предприятия. Именно поэтому для улучшения финансового состояния предприятия необходимо провести мероприятия, направленные на сокращение дебиторской задолженности и проанализировать риски, которые могут возникнуть в процессе управления дебиторской задолженностью АО «ПТК».

Любой хозяйствующий субъект в своей деятельности сталкивается с риском. Риск лежит в основе принятия всех управленческих решений.

Риск – это возможность возникновения неблагоприятной ситуации или неудачного исхода производственно-хозяйственной или какой-либо другой деятельности.

Классификация рисков – это подразделение рисков на категории с применением определенных критериев. Выбор критериев зависит от целей и особенностей процедуры анализа и управления риском. Число возможных критериев классификации риска может быть очень

большим, поэтому сами критерии классификации необходимо группировать.



Рис. 1. Классификация рисков по функциональным признакам [2]

Основная цель классификации – выделение конкретных рисков, а каждый из конкретных рисков, измеряемый частотой возникновения и размером неблагоприятных последствий (ущерба), описывается его стандартными характеристиками.

Далее проведем анализ факторов риска, которые могут возникнуть при управлении дебиторской задолженностью на примере АО «Пензенский тепличный комбинат» (табл. 2).

Таблица 2

Учет фактора риска при управлении дебиторской задолженностью на примере АО «Пензенский тепличный комбинат»

Наименование риска	Расшифровка риска
1. Риск неисполнения контрагентами обязательств по договору	Для каждого контрагента устанавливаются сроки исполнения обязательства, график оплаты, штрафные санкции за просрочку. На АО «ПТК» возможен риск сотрудничества с недобросовестными контрагентами, которые не исполняют установленный по договору перечень обязательств
2. Риск увеличения общей суммы дебиторской задолженности на АО «ПТК»	Если механизм управления дебиторской задолженностью на АО «Пензенский тепличный комбинат» не будет усовершенствован, то возникает риск увеличения общей суммы дебиторской задолженности предприятия

Наименование риска	Расшифровка риска
3. Риск возникновения проблем при взыскании просроченной дебиторской задолженности у контрагентов	При неисполнении обязательств контрагентами по договору в течение длительного промежутка времени возникает просроченная дебиторская задолженность. У АО «ПТК» могут возникнуть проблемы при претензионной работе с должниками, которые, в худшем случае, будут урегулироваться через суд
4. Риск увеличения затрат при взыскании просроченной дебиторской задолженности	При возникновении просроченной дебиторской задолженности стоит здраво оценивать затраты на ее взыскание. На АО «ПТК» возможен риск увеличения затрат на взыскание просроченной дебиторской задолженности, так как ее величина в структуре баланса существенна. В рамках взыскания дебиторской задолженности будут осуществляться затраты на оплату услуг почты или службы доставки, получение выписок о контрагенте, составление и подачу искового заявления, затраты на представительство в суде, сопутствующие судебные расходы (экспертиза, приглашение к участию специалистов, третьей стороны и т.д.)

Для совершенствования системы управления дебиторской задолженности на АО «ПТК» и минимизации последствий возможных рисков можно предложить следующие мероприятия: системы управления дебиторской задолженностью [3]:

1. Проверка контрагентов и исключение из числа партнеров с высокой степенью риска. Для этого используются сервисы проверки контрагентов, позволяющие сделать выводы о деятельности и финансовом состоянии потенциального партнера.

2. Анализ текущего состояния дебиторской задолженности. Состав и структура дебиторской задолженности должна постоянно анализироваться с точки зрения сроков погашения, расчета показателей, характеризующих дебиторскую задолженность предприятия.

3. Специальные условия договора. Для каждой сделки и контрагента устанавливаются индивидуальные и реальные сроки исполнения обязательства, график оплаты, штрафные санкции за просрочку, ненадлежащее и полное неисполнение договора.

4. Контроль над исполнением обязательств. Заключение договора возлагает обязанности на все его стороны. Задача менеджера по управлению дебиторской задолженностью заключается в отслеживании графика их исполнения, своевременном информировании о приближающейся дате, наступлении критичного срока, просрочке, применении санкций и т.д.

Таким образом, системный подход к снижению рисков невозврата дебиторской задолженности предприятия, который заключается в комплексном применении всех перечисленных выше мероприятий, позволит снизить финансовые риски АО «Пензенский тепличный комбинат».

Список литературы

1. Опекунов А. Н. Классификация методов диагностики кризисных явлений на предприятии // Актуальные проблемы науки : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Кузнецк, 19 мая 2017 г.). Кузнецк : Кузнецкий институт информационных и управленческих технологий, 2017. С. 87–89.

2. Сутягин В. Ю., Беспалов М. В. Факторы стоимости дебиторской задолженности: сроки погашения и риски невозврата долга // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 38 (320). С. 34–49.

3. Шапкин А. С., Шапкин В. А. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. 9-е изд. М. : Дашков и К, 2018. 544 с. ISBN 9785394021503

УДК 338.314

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Юлия Игоревна Сазонова¹,
Татьяна Викторовна Кузнецова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ yulya_sazonova_00@bk.ru

² t.v.kuznetsova.penza@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются основные направления повышения рентабельности предприятия как главного вектора микроэкономического развития в современных социально-экономических условиях. Помимо этого, авторами анализируется возможность комплексного обеспечения эффективности всех мероприятий в данном контексте путем инновационного прогресса. Объясняется актуальность этого направления как для Российской Федерации, так и в глобальном масштабе, и приводится спектр аспектов по его непосредственной реализации.

Ключевые слова: повышение рентабельности, предприятие, эффективность, инновационное развитие, технологии

На текущем этапе экономического развития, характеризуемом как высокой степенью конкуренции в структуре эндогенного хозяйства, так и всесторонней зависимостью от условий внешней среды, на первый план в контексте повышения эффективности деятельности предприятия выходит поиск эффективных моделей прогресса бизнеса, повышения рентабельности.

Стратегия компании по достижению определенного уровня рассматриваемого показателя в условиях современной экономической

практики представляет собой широкий спектр целенаправленных мероприятий, сопряженных с риском, как неотъемлемым фактором формирования рентабельности. В качестве подобных действий выделяются следующие направления:

- повышение производительности труда;
- минимизация издержек;
- факторинг;
- создание добавленной стоимости;
- повышение конкурентоспособности продукции;
- обновление основных производственных фондов [1].

В контексте обеспечения эффективности перечисленных выше векторов повышения рентабельности, ключевую роль играет такой резерв, как инновационная политика. Данное направление обеспечивает сочетание экстенсивного и интенсивного путей развития предприятия, что выражено в одновременном расширении объемов реализации и более высокой нормой рентабельности, которая проявляется, прежде всего, в цене конечного товара.

Стоит отметить, что инновационное развитие, как способ повышения анализируемого показателя имеет широкую теоретическую базу. В частности, выделяются четыре вектора подобного прогресса, непосредственным образом влияющих на рентабельность предприятия, таких, как:

- поиск и освоение новых рынков сбыта;
- производство товаров и услуг с повышенными качественными характеристиками;
- внедрение новых технологий в производственный процесс;
- новшества организационного управления [2].

Помимо этого, инновационное направление развития предприятия характеризуется высокой степенью практической разработанности. Так, по оценке международной консалтинговой компании *McKinsey & Company*, актуальным способом повышения рентабельности является использование предприятиями инструментов «Индустрии 4.0». Данный набор включает в себя такие комплексные методы и механизмы, как:

- анализ больших массивов данных;
- машинное обучение;
- интернет вещей;
- виртуальная и дополненная реальность;
- трехмерное моделирование.

Более детально анализируемый аспект повышения рентабельности проиллюстрирован в табл. 1.

Повышение рентабельности путем применения технологий «Индустрии 4.0.» [3]

Пути создания добавленной стоимости	Используемые методы и технологии	Результат	Средний показатель улучшения
Послепродажное обслуживание	Удаленное и предиктивное обслуживание продукции	Снижение расходов на обслуживание продукции	10–40 %
Срок вывода продукции на рынок	Параллельное проектирование и экспериментальное моделирование	Сокращение сроков вывода продукта на рынок	20–50 %
Эффективность и безопасность труда	Автоматизация интеллектуального и физического труда	Прирост производительности технических функций	45–55 %
Режимы работы оборудования	«Умное» энергопотребление и оптимизация работы оборудования в реальном времени	Прирост производительности	3–5 %

Исходя из приведенных выше данных, можно заключить, что внедрение технических нововведений «Индустрии 4.0» представляет собой комплексное обеспечение всех векторов инновационного развития, положительно влияющего на основные тенденции в контексте других направлений, обеспечивающих рост рентабельности предприятия.

Стоит отметить, что рассматриваемый тренд микроэкономического прогресса является актуальным для хозяйственной системы Российской Федерации. Это обусловлено, в первую очередь, использованием национальными предприятиями широкой ресурсно-инновационной базы при более низких показателях коммерциализации и дальнейшего внедрения нововведений в производство.

Необходимо подчеркнуть, что данная тенденция характерна для российской производственной системы на протяжении длительного периода, что отражено в рейтинговом исследовании «Глобальный инновационный индекс» (*GII*), составленном Всемирной организацией интеллектуальной собственности. Так, позиции Российской Федерации по рассматриваемым параметрам представлены на рис. 1.

Основываясь на данные рис. 1, можно констатировать среднесрочный повышательный тренд в структуре ресурсов инноваций, реализация которых позволит существенно ускорить темпы технического развития и, соответственно, повышения показателей рентабельности.

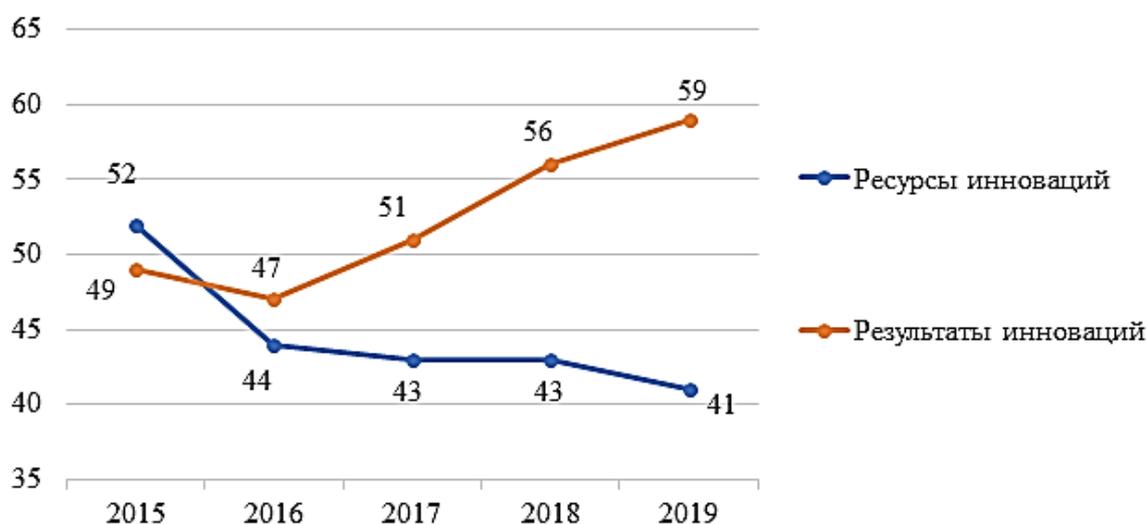


Рис. 1. Динамика позиций Российской Федерации по основным параметрам *GII*, 2015–2019 гг. [4]

Кроме этого, отрицательная тенденция развития национальных предприятий в контексте результатов инноваций является катализатором усиленной государственной поддержки компаний, действующих в анализируемой сфере, которая представляет собой, в первую очередь, повышение бюджетного финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) [5].

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно заключить, что наиболее эффективным способом повышения рентабельности предприятия в современных условиях макроэкономического развития и внешней среды является инновационный прогресс. Данный вектор учитывает все стратегические компоненты, влияющие на увеличение основных показателей, иллюстрирующих эффективность работы компании, что, в свою очередь, обуславливает высокие темпы микроэкономического развития и многократное повышение прибыли.

Список литературы

1. Шарафуллин Р. Р., Галеева Р. К. Основные направления повышения рентабельности предприятия на основе инновационных технологий // Устойчивое развитие территорий: теория и практика : материалы X Всерос. науч.-практ. конф. с международным участием : в 2 т. (Сибай, 14–16 ноября 2019 г.). Сибай : Республика Башкортостан, 2019. Т. 1. С. 166–168.

2. Опекунов А. Н., Малинина Е. Н. Роль диагностики финансового состояния в антикризисном управлении // Университетское образование (МКУО-2016) : сб. ст. XX Междунар. науч.-метод. конф. (Пенза, 7–8 апреля 2016 г.) / Министерство образования и науки РФ ; Пензенский государственный университет. Пенза : Изд-во ПГУ, 2016. С. 149–150.

3. Деркаченко О. В., Деркаченко В. Н. Кластерный анализ регионов Приволжского федерального округа по уровню развития цифровой экономики //

Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 4–8.

4. Global Innovation Index 2020. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2020/ (дата обращения: 09.12.2020).

5. Курмаева В. Ю., Понукалин А. В. Инновации в оценке стоимости бизнеса на основе концепции EVA // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 94–101.

УДК 338.1

ПОНЯТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Татьяна Евгеньевна Сафронова

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

safronova08@yandex.ru

Аннотация. Рассмотрено современное состояние и проблемы кредитной политики коммерческого банка. Исследована специфика его деятельности с позиций современного развития финансового сектора страны.

Ключевые слова: кредитный портфель, коммерческий банк, управление кредитным портфелем, диверсификация

Кредитные операции коммерческих банков являются одним из важнейших видов банковской деятельности. На финансовом рынке кредитование сохраняет позицию наиболее доходной статьи активов кредитных организаций, хотя и наиболее рискованной. В связи с этим вопросы оптимального структурирования кредитного портфеля банка в целях минимизации его рисков, приобрели особую актуальность и значимость.

Формирование кредитного портфеля является одним из основополагающих моментов в деятельности банка, позволяющим более четко выработать тактику и стратегию развития коммерческого банка, его возможности кредитования клиентов и развития деловой активности на рынке. Кредитный портфель служит главным источником доходов банка и одновременно – главным источником риска при размещении

активов. От структуры и качества кредитного портфеля в значительной степени зависит устойчивость банка, его репутация, финансовые результаты.

Существует ряд подходов к вопросу об определении понятия и сущности кредитного портфеля коммерческого банка. Основные трактовки кредитного портфеля коммерческого банка можно дифференцировать по группам (табл. 1–3).

Таблица 1

Первая группа определений [1]

Источники	Определение	Особенности
<i>1-я группа определений</i>		
Долан Э. Дж., Кэмпбелл К. Д., Кэмпбелл Р. Дж.	Портфель – совокупность банковских активов и пассивов	Подчеркнуто понятие портфеля как широкой совокупности, включающей в себя весь актив и пассив баланса банка
Цисарь И. Ф., Чистов В. П., Лукьянов А. И.	Портфели – это списки заключенных, действующих контрактов по привлечению и размещению ресурсов	Подчеркнуто понятие портфеля как широкой совокупности, базирующейся на операциях по привлечению и размещению средств банка
Синки Дж. Ф.	Портфель – совокупность финансовых активов. Коммерческий банк может быть представлен как портфель доходных активов, преимущественно кредитов	Подчеркнуто понятие портфеля как совокупности финансовых активов, в т. ч. кредитов

Таблица 2

Вторая группа определений [2]

<i>2-я группа определений</i>		
Панова Г. С.	Кредитный портфель – ссуды, предоставленные банком своим клиентам	Понятие рассматривается как совокупность, включающая в себя ссудные операции. При этом не подчеркивается классифицированный характер совокупности
Рид Э., Коггер Р., Гилл Э., Смит Р.	Под портфелем кредитов понимают ссуды клиентам	Понятие рассматривается как совокупность, включающая в себя ссудные операции. При этом не подчеркивается классифицированный характер совокупности

<i>2-я группа определений</i>		
Пашков А. И.	Кредитный портфель – совокупность требований банка по предоставленным ссудам. В состав кредитного портфеля банка входят: межбанковские кредиты; кредиты организациям и предприятиям; кредиты частным лицам	Портфель определяется как совокупность, включающая кредиты, выданные заемщикам разного типа
Андросов А. М.	Кредитный портфель – это ссудная задолженность, которая включает в себя ссуды, выданные и еще не погашенные, а также часть просроченных процентов по ссудам, накопленных за период менее 30 дней	Кредитный портфель рассматривается как совокупность требований банка по ссудам и просроченным процентам

Таблица 3

Третья группа определений [3]

<i>3-я группа определений</i>		
Мамонова И. Д.	Кредитный портфель банка составляют остатки средств по балансовым счетам по краткосрочным, долгосрочным и просроченным кредитам. Это объемные характеристики кредитного портфеля банка	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд. При этом для классификации используются критерии срочности и риска
Лаврушин О. И.	Кредитный портфель – это совокупность выданных ссуд, которые классифицируются на основе критериев, связанных с различными факторами кредитного риска или способами защиты от него	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд. Обозначаются критерии классификации понятия

<i>3-я группа определений</i>		
Масленченков Ю. С., Букато В. И., Львов Ю. И.	Кредитный портфель – совокупность требований банка по кредитам, которые классифицированы по критериям, связанным с различными факторами кредитного риска или способами защиты от него	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд. Обозначаются критерии классификации понятия
Воробьева Л. А.	Кредитный портфель – это характеристика структуры и качества выданных ссуд классифицированных по определенным критериям. Одним из таких критериев, применяемых в зарубежной и отечественной практике, является степень кредитного риска. По этому критерию определяется качество кредитного портфеля	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд. Обозначаются критерии классификации понятия
Киселев В. В.	Кредитный портфель – это характеристика структуры и качества выданных ссуд, классифицированных по определенным критериям (совокупность требований банка по предоставленным ссудам)	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд и требований банка по предоставленным ссудам. Обозначаются критерии классификации понятия
Семенюта О. Г.	Кредитный портфель – это структурированный определенным образом совокупный объем кредитных вложений банка, т.е. характеристика структуры и качества выданных ссуд, классифицированных по важнейшим критериям	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд. Обозначаются критерии классификации понятия

<i>3-я группа определений</i>		
Ермаков С. Л.	Кредитный портфель – это совокупность требований банка по кредитам, которые классифицированы на основе критериев, связанных с различными факторами кредитного риска. Классификация ссуд может производиться по номерной или балльной системе	Портфель трактуется как классифицированная совокупность ссуд. Обозначаются критерии классификации понятия, а также методы классификации составляющих кредитного портфеля по группам риска

Сравнивая определения кредитного портфеля, приведенные в таблицах, можно сделать вывод, что одни авторы очень широко трактуют кредитный портфель, относя к нему все финансовые активы и даже пассивы банка, другие – связывают рассматриваемое понятие только с ссудными операциями банка, третьи – подчеркивают, что, кредитный портфель – это не простая совокупность элементов, а классифицируемая совокупность. Общим для представленных определений является трактовка понятий как некой совокупности. Большинство авторов при определении кредитного портфеля основываются только на одном из критериев классификации его элементов – кредитном риске. Для наиболее точного определения кредитного портфеля необходимо принимать во внимание и другие факторы, оказывающие на него непосредственное влияние (например, уровень доходности и степень ликвидности кредитного портфеля).

В зарубежной экономической литературе под кредитным портфелем понимается характеристика структуры и качества выданных ссуд, классифицированных по определенным критериям в зависимости от поставленных целей управления, т.е. в определение сущности кредитного портфеля иностранные экономисты включают результат применения элементов процесса кредитного менеджмента. Больше число отечественных специалистов использует именно зарубежную методику определения понятия кредитного портфеля.

Учитывая вышеизложенные подходы к определению кредитного портфеля коммерческого банка: *кредитный портфель* представляет собой классифицируемую совокупность кредитов, отвечающую требованиям банка по направлениям кредитования и изменяющуюся под воздействием уровня доходности и степени ликвидности портфеля.

Список литературы

1. Ильина С. И. Характеристика сущности кредитного портфеля коммерческого банка // Сборник научных трудов, посвященный 75-летию кафедры материаловедения и товарной экспертизы / под ред. Ю. С. Шустова, Я. И. Буланова, А. В. Курденковой. М. : Изд-во РГУ им. А. Н. Косыгина, 2019. С. 200–204.

2. Малышева Т. В., Понукалин А. В. Анализ тенденций развития современного банковского сектора Российской Федерации // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 81–86.

3. Юняева Р. Р., Доля К. М. Пути улучшения эффективности деятельности коммерческих банков на примере акционерного общества «Россельхозбанк» // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 158–163.

УДК 338.1

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ ЗАНЯТОГО НАСЕЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА НА ОСНОВЕ МЕТОДА ЭКСТРАПОЛЯЦИИ

*Татьяна Евгеньевна Сафронова¹,
Татьяна Николаевна Гришанович²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} safronova08@yandex.ru

Аннотация. Рассматривается экономическое прогнозирование, которое основывается на изучении важнейших принципов экономических процессов расширенного воспроизводства. От качества построенного прогноза и успешности реализации сформулированной на его основе стратегии напрямую зависит эффективность принимаемых решений на региональном и государственном уровнях.

Ключевые слова: региональное прогнозирование, факторы социально-экономического развития, прогноз, модели

Для того чтобы спрогнозировать рынок труда (в частности, численность занятого населения) в том или ином регионе, необходимо ежегодно проводить определенные статистические исследования, анализировать уже сложившуюся ситуацию.

© Сафронова Т. Е., Гришанович Т. Н., 2021

На основе экстраполяции составлен прогноз численности занятого населения по регионам Приволжского Федерального округа. Исходные данные представлены в табл. 1.

Таблица 1

Численность занятых по регионам Приволжского Федерального округа (далее ПФО) на 31.12.2019 г. [1]

Регионы ПФО	Численность занятых, тыс. чел.
Республика Башкортостан	1810,2
Республика Марий Эл	317,6
Республика Мордовия	418,7
Республика Татарстан	1964,6
Удмуртская Республика	728,7
Чувашская Республика	578,5
Пермский край	1160,0
Кировская область	605,8
Нижегородская область	1680,1
Оренбургская область	885,1
Пензенская область	625,0
Самарская область	1615,3
Саратовская область	1149,7
Ульяновская область	587,9

Используя метод аналитического выравнивания, построим трендовые модели в выровненном методом скользящей средней ряду динамики численностью занятого населения. При построении трендовых моделей используем функции «Мастер диаграмм» и «Добавить линию тренда» в надстройке Excel «Пакет анализа», результаты анализа представлены на рис. 1.

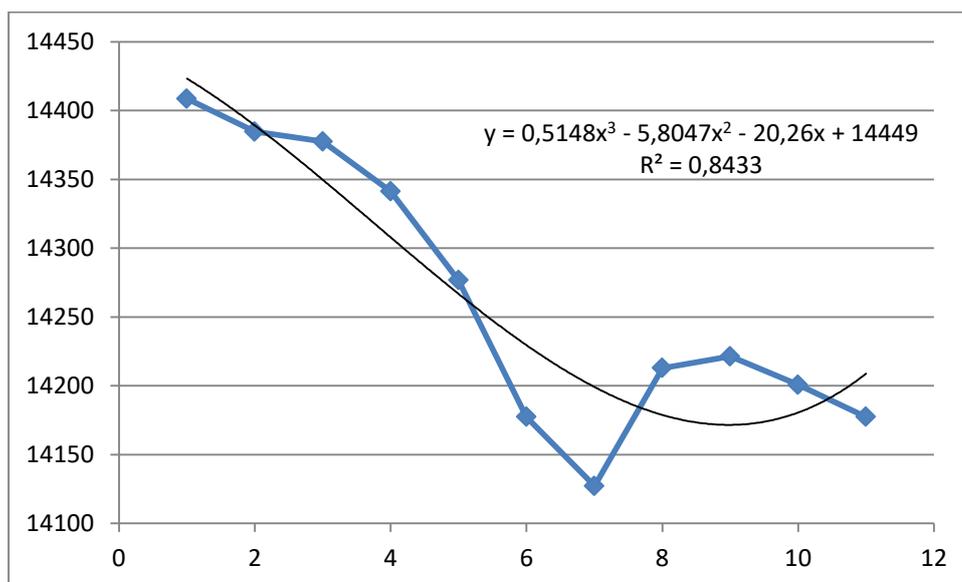


Рис. 1. Полиномиальная функция третьего порядка, тыс. чел.

Оптимальной моделью тренда является полином третьего порядка $y_t = 0,5148t^3 - 5,8047t^2 - 20,26t + 14\,449$, поскольку эта функция обеспечивает максимальную достоверность аппроксимации $R^2 = 0,8433$.

Используя оптимальную модель тренда, произведем экстраполяцию величины численности занятого населения за 1 квартал 2021 г.:

$$\begin{aligned} y(12) &= 0,7439 \times 12^3 - 16,65 \times 12^2 + 43,727 \times 12 + 14\,374 = \\ &= 1285,4592 - 2397,6 + 14\,898,724 = 13\,786,58 \\ &= 13\,787 \text{ тыс. чел.} \end{aligned}$$

От моментного («мом») прогноза перейдем к интервальному («инт») с помощью расчета доверительного прогнозного интервала:

$$y_t(12)_{\text{инт}} = y_t(12)_{\text{мом}} \pm t_\alpha \times S,$$

t_α – коэффициент доверия (определяется по таблице Е. М. Четыркина в зависимости от точности прогноза α); например, при $\alpha = 0,05$ $t_\alpha = 2,365$;

Стандартная ошибка тренда определяется по формуле:

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - y_{t_i})^2}{n - m - 1}},$$

m – количество параметров трендовой модели; n – число сглаженных скользящей средней уровней ряд динамики.

Для расчета стандартной ошибки тренда составим табл. 2.

Таблица 2

Данные для расчета стандартной ошибки тренда

№ п/п	t	y	y_t	$y - y_t$	$(y - y_t)^2$
1	2 квартал 2018 г.	14 408,53	14 463,97	-55,44	3073,594
2	3 квартал 2018 г.	14 384,7	14 470,42	-85,72	7347,918
3	4 квартал 2018 г.	14 377,43	14 471,44	-94,01	8837,88
4	1 квартал 2019 г.	14 341,25	14 470,11	-128,86	16 604,9
5	2 квартал 2019 г.	14 276,6	14 469,53	-192,93	37 221,98
6	3 квартал 2019 г.	14 177,35	14 472,79	-295,44	87 284,79
7	4 квартал 2019 г.	14 127,13	14 482,97	-355,84	126 622,1
8	1 квартал 2020 г.	14 212,8	14 503,16	-290,36	84 308,93
9	2 квартал 2020 г.	14 221,3	14 536,45	-315,15	99 319,52
10	3 квартал 2020 г.	14 200,73	14 585,93	-385,2	148 379
11	4 квартал 2020 г.	14 177,35	14 654,69	-477,34	227 853,5
	Итого	156 905,2	15 9581,5	-2676,29	846 854,1

$$y(1) = 0,5148 \times 1^3 - 5,8047 \times 1^2 + 20,26 \times 1 + 14\,449 = 14\,463,97 \text{ тыс. чел.}$$

$$y(2) = 0,5148 \times 2^3 - 5,8047 \times 2^2 + 20,26 \times 2 + 14\,449 = 14\,470,42 \text{ тыс. чел.}$$

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (y_i - y_{t_i})^2}{n - m - 1}} = \sqrt{\frac{846\,854,1}{11 - 3 - 1}} = 347,8 = 348 \text{ тыс. чел.}$$

$$y_t(12) = y_t(12)_{\text{мом}} \pm t_{\alpha} \times S = 13\,787 \pm 2,365 \times 348 = 13\,787 \pm 823,02 \text{ тыс. чел.}$$

С вероятностью 95 % можно утверждать, что число занятого населения в регионах ПФО в 1 квартале 2021 г. будет находиться в пределах от 12 964 тыс. чел. до 14 610 тыс. чел.

Данные изменения в численности занятого населения могут быть связаны с рядом причин:

1. Демографическая ситуация. Люди, проживающие как на территории Российской Федерации в определенный момент времени достигают пенсионного возраста. Соответственно, они уже не относятся к категории «занятые». Согласно официальным данным, число людей, вышедших на пенсию, значительно превышает число родившихся за последние 6 лет.

2. Из первого пункта вытекает следующий вывод – правительства всех развитых стран проводят политику занятости населения. Недавно в России был повышен пенсионный возраст, соответственно, если на предприятии нет свободных рабочих мест, то молодые специалисты остаются невостребованными и постепенно пополняют категорию безработного населения.

3. В 2020 г. произошло значительное сокращение численности занятого населения в связи с мировой пандемией коронавируса (COVID-19). Большое число предприятий были вынуждены или полностью прекратить свою деятельность, или частично сократить штат сотрудников [2].

4. В данной работе использовались данные по Приволжскому Федеральному округу, поэтому к еще одной причине можно отнести и миграцию трудоспособного населения. Люди переезжают, как правило, из менее перспективных регионов в более развитые, т.к. количество рабочих мест там значительно выше.

5. Миграция трудоспособного населения также может быть связана и с основным местом трудоустройства. На практике встречаются ситуации, когда некоторых сотрудников отправляют работать в другие города (такое происходит, например, когда открываются новые офисы или филиалы).

Проведенный анализ показал, что рынок труда все еще сильно подвержен структурным изменениям. Возможно, государству необходимо большее внимание уделить проблемам, которые оказывают влияние на численность занятого населения в регионах. Именно при проведении правильной и последовательной политики в области занятости

правительству удастся сократить уровень безработицы, повысить квалификацию занятого населения, стабилизировать весь рынок в целом.

Список литературы

1. Кошевой О. С., Опекунов А. Н. Обоснование выбора прикладных пакетов компьютерных программ для выполнения эконометрических исследований // Финансовая экономика. 2020. № 4. С. 277–280.

2. Кошевой О. С. Возможности эконометрического моделирования с помощью динамических рядов для оценки и прогнозирования социально-экономического развития // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2019. № 3 (31). С. 20–28.

УДК 338.1

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Светлана Сергеевна Солдатова¹,
Дарья Дмитриевна Мартыненко²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} sssoldatova@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены проблемы развития малого и среднего бизнеса в России, а также выделены актуальные меры государственной поддержки бизнеса в современных условиях.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, государственная поддержка, экономический рост

В современном мире сектор малого и среднего бизнеса (МСБ) вносит огромный вклад в развитие социально-экономическое развитие страны, так как повышение предпринимательской активности граждан способствует созданию и внедрению инновационных технологий и процессов абсолютно во все сферы жизнедеятельности человека и общества.

В быстроизменяющихся, нестабильных социально-экономических условиях, отягощенных последствиями действующей пандемии 2020 года, МСБ России, как и во всем мире, пришлось особенно тяжело. Правительства ряда стран, в том числе экономически сильных государств, были вынуждены для замедления темпов распространения COVID-19, ввести ограничительные меры, а в некоторых странах Европы

был объявлен полный локдаун, что болезненно отразилось на экономике. России не осталась в стороне от данных негативных социально-экономических процессов. МСБ пришлось очень быстро подстраиваться под новые требования и ограничения, чтобы минимизировать собственные финансовые потери.

Государство заинтересованно в поддержке и развитии МСБ, так как данный вид предпринимательской деятельности обеспечивает рабочими местами: по данным на 1 марта 2021 года на территории Российской Федерации действуют 5 731 570 субъектов МСБ, в которых трудятся 15,45 млн человек. Для сравнения на 1 декабря 2019 года (т.е. до ковида) эти показатели составляли 5 924 681 субъектов и 15,35 занятых [1]. На рис. 1 представлена динамика изменения численности субъектов МСБ в России в течение последних пяти лет.

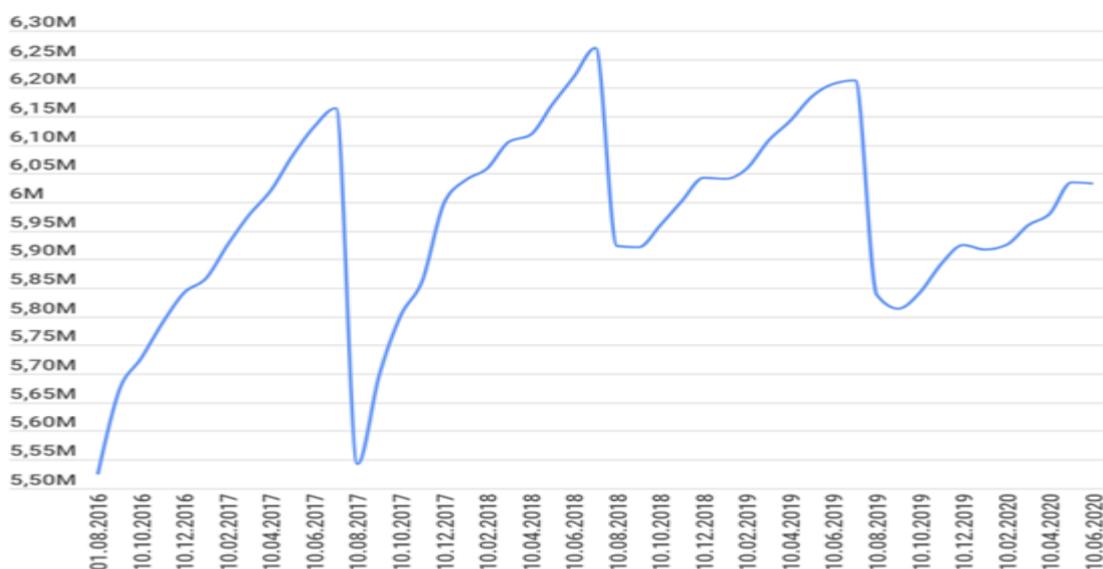


Рис. 1. Количество субъектов МСБ в России [2]

Анализ деловой активности населения страны предполагает оценку показателя «количество предпринимателей на 1000 граждан». Данный критерий оценки уровня развитости МСБ в России, по данным 2020 года составляет 27 субъектов на 1000 человек (для сравнения: в США – 90; страны ЕС – 57; Китай – 45) [3].

Низкая склонность граждан России начинать предпринимательское дело легко объясняется двумя факторами: во-первых, российский менталитет, во многом сформированный в советские времена, определяет желание стабильно работать по найму, а не рисковать вложением собственных финансов в бизнес; во-вторых, низкий уровень жизни, социально-экономические и финансовые проблемы не позволяют большинству россиян сформировать первоначальный капитал, для начала бизнеса.

Анализ структуры и динамики развития МСБ в региональном разрезе (рис. 2 и 3) позволяет определить регионы-лидеры: Центральный федеральный округ, на который приходится более 30 % от общего количества субъектов МСБ российские, и в состав которого входит Московская область, характеризующаяся плотность проникновения МСБ 37,4 на 1000 человек [4].

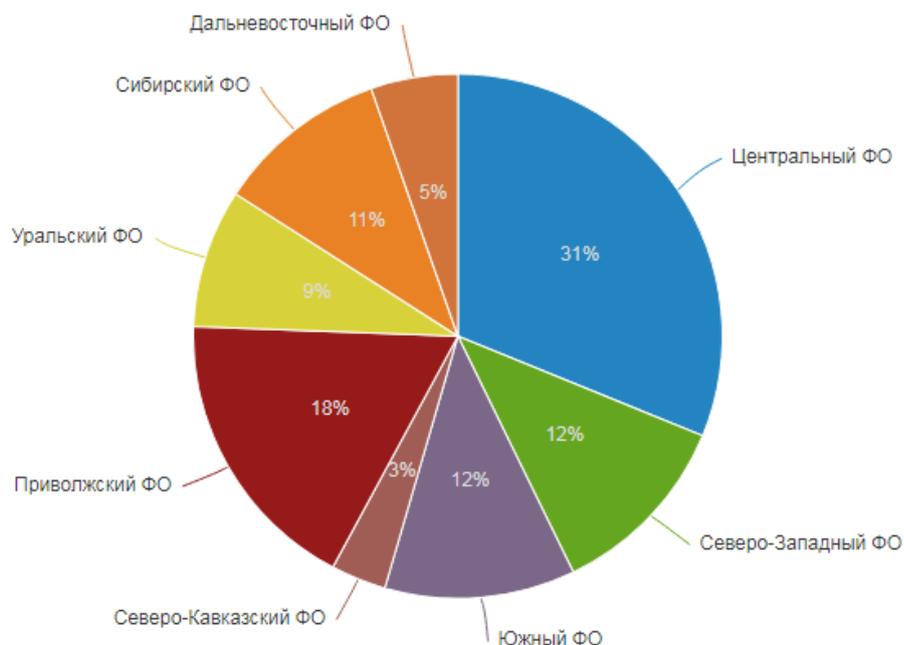


Рис. 2. Распределение субъектов МСБ по Федеральным округам России [4]

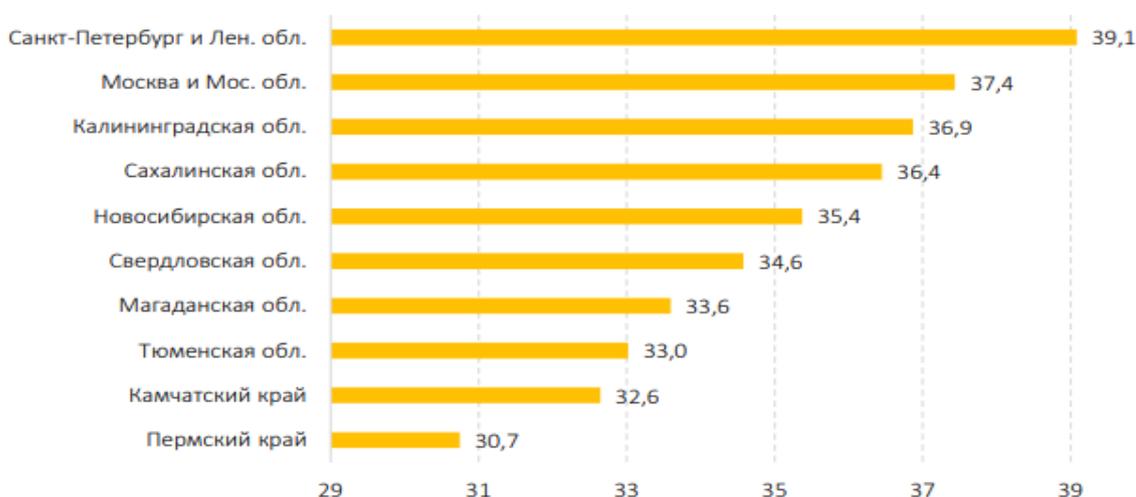


Рис. 3. Региона-лидеры по количеству субъектов МСБ на 1000 жителей [4]

Оценка отраслевых ориентиров развития малого бизнеса в России показала, что наиболее комфортно МСБ себя чувствует в сфере предоставления услуг, а также оптово-розничной торговли. Основной причиной такой ориентации является низкий порог вхождения в бизнес, характеризующийся достаточно небольшими капитальными вложениями, а так же высокой динамичность бизнес-среды и рыночной конъюнктуры, что позволяет «новичкам» выжить. К секторам, характеризующимся наибольшим приростом количества активных субъектов малого бизнеса в течение ряда последних лет, относятся: образование; культура, спорт и досуг; здравоохранение; ресторанный и гостиничный бизнес; сельское хозяйство; операции с недвижимостью; финансы и страхование [1].

К числу основных проблем, которые затормаживают развитие МСБ на территории РФ, по мнению экспертов и самих предпринимателей, относятся: бюрократически процессы, сложности в кредитовании и низкая компетентность начинающих бизнесменов. На рис. 4 представлены факторы сдерживающего характера, негативно влияющие на процесс развития МСБ в России.

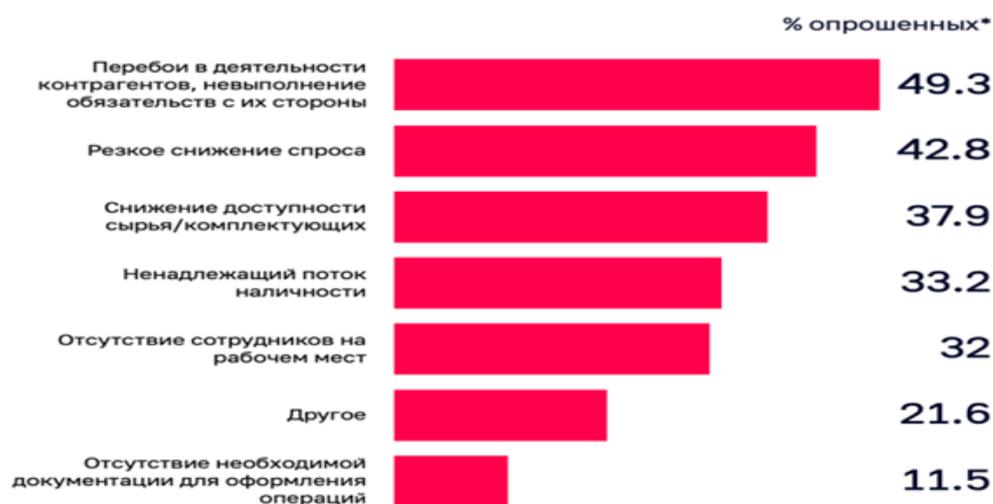


Рис. 4. Факторы, сдерживающие процесс развития МСБ в России [3]

Отметим, что 2020 года, в целом явившийся для экономики страны и ее граждан весьма сложным, наложил отпечаток на производственно-коммерческую деятельность МСБ. В условиях пандемии, вызванной инфекцией COVID-19, собственники малого и среднего бизнеса столкнулись с угрозами, в виде резкого падения объемов выручки, риска заражения инфекцией персонала фирмы и ростом нервозности и неопределенности в бизнес-среде [5].

В целях стабилизации социально-экономической ситуации в стране и стимулирования предпринимательской активности, весной 2020 года Правительство РФ принимает ряд важных и своевременных

мер, нацеленных, в том числе, на поддержку малого бизнеса. В частности принимается решение, направленное на минимизацию арендной платы для субъектов СМП за пользование объектами недвижимого имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности (№ 98-ФЗ, Распоряжение правительства РФ от 19.03.2020 № 670-р.), а также решение о приостановлении, отмене или переносе различных плановых проверок бизнеса со стороны Федеральной налоговой службы РФ (поправки в нормативно-правовые акты № 102-ФЗ и № 98-ФЗ) [5].

Еще одним важным инструментом поддержки МСБ стало введение Правительством РФ моратория на возбуждение дел о банкротстве субъектов производственно-хозяйственной деятельности, оказавшихся в сложной финансово-экономической ситуации, вызванной резким падением доходов вследствие пандемии. Согласно данному мораторию, до 7 января 2021 года все заявления кредиторов по поводу признания должника банкротом возвращались арбитражным судом без рассмотрения [5].

Значимым вкладом в поддержку МСБ в непростой ситуации 2020 года стало решение Правительственной РФ о снижении тарифов по обязательным страховым взносам (№ 102-ФЗ от 01.04.2020) [5].

Что ждет российский малый бизнес в ближайшее время? В 2021 году для предприятий МСБ, действующих на территории России, начнет работу единая цифровая платформа, изменится налоговый режим, а также модернизируется подход к проверкам бизнеса. Конечно, перспективы и темпы развития МСБ напрямую зависят от общей социально-экономической, финансовой и политической ситуации в стране и в регионе, где данный бизнес работает. Прежде всего, предприниматели, относящиеся к категории МСБ, ждут от государства поддержки и защиты их прав и свобод, особенно это актуально в современных условиях (последствия пандемии; снижение темпов роста экономики; антироссийские экономические санкции и ограничения).

Список литературы

1. Сафронова Т. Е., Гришанович Т. Н., Солдатова С. С., Мартыненко Д. Д. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. URL: <https://ofd.nalog.ru/?t=1616654718873>
2. ТАСС, информационное агентство. URL: <https://tass.ru/>
3. Официальный сайт Счетной палаты Российской Федерации. URL: <https://ach.gov.ru/>
4. СберБизнес – банк для малого бизнеса. URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business
5. Маштакова Ю. А., Солдатова С. С. Меры господдержки малого и среднего бизнеса в условиях экономического кризиса, вызванного пандемией // Актуальные

УДК 338.1

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ

*Светлана Сергеевна Солдатова¹,
Дарья Алексеевна Муромская²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} sssoldatova@mail.ru

Аннотация. Представлен анализ динамики объемов инвестиций в реальный сектор экономики России, а также определен перечень факторов, сдерживающих инвестиционную активность.

Ключевые слова: инвестиции, реальный сектор экономики, инвестиционная активность

Инвестиции играют важную роль в экономическом развитии практически любого хозяйствующего субъекта, являются движущей силой в формировании и развитии экономики страны.

Инвестиционная политика государства способствует формированию благоприятной макроэкономической среде, вовлечению дополнительных финансовых средств в реальный сектор экономики, росту эффективности использования инвестиционных ресурсов, ускорению их окупаемости и повышению рентабельности инвестиционного капитала. Все эти процессы по своей совокупности обеспечивают динамичное, устойчивое развитие экономики страны, повышение качества жизни граждан, социальное благополучие общества и устойчивую внутриполитическую обстановку в стране, и тем самым национальную безопасность государства.

Именно инвестиции в реальный сектор экономики способствуют созданию новых производств, увеличению объемов вновь созданной добавочной стоимости, которая является основой формирования ВВП страны, и таким образом, инвестиции в реальный сектор экономики определяют стратегию экономического развития государства на долгосрочную перспективу. Доходы реального сектора, как налогооблагаемая база, считаются фундаментом для построения и эффективного функционирования национальной экономики.

Производственно-хозяйственная деятельность предприятий реального сектора экономики подразумевает непрерывное инвестирование в систему поддержки и развития товарного производства. В современных условиях хозяйствования, большинство российских товаропроизводителей сталкиваются с тремя проблемами:

- технологическое отставание от ведущих иностранных конкурентов, обусловленное старением основного технологического оборудования;

- недостаток финансовых ресурсов вследствие ограниченности собственного капитала и чистой прибыли, а также проблемами кредитования в банковской системе страны;

- дефицит трудовых ресурсов, обладающих высоким уровнем компетенций и профессиональным мастерством.

Анализ статистической информации за 2020 года в сфере инвестиционной деятельности [1, 2] показал, что снижение инвестиционной активности в реальном секторе экономики так же было спровоцировано неблагоприятной санитарно-эпидемиологической ситуацией, связанной с распространением инфекции COVID-19 в стране и в мире. Введение ограничительных мер, нацеленных на сдерживание распространения пандемии, обострило прочие негативные факторы, которые исторически сложились в России, такие как: низкие темпы роста ВВП; инфляционные процессы и нестабильный курс рубля относительно ведущих мировых валют; высокие инвестиционные риски, связанные с нестабильностью экономической ситуации; санкционное давление западных стран на российский бизнес; др. Поэтому для большинства промышленных компаний и предприятий России прошедший год был периодом испытаний на прочность и тест на выживаемость. В данных условиях товаропроизводители были вынуждены заниматься своевременным решением текущих проблем, в ущерб инвестиционной деятельности и стратегическому развитию бизнеса.

На рис. 1 представлены данные, отражающие динамику изменения объемов инвестиций в основной капитал субъектов предпринимательской деятельности, относящихся к реальному сектору экономики России. В течение 2019 и 2020 годов прослеживается спад инвестиционной активности, нацеленной на финансирование процесса создания и обновление основных фондов предприятий. По официальным данным Росстата объем инвестиций данного вида по итогам 2020 года составил 20,12 трлн рублей [2].

Основным источником финансирования инвестиционных ресурсов в основной капитал предприятий реального сектора российской экономики по-прежнему остаются собственные средства организаций, так в 2020 году их доля оценивалась в 56,7 % (сумма 301,2 млрд рублей).

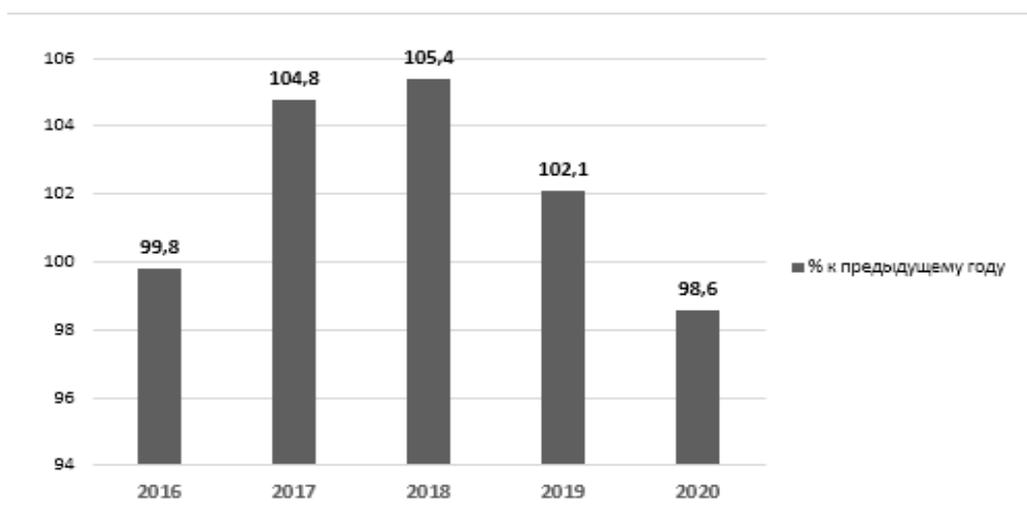


Рис. 1. Динамика инвестиций в основной капитал предприятий и организаций России (в сопоставимых ценах) [2]

За счет привлеченных средств (займы, кредиты, ссуды) в прошедшем году было профинансировано 43,3 % от общего объема инвестиционных потоков в основной капитал [2].

Одним из ключевых критериев, определяющих уровень инвестиционной активности в экономику государства, считается объем привлеченных иностранных инвестиций.

Согласно данным Центрального Банка России общий объем иностранных инвестиций в реальный сектор экономики РФ за 2019 год составил около 26,9 млрд долл., а в 2020 году зарубежные инвесторы вложили в реальный сектор российской экономики только 1,4 млрд [1]. Таким образом, падение поступлений зарубежных инвестиций в реальный сектор экономики России оценивается в 20 раз! Конечно, данный факт во многом объясняется пандемией 2020 года и общим нервным состоянием мировой экономики (рис. 2).

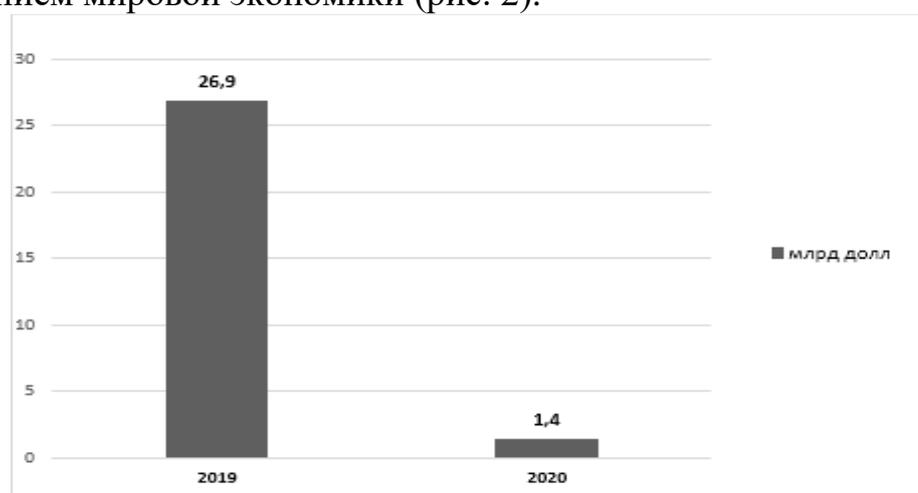


Рис. 2. Объем иностранных инвестиций в реальный сектор экономики России за период 2019–2020 гг. [1]

В структуре иностранных инвестиций преобладают прямые инвестиции, отраслевая направленность данных инвестиционных средств, следующая: обрабатывающие производства – 20,1 %; добыча полезных ископаемых – 20 %; оптово-розничная торговля – 20 %; финансовая деятельность – 14,5 %; предоставление услуг, информация и связь – 10 %; прочие сферы деятельности – 15,4 % [2].

Если проанализировать географию иностранных инвесторов, то в качестве стран-лидеров можно отметить: Китай, Германию, США, Италия, Японию, Францию и Великобританию [3]. Таким образом, санкционная антироссийская политика не мешает крупному зарубежному бизнесу защищать собственные экономические интересы.

Основными причинами низкой инвестиционной активности в производственный сектор экономики страны, особенно в отраслях тяжелого и легкого машиностроения, являются: дефицит «дешевых» кредитных ресурсов, ограниченность собственных финансовых возможностей, высокие инвестиционные риски и рост неопределенности в экономике, как России, так и мировой экономической системе. Необходимо отметить, что замедление темпов инвестиционной деятельности в обрабатывающую промышленность России отрицательно отразится на процессе импортозамещения и обеспечения национальной безопасности государства [4]. Тем самым поставит под угрозу срыва ряд национальных проектов и крупных инфраструктурных государственных программ, которые должны быть реализованы к 2024 году.

В течение первого полугодия 2020 года объем инвестиций в обрабатывающую отрасль России показал прирост +2,3 %; объем инвестиций в оборудование, машины и транспортные средства +7,1 %; объем инвестиций в нежилые здания и сооружения +6,9 %. Инвестирование в деятельность, связанную с добычей полезных ископаемых, сократилось на –2,4 % в годовом выражении [4].

В качестве вывода подчеркнем, инвестиции в реальный сектор экономики способствуют расширению производственной деятельности, модернизации технологического процесса, формированию высокоэффективной производственной инфраструктуры, развитию научно-технической деятельности и, как следствие, всех социально-экономических процессов в организации.

Конечно, инвестиционная активность в реальный сектор снижается под воздействием экономических кризисов и прочих негативных явлений в обществе и государстве. В целях поддержания нормального состояния инвестиционных процессов в экономике, а также стимулирования и активизации инвестиционной деятельности хозяйствующих субъектов, государство в лице Правительства и Президента страны должны проявить личную заинтересованность в результатах данной деятельности и постоянно держать под контролем все инвестиционные процессы в экономике.

Список литературы

1. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. URL: <https://www.cbr.ru/>
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/>
3. Солдатова С. С., Зюзин Д. А. Инвестиции как способ развития экономического потенциала России // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : материалы Нац. науч.-практ. конф. (Саранск, 21–22 апреля 2020 г.) / редкол.: Р. Р. Хайров (отв. ред.) [и др.]. Саранск : Принтиз, 2020. С. 81–86.
4. Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. URL: <https://ac.gov.ru/>

УДК 338.1

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Светлана Сергеевна Солдатова¹,
Татьяна Ивановна Нефедова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} sssoldatova@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены основные факторы, оказывающие сдерживающий эффект на темпы развития малого и среднего предпринимательства в регионе.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, малый бизнес, экономическое развитие

В течение всех двухтысячных годов в России было много сделано для развития демократических отношений в обществе и рыночных процессов в экономике. Пензенская область не осталась в стороне от данных процессов и тенденций, как результат – в регионе устойчиво развивается сектор малого и среднего предпринимательства.

Развитие предпринимательства на территории РФ и Пензенской области сталкивается с многочисленными проблемами, такими как:

– некоторые несовершенства в действующем законодательстве, особенно в сфере защиты прав предпринимателей, а также трудящихся, занятых в малом предпринимательстве;

- недостаток собственных финансовых ресурсов у субъектов предпринимательской деятельности и «дорогие» кредитные ресурсы;
- ухудшение макроэкономических показателей и снижение деловой активности вследствие пандемии COVID-19;
- жесткая конкурентная борьба со стороны более крупных бизнес-единиц; сохранение высокого уровня административных барьеров и т.д. [1].

По мнению предпринимателей, работающих на территории Пензенской области, самым важным фактором, сдерживающим развитие их бизнеса, является проблемы кредитования малого бизнеса: высокие процентные ставки по займам и кредитам, жесткие требования к потенциальному заемщику при оценке его кредитоспособности, особенное, если речь идет о «стартапов» [2].

Таким образом, кредит гарантированно может получить предприятие, которое является платежеспособным, ликвидным, обладает хорошей материально-технической базой, имеет долговременный опыт работы и высокую бизнес-репутацию. Однако на практике в кредитных ресурсах нуждаются организации, не обладающие не одним из вышеперечисленных свойств, но банки не готовы им представить данные ресурсы или могут выдать кредит под «грабительские» проценты.

Одним из инструментов решения данной проблемы является расширение деятельности гарантийных фондов, специализирующихся на предоставлении поручительства перед банками за хозяйственный субъект, у которых не имеется достаточного собственного имущества.

Второй, не менее важной проблемой, сдерживающей развитие предпринимательства в регионе, общепризнан дефицит высококвалифицированного персонала, особенно по рабочим и инженерным специальностям. Основной причиной, обуславливающей возникновение проблемы обеспечения производителей квалифицированным персоналом, не смотря на наличие в Пензенской области учебных заведения средне специального и высшего образования, является низкий уровень заработной платы в регионе. Поэтому молодые специалисты и перспективные, обладающие высокими профессиональными компетенциями, работники стремятся уехать в столицу РФ и другие экономически сильные регионы страны.

2020 год для экономики Пензенской области, как и для всей России, стал непростым, что во многом было предопределено распространением инфекции COVID-19 и введением ограничительных мер, направленных на сдерживание пандемии. В экономической системе Пензенского региона наиболее пострадавшим от действия пандемии стал бизнес в сферах предоставления платных услуг, питания и развлечения населения, где падение оборотов составило от 30 до 80 % [3].

По состоянию на 1 января 2020 г. на территории Пензенской области функционировало более 45 субъектов малого и среднего предпринимательства, из них 14,5 тысяч юридические лица и 30,5 тысяч индивидуальные предприниматели (ИП). Сегодня (по официальным данным на 10 марта 2021 года) числятся: общее число 42,9 тысяч, 13,77 тысяч юридические лица и 29,1 тысяч ИП [4]. Таким образом, по всем позициям произошло уменьшение вследствие банкротства и закрытия бизнеса.

Анализ предпринимательской активности по отраслям (рис. 1) показал, что 31,4 % от общего количества малых предприятий региона, осуществляют свою производственно-коммерческую деятельность в сфере оптовой и розничной торговли; 27,8 % – в сельском хозяйстве, охота, рыболовство и лесное хозяйство; 12,2 % – в обрабатывающем производстве и строительстве; 8,8 % – в сфере осуществления операций с недвижимостью (купля-продажа и аренда недвижимого имущества); 7,6 % – профессиональная, научная и техническая деятельность [5].

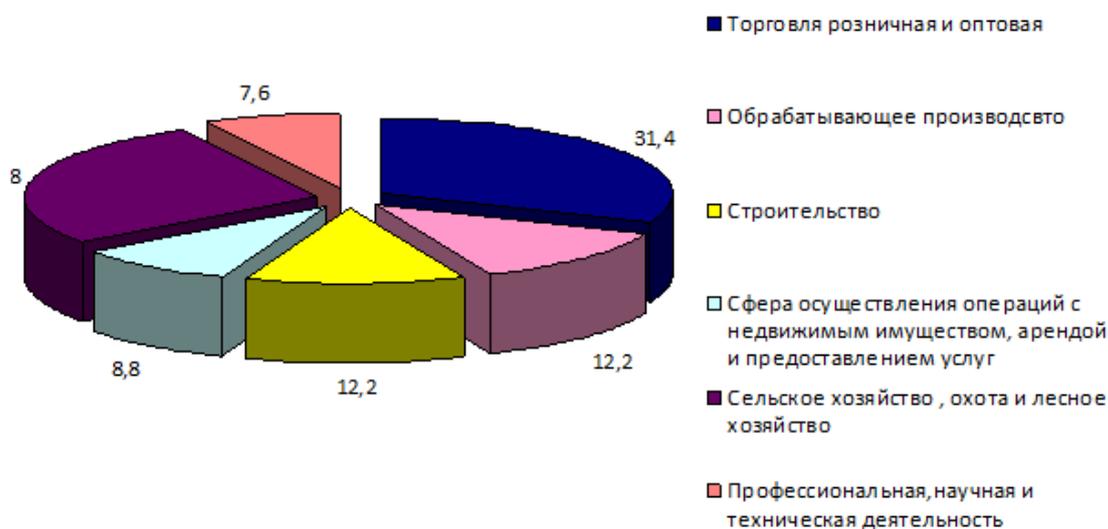


Рис. 1. Распределение субъектов малого предпринимательства Пензенской области по отраслям экономической деятельности, % [3]

Сегодня на малых предприятиях и организациях Пензенской области среднесписочная численность работников составляет 123 066 человек, для сравнения на 1 января 2020 года – 123 654 человек, на 1 января 2019 года – 132 285 человек, на 1 января 2018 года – 132 863 человек [5]. Таким образом, в течение трех лет наблюдается отрицательная динамика данного показателя.

Среднемесячная заработная плата на предприятиях, относящихся к малому предпринимательству Пензенской области, за 2019 г. составляет 29,5 тыс. руб., в 2020 г. – 32,03 тыс. руб., т.е. заработная плата увеличилась на 7,8 % по сравнению аналогичным периодом 2019 года [4].

Основным критерием оценки предпринимательской деятельности в регионе является валовый объем производимых товаров и оказанных услуг. В 2019 году совокупный оборот предприятий малого бизнеса составил 296,4 млрд руб., (темп роста +2,3 % к показателю 2018 года). За период январь-март 2020 года общий оборот оптово-розничной торговли в Пензенской области составил 77,5 млрд руб., что оценивается как 109,9 % к аналогичному уровню 2019 года. Индекс промышленного производства региона по результатам 2020 года составил 106,9 % относительно периода 2019 год, что подтверждает преодоление региональным бизнесом последствий коронавируса и ориентацию его на рост [2].

В 2020 году на поддержку малого и среднего предпринимательства Пензенской области государство выделило более 8,5 млрд рублей. Прямыми и косвенными формами государственной поддержки воспользовались более 34 тысячи региональных субъектов малого и среднего предпринимательства [5].

Подводя итог, подчеркнем: малое и среднее предпринимательство играет важную роль в развитии экономики региона. Поэтому Правительство Пензенской области постоянно актуализирует методы и формы поддержки субъектов предпринимательской деятельности, нацеливая их на расширение собственного бизнеса и на развитие экономики региона.

В качестве основных направлений и способов стимулирования, поддержки малого и среднего предпринимательства, выделяются:

- предоставление отсрочек по налоговым и кредитным платежам для субъектов малого и среднего предпринимательства, испытывающим временные финансовые трудности;
- субсидирование части процентов, уплачиваемых малым бизнесом коммерческими банками, по процентным ставкам, существенно превышающим ключевую ставку Центрального Банка РФ;
- адресная поддержка предприятий, выпускающих импортозамещающую продукцию для отечественной промышленности;
- субсидирование затрат на подключение к сетям водо-газо-электроснабжения, а так же затрат на уплату арендных платежей резидентами технопарковых структур;
- снижение уровня административных барьеров на вхождение в бизнес, а так же уровня давления со стороны государственным проверяющих и контролирующих структур;
- активизация инвестиционной политики региона, в том числе инвестиционной активности субъектов малого и среднего предпринимательства;
- организация комплексной работы в сфере профессиональной подготовки, переподготовки и повышения уровня квалификации кадров по наиболее востребованным направлениям и специальностям;

– организация работ, направленных на инфраструктурное развитие региона.

Таким образом, разработка и реализация мер, методов, механизмов и инструментов государственной поддержки субъектов предпринимательской деятельности, требует грамотного комплексного подхода, ориентированного на преодоление негативного влияния пандемии 2020 года и на устойчивый рост региональной промышленности, как драйвера финансово-экономического развития малого бизнеса.

Список литературы

1. Савинова О. В., Рекаева И. Н., Сысуева А. Д., Садовников А. Ю. Тенденция и проблемы развития малого предпринимательства в РФ и Пензенской области // StudNet. 2021. Т. 4, № 2. С. 67.

2. Новосельцева Г. Б., Рассказова Н. В. Перспективы малого бизнеса в цифровой экономике // Вопросы инновационной экономики. 2020. Т. 10, № 1. С. 521–532. doi: 10.18334/vines.10.1.100580

3. Социально-экономическое положение Пензенской области в январе-декабре 2020 года. URL: <https://pnz.gks.ru/storage/mediabank/2020.pdf>

4. Ганиева Р. Р., Опекунов А. Н. Развитие малого и среднего бизнеса в городе Пензе и Пензенском регионе // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Пенза, 14–15 апреля 2016 г.) / под ред. В. И. Будиной, А. Н. Опекунова. Пенза : Изд-во ПГУ, 2016. С. 24–28.

5. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пензенской области. URL: <https://pnz.gks.ru/>

УДК 338.1

ФИНАНСОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ КУЛЬТУРЫ

*Анастасия Витальевна Соловьёва¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ nnnastasiasss@yandex.ru

² avp1123@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются различные практики в области финансирования культуры, существующие в настоящее время мировые модели государственного финансирования культуры. Анализируются принципы и различные способы бюджетного и внебюджетного финансирования.

Ключевые слова: финансирование, культура, бюджетные источники, внебюджетные источники, спонсорство

© Соловьёва А. В., Понукалин А. В., 2021

В различные времена российское общество и государство функционировали по-разному. Ещё со времён царской России общественность стремилась к приобретению дополнительных функций управления, которые на тот момент принадлежали государству. Понимая, что это недоступно представителям низших сословий, люди поднимались на различные восстание, что продолжалось до времён Александра II. Если в предыдущие годы доступ к решению вопросов любого характера получали только члены правящей элиты, то после либеральных реформа Александра II: земской (1864 год) и городской (1870 год) – началась реформация местных органов самоуправления, что дало представителям различных сословий, вплоть до членов крестьянского общества, участвовать в принятии решений различного характера. Впервые в истории Российского государства люди получили реальную власть при решении некоторых неполитических вопросов. Деятельность земств ограничивалась лишь хозяйственными вопросами: устройство и содержание школ, больниц, строительство дорог, развитие местной торговли и промышленности. На их содержании находились земские врачи, учителя, ветеринары, агрономы и другие служащие, составлявшие так называемое «третье сословие» земств. Эти органы местного самоуправления сыграли огромную роль в решении местных нужд. Такие же учреждения появились и в городах, они получили название «городские думы». В то же время большая часть культурных организаций находилась в ведении государства, другая – под управлением частных лиц. Органы местного самоуправления не оказывали никакого влияния на культурные организации, это могла сделать лишь небольшая группа лиц – меценаты (П. М. Третьяков, С. И. Мамонтов и другие). После становления СССР все культурные организации были переданы в ведение государства, поддержка со стороны общества не оказывалась, институты меценатства, благотворительности, спонсорства также не функционировали. Лишь на современном этапе в России начали развиваться институты гражданского общества, способные оказывать определённую финансовую поддержку.

На сегодняшний день существует множество форм поддержки культурных организаций. Во многих зарубежных странах наблюдается увеличение доходов организаций культуры, в том числе и театров, преимущественно за счёт средств дополнительного финансирования. Эта практика распространена в странах Западной Европы и Америки, в то время как в России такие институты недостаточно развиты. Как следствие, ввиду высокого уровня зависимости от бюджетных ассигнований, организации культуры в нашей стране не способны полностью выполнять поставленные перед ними учредителями цели и задачи. В связи с этим актуальным направлением исследования в области механизмов дополнительного финансирования культуры является изучение опыта других стран и его сравнение с существующими в России практиками.

Стоит помнить, что в современной России существует множество проблем, связанных с обеспечением средствами сферы культуры, что обусловлено определёнными этапами исторического развития государства. Так, например, во времена СССР финансирование осуществлялось исключительно из средств государственного бюджета. После перестройки произошли существенные изменения: помимо передачи большей части организаций в ведение государства, появилась возможность создания частных организаций в сфере культуры. Также был открыт доступ для внебюджетной поддержки организаций культуры. Была сформирована основа для создания институтов финансирования, развитие которых продолжается до сих пор. Для того, чтобы разобраться в том, как может осуществляться внебюджетная поддержка, стоит обратиться к опыту стран, в которых различные институты финансирования функционируют не одно десятилетие. Важной целью данного исследования является создание сравнительной схемы механизмов материального обеспечения организаций культуры в различных государствах, а также возможный поиск инновационного подхода финансирования российских организаций.

Россия подошла к созданию системы дополнительных институтов финансирования лишь в конце XX века. Однако спустя 30 лет всё ещё существует множество проблем, связанных с обеспечением культурных организаций средствами, необходимыми для их функционирования. По этой причине сейчас происходит активное развитие таких институтов, как краудфандинг, инициативное бюджетирование, эндаунмент-фонды, которые взяли своё начало в других странах.

В период после Второй мировой войны во многих государствах были введены обязательные расходы из бюджета, направленные на развитие культуры. Это было мотивировано не столько любовью к искусству и творчеству, сколько принятием того факта, что культурное развитие важно и необходимо для нормального функционирования государства и накопления человеческого капитала (Беккер, 1994).

Несмотря на то, что многие исследователи поддерживают практику финансирования культуры государством, иногда встречаются статьи, критикующие эту схему, или опровергающие её полностью. Чаще всего критика аргументируется тем фактом, что финансируется то, что может вызвать интерес у богатых слоёв населения, то есть чиновники выбирают объекты финансирования, исходя из собственных предпочтений.

Существование столь противоположных точек зрения приводит к тому, что на данный момент сформировались различные практики в области финансирования культуры. Появление отличных друг от друга моделей финансирования вызвано как различными историческими реалиями, так и сложившимися экономическими условиями. Так, в настоящее время принято различать две модели финансирования культуры:

англосаксонскую модель, а также модель континентальной Европы и скандинавских стран [Музычук, 2013]. Англосаксонская модель подразумевает финансирование культуры, опираясь на благотворительные фонды, меценатство и другие частные институты финансирования. Одними из стран, которые в большей степени отражают данную модель, являются США и Великобритания, в которой ранее в финансирование культуры превалировало государство (до 2010 года).

Модель финансирования стран континентальной Европы и скандинавских стран сложилась исторически несколько веков назад. Эта модель коренным образом отличается от англосаксонской традиции финансирования культуры. Например, во Франции почти полностью культурные организации финансируются государством, что продолжается до сих пор, хотя ещё в 90-х годах XX века были проведены меры по развитию институтов спонсорства, меценатства и благотворительности. В других странах, в том числе и в России, роль государства в финансировании культурных организаций является превалирующей, поскольку институты, деятельность которых связана с выделением дополнительных средств данным организациям, развиты слабо.

Рассматривая механизмы финансирования культуры различных стран, важно заметить, что в каждой стране формируется собственная, отличная от других, система финансового обеспечения сферы культуры, что отражает государственные предпочтения в реализации внутренней социально-культурной политики.

В системе США нет отдельного государственного органа, функцией которого является распределение государственного бюджета на культурную сферу, поэтому в системе финансирования культуры США превалируют частные и корпоративные благотворительные пожертвования, а доля государственных средств не велика и близится к нулю. Во Франции же сложилась иная система – культурные организации финансируются средствами государственной казны. Складыванию этой системы способствовало образование Министерства культуры в 1959 году, харизматичные лидеры которого не раз добивались повышения выделяемых бюджетных средств культурным организациям.

Если рассматривать сведения по институциональной структуре системы управления сферой культуры, то можно увидеть данные, полученные Международной Федерацией Советов по делам искусств и агентств по культуре, которые говорят о том, что в 99 % стран финансирования осуществляют министерства или другие специализированные государственные органы, из них в 40 % функционируют также негосударственные агентства, деятельность которых направлена на финансирование культурных организаций по принципу «вытянутой руки», а в 1 % стран финансирование осуществляется негосударственным агентством по принципу «вытянутой руки» при отсутствии специализированного государственного органа. Стоит принять во внимание

и тот факт, что в 90 % стран государственный орган, осуществляющий финансирование культуры, финансирует также сферы туризма и спорта. Эти данные говорят о том, что ни в одном государстве не наблюдаются идеального баланса в финансировании культурных организаций. Данные представлены Международной Федерацией Советов по делам искусств и агентств по культуре (International Federation of Arts Councils and Culture Agencies, IFACCA).

Рассматривая системы финансирования культуры различных стран, можно прийти к выводу, что государство может реализовывать культурную политику четырьмя способами, каждому из которых характерна собственная модель финансирования: государство-вдохновитель (Facilitator); государство-патрон (Patron); государство-архитектор (Architect); государство-инженер (Engineer) [Hilman-Chartrand, McCaughey, 1989]. Также каждое государство выбирает наиболее предпочтительное для него направление целевых ориентиров: поддержку творческого процесса в целом или поддержку культурных благ и услуг. Однако в реальности ни одна модель финансирования не встречается в чистом виде. Так, в США с 60-х годов действуют негосударственные организации – неправительственные агентства, которые получают средства из государственного бюджета для дальнейшего распределения их в виде грантов организациям культуры или индивидуальных грантов (одна из таких организаций – Национальный гуманитарный фонд). В Великобритании функционирует Департамент культуры, СМИ и спорта, действующий по принципу «вытянутой руки», который напрямую выделяет средства из государственного бюджета на культурные организации, которые имеют национальное значение.

Вопросом, важным для рассмотрения, является вопрос об источниках финансирования культурных организаций. Их можно разделить на бюджетные и внебюджетные. По словам Т. А. Абанкиной [Абанкина, 2012, с. 138], «в каждой стране на основе выбора финансовых методов, форм и механизмов складывается собственная модель многоукладного финансирования сферы культуры и искусства. Она формируется в рамках национальной модели бюджетирования и определяется её спецификой...». Эти слова свидетельствуют о многообразии возможных способов финансирования сферы культуры, что зависит от исторической составляющей, традиций и многих других факторов.

В большинстве стран основным источником финансирования сфер культуры и искусства является государственный бюджет, отсюда и название – бюджетное финансирование. Во многих Европейских странах, в том числе и в России, средства, выделенные из бюджета, во много раз превышают средства, полученные из иных источников.

Выделенные из бюджета средства могут быть напрямую направлены в творческие и культурные организации, а также конкретным лицам, в частности, в виде грантов на дальнейшую творческую реализацию.

В России и в других странах существует практика сметного финансирования, благодаря которому из бюджета муниципалитетов или государства выделяются субсидии на выполнение муниципального или же государственного задания. Такая форма финансирования доступна лишь организациям, являющимся государствами или муниципальными (существующим за счёт казны). Одной из форм прямого финансирования является грантовая поддержка организаций культуры или отдельных лиц. Данная форма финансирования осуществляется на конкурсной основе ежегодно.

Также бюджет может выделяться не напрямую, а через посреднические структуры, которые действуют по принципу «вытянутой руки». Суть данной системы заключается в том, что решение о выделении средств на реализацию проектов принимает группа независимых экспертов, созданная Департаментом или Министерством культуры той или иной страны.

Бюджетное финансирование может осуществляться и посредством межбюджетного трансферта. Межбюджетными трансфертами называются средства, предоставляемые одним уровнем бюджетной системы другому уровню бюджетной системы.

Также бюджетное финансирование может приобретать форму встречного финансирования или софинансирования. Для реализации конкретного проекта может быть привлечено государство, способное профинансировать от 10 % до 50 % от общей стоимости проекта. Встречное финансирование является неотъемлемой частью стратегии фандрейзинга организаций культуры в развитых странах.

Внебюджетные источники финансирования культуры можно разделить на несколько основных категорий (Музычук, 2013):

- 1) доходы организаций культуры;
- 2) благотворительные пожертвования;
- 3) поступления от маркированных налогов;
- 4) дополнительные источники.

Важными в системе дополнительного внебюджетного финансирования являются доходы от эндаумент-фондов и фондов целевого капитала. Пожертвованные средства не имеют конкретного предназначения, они аккумулируются в специальном фонде.

Внимание стоит уделить и благотворительным пожертвованиям. Данный институт является наиболее распространённым за рубежом, поскольку многие культурные организации в большей степени финансируются за счёт пожертвований. Традиционно выделяют три категории благотворительных пожертвований: индивидуальные, корпоративные и пожертвования фондов. Так, в США культурные организации на 40 % финансируются за счёт благотворительных пожертвований

(20 % из которых – индивидуальные) [How the United States Funds... 2012, p. 1].

Одной из форм внебюджетных источников финансирования являются поступления от маркированных налогов. Маркированные налоги – налоги, имеющие строго целевой характер. Другим внебюджетным источником считается фиксированный процент отчисления в национальных фонд развития культуры от акцизных сборов на табак и алкогольную продукцию. Идея этого – компенсация вреда, которые приносят перечисленные выше продукты. В таких странах, как Латвия и Эстония процент на развитие культуры идёт не только от продажи табака и алкоголя, но и через Совет по азартным играм – в Эстонии, процент от продажи лотерейных билетов – в Латвии.

Спонсорство – один из наиболее развитых внебюджетных источников финансирования культуры. Однако спонсорство направлено больше на повышение имиджа корпорации в рамках проводимой маркетинговой стратегии, а не на конкурентную поддержку различных проектов.

Таким образом, механизмы финансирования культурной сферы различаются в зависимости от политики, которой придерживается та или иная страна. Также то, каким образом финансируется культура зависит и от традиций, которые устоялись в обществе, а также от исторического развития государства. В каждой отдельной стране совокупность механизмов различна, поэтому при сравнении механизмов и источников финансирования различных стран могут возникнуть трудности в объяснении различий, поскольку ответ скрывается в истории, традициях, современной политике государства, а также от наличия или отсутствия харизматичных личностей, которые готовы добиваться повышения бюджетных средств, выделяемых государством на развитие культуры.

Важным в исследовании является анализ финансирования отдельных организаций культуры, в частности театров. В каждой стране, особенно в странах Европы, Америки и России, наблюдаются различные механизмы взаимодействия государства, театров и институтов финансирования. Если в России долгое время театры были государственными и финансировались преимущественно за счёт казны, то, например, в США отсутствует финансирование из госбюджета, как и само министерство культуры. В европейских странах существуют различные механизмы: в некоторых странах театральные организации обеспечиваются из казны, в некоторых – широко развиты институты гражданского общества.

Если рассматривать Российскую Федерацию, то государство выступает как «Государство-Инженер», поскольку в России исторически

всегда присутствовала значительная государственная поддержка сферы культуры, государство выступало гарантом развития и сохранения культуры. Абсолютно противоположно функционирования театров и государства в Америке. В США государство выступает в качестве «Государства-Вдохновителя». Государство не вмешивается в финансирование, а лишь создаёт благоприятные условия для функционирования институтов гражданского общества. В США распространены преимущественно коммерческие театры – на Бродвее – они не имеют постоянной труппы и режиссёра, являются своеобразной разновидностью бизнеса. Широко развит механизм благотворительности, что позволяет театрам получать достаточный бюджет. Большинство театров вынуждены функционировать в условиях конкурентного рынка, что стимулирует их нацеливаться на широкие общественные круги и приводит к значительному снижению уровня постановок, а также к потере их художественной ценности.

Европейские театральные организации частично финансируются государством, однако в большинстве стран произошёл полный отказ от полного прямого финансирования. При реализации различных проектов театры прибегают к поддержке институтов гражданского общества. Наиболее распространённая форма государственной поддержки – выделение грантов на различные цели. Наиболее развита эта система в Швеции.

Сравнивая механизмы финансирования культурных организаций в различных странах мира, можно сказать, что они различны. Это связано с тем, что система взаимодействия государства, общества и организаций культуры складывалась по-разному. Безусловно, система финансирования организаций культуры в России не является совершенной, поскольку в современном мире для развития крупных организаций различного характера необходимо прибегать к помощи институтов гражданского общества, а в России они развиты слабо. Эти институты развиты за границей, особенно в странах Европы и Америки. Для совершенствования подобных институтов финансирования в России, необходимо обращаться к опыту других стран, но, рассмотрев системы финансирования различных государств, можно сказать, что России не стоит полностью преобразовывать систему финансирования, которая сложилась на настоящее время, что связано с историческими особенностями развития нашего государства. Если в США процент государственного финансирования организаций культуры составляет 5 %, то в России этот показатель составлял 69 % (для театров) в 2018 году. Проведя данный анализ, можно систематизировать полученные результаты в таблице ниже.

Сравнение схем финансирования организаций культуры

	Российская Федерация	США	Франция	Великобритания	Эстония, Латвия
Бюджетное финансирование	+	–	+	–	+
Благотворительность (меценатство, спонсорство и др.)	–	+	+	+	–
Доходы от эндаумент-фондов и фондов целевого капитала	–	+	–	+	–
Доходы от лотерей и маркированных налогов	–	+	–	+	+
Грантовая поддержка	+	–	+	+	–

В приведённой выше таблице знак «+» ставится только с том случае, если данный институт финансовой поддержки занимает значительную часть в структуре финансирования организаций культуры в том или ином государстве.

Исходя из полученной информации, можно сделать следующие содержательные выводы. Во-первых, ни в одной из представленных стран не функционируют все приведённые институты финансирования одновременно. Во-вторых, реже всего встречаются эндаумент-фонды. В-третьих, помимо бюджетного финансирования распространённым институтом является благотворительность, который включает в себя меценатство, спонсорство и индивидуальные пожертвования. Стоит заметить и то, что в ряде стран почти полностью отсутствует финансирование из средств государственного бюджета, что связано как с высоким уровнем развития гражданского общества, так и с особенностями экономического устройства государства.

Для улучшения финансового положения российских организаций культуры стоит развивать институты гражданского общества, а не уничтожать существующую систему государственного финансирования, поскольку она в настоящее время развита лучше, чем не так давно сложившиеся институты. Данные институты необходимы как источники дополнительного финансирования: они не должны восприниматься как замена уже существующей модели поддержки организаций культуры со стороны государства. Это связано с тем, что привлечение дополнительных средств должно быть направлено на увеличение бюджета культурных организаций, а не на сокращение выделяемых бюджетных средств. Основным примером для России должны стать страны Европы,

поскольку менталитет этих государств во многом схож с менталитетом России.

Список литературы

1. Абанкина Т. В. Модели государственной поддержки культуры: теоретические основания и финансовые инструменты // Журнал Новой экономической ассоциации. 2014. № 4 (24). С. 185–189.
2. Абанкина Т. В. Многоканальное финансирование культуры и искусства: зарубежный опыт // Журнал Новой экономической ассоциации. 2012. № 2 (14). С. 138–141.
3. Музыкачук В. Ю. Государственная поддержка культуры: ресурсы, механизмы, институты. СПб. : Нестор-История, 2013. 280 с.
4. Семенова Д. Я. К вопросу о финансировании театрального дела в Соединенных Штатах Америки // Театр. Живопись. Кино. Музыка. 2018. № 1. С. 85–98.
5. Hillman-Chartrand H., McCaughey C. The arm's length principle and the arts: an international perspective: pasts, present and future // Who's to Pay for the Arts? The International Search for Models of Support / ed. by M. C. Cummings Jr, J. Mark Davidson Schuster ; American Council for the Arts. New York, 1989. 125 p.
6. How the United States Funds the Arts. National Endowment for the Arts. 3^d ed. Washington, 2012.

УДК 336.67

СРАВНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ И РОССИЙСКИХ СТАНДАРТОВ УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

*Анастасия Алексеевна Улитина¹,
Юлия Владимировна Малахова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ metlovaanastasiya@rambler.ru

² borisylka@mail.ru

Аннотация. Раскрывается порядок учета финансовых результатов на уровне организации согласно требованиям российских и международных стандартов учета.

Ключевые слова: доходы, выручка, прибыль, расходы, финансовый результат

Финансовый результат – представляет собой показатель, который определяет эффективность применения финансово-хозяйственной деятельности организации, динамику объемов, получаемых прибыли или

убытка за определенный период. Совокупный финансовый результат деятельности любого хозяйствующего субъекта может находиться в зависимости от множества факторов. В состав таких факторов могут входить: состав, структура и стоимостная характеристика основного имущества, источников его финансирования, объемы продажи продукции, иные доходы и др.

Большинство российских ученых-экономистов в своих исследованиях с позиции разных подходов дают определение финансовому результату как экономической категории, уделяя, тем самым, особое внимание изучению факторов, влияющих на его формирование. Причина различных подходов заключается в том, что, не смотря на схожесть предмета исследования, в экономической науке присутствуют научные споры в отношении определения времени появления и величины прибыли.

Финансовый результат деятельности экономического субъекта характеризуется в виде разницы между выручкой, полученной от продажи продукции, и затратами на ее производство и продажу. Итоговый результат деятельности экономического субъекта может быть в виде прибыли или убытка.

Финансовый результат деятельности хозяйствующего субъекта выступает в качестве объекта исследования в бухгалтерском учете. Порядок учета доходов, расходов и финансовых результатов организации в целом в настоящее время определяют нормативные акты. К таким документам относятся российские и международные стандарты.

В положениях по бухгалтерскому учету ПБУ 9/99 «Доходы организации» и ПБУ 10/99 «Расходы организации» дается определение доходам и расходам [1, 2].

В настоящее время в процессе рассмотрения находятся стандарты ФСБУ «Доходы» и ФСБУ «Расходы», которые планируется ввести в действие для обязательного применения с 2022 г. и 2023 г. соответственно. Данные документа содержат аналогичную трактовку понятий доходы и расходы.

В международной практике нормативное регулирование учета доходов и расходов регулируется международными стандартами.

До 2018 года учет выручки, как категории дохода, находился в ведении двух стандартов – МСФО (IAS) 11 «Договоры на строительство» и «МСФО (IAS) 18 Выручка». В настоящее время эти документы утратили свою актуальность в связи с введением в действие МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями».

Действие МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» распространяется на все договоры с покупателями, кроме договоров, находящихся в сфере применения других стандартов, таких, как МСФО (IFRS) 4 Договоры страхования, МСФО (IFRS) 9 Финансовые инструменты, МСФО (IFRS) 16 Аренда и др.

Отправной точкой процесса признания выручки выступает договор, устанавливающий обязанности сторон сделки (п. 9 IFRS 15 «Выручка по договорам с покупателями»).

По положениям МСФО (IFRS) 15 процесс признания в учете выручки включает в себя несколько основных этапов (рис. 1). При применении каждого этапа модели стандарт требует, чтобы компании применяли профессиональное суждение и учитывали все уместные факты и обстоятельства, сопутствующие сделке [3].

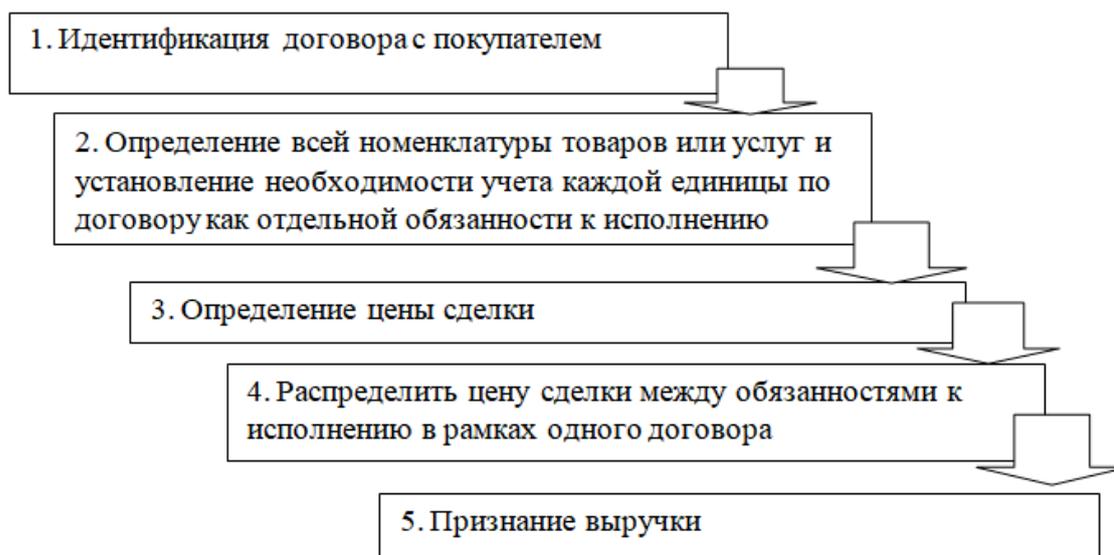


Рис. 1. Последовательность действий по признанию выручки согласно положениям МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями»

В современном деловом мире договоры с покупателями отличаются большим разнообразием и сложностью. Некоторые договоры носят ярко выраженный отраслевой характер и имеют свои собственные, присущие только им проблемы признания выручки. В связи с этим, при формировании положений в МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями», в текст документа включено подробное руководство по ряду вопросов, которое имеет своей целью помочь составителям финансовой отчетности из различных сфер деятельности в практическом применении стандарта [3].

В частности, стандарт объясняет, как учитывать долгосрочные контракты, лицензионные соглашения, предоставленные гарантии, права клиентов на дополнительные товары или услуги либо на возврат денежных средств, продажи с участием посредников, договоры с условием обратного выкупа, неиспользованные права покупателей, невозвратные авансовые платежи и т.д.

Кроме того, стоит отметить, что моментом признания выручки согласно ПБУ 9/99 «Доходы организации» считается момент перехода

права собственности, а согласно МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» – момент перехода рисков и преимуществ владения, т.е. на момент перехода контроля покупателю.

Отличительной особенностью российских стандартов в сравнении с МСФО является отсутствие положений в части учета выручки многокомпонентных сделок. Многокомпонентная сделка – это соглашение, включающее в себя признаки нескольких сделок сразу (например, одновременная продажа программного обеспечения и абонентских услуг по его сопровождению). В МСФО установлено, что выручка может быть признана по отдельному компоненту, если последний включает в себя коммерческое содержание. В обратном случае, выручка признается по всей сделке в целом, в общей сумме.

В международных стандартах бухгалтерского учета отсутствует стандарт, регулирующий порядок учета расходов. Как правило, это является частью отдельных МСФО, посвященных учету аренды, запасов, основных средств и иных объектов учета.

На основе учтенных доходов и расходов формируется финансовый результат. Более детально, этапы формирования финансового результата отражаются в отчете о финансовых результатах. Согласно п. 23 Положения по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» финансовый результат определяется последовательно от одного показателя к другому. По условиям Международного стандарта финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» финансовые результаты могут быть определены в отчете о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе. При этом стоит отметить, что финансовый результат по российским и международным стандартам определяется на основании схожих между собой показателей [4, 5].

Подводя итог, можно отметить, что современные тенденции развития бухгалтерского учета в Российской Федерации направлены на сближение своих норм к нормам ведения учета по международным стандартам. Таким образом, при наличии отличий в порядке учета доходов и расходов, порядок формирования финансового результата в российской и международной практике учета является практически идентичным. Окончательное устранение отличий возможно при правильном толковании норм международных стандартов и адаптации их принципов в российских условиях.

Список литературы

1. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99»: приказ Минфина России от 06.05.1999 № 32н (ред. от 06.04.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 1791) // СПС «Консультант-Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/5 (дата обращения: 24.02.2021).

2. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «"Расходы организации" ПБУ 10/99» : приказ Минфина России от 06.05.1999 № 33н (ред. от 06.04.2015) (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 № 1790) // СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12508/0463b359311d4db34a4b799a3a5c57ed0e8098ec/ (дата обращения: 24.02.2021).

3. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» : приказ Минфина России от 27.06.2016 № 98н (ред. от 14.09.2016) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201985/ (дата обращения: 24.02.2021).

4. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «"Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99» : приказ Минфина России от 06.07.1999 № 43н (ред. от 08.11.2010, с изм. от 29.01.2018) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_18609/2ff7a8c72de3994f30496a0cbb1ddafdaddf518/ (дата обращения: 24.02.2021).

5. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» : приказ Минфина России от 28.12.2015 № 217н (ред. от 14.12.2020) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_193588/ (дата обращения: 20.02.2021).

УДК 336.6

АНАЛИЗ И ВЫБОР БРОКЕРСКОЙ КОМПАНИИ

*Денис Георгиевич Унанов¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} avp1123@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются самые популярные брокерские компании России по числу активных клиентов, их основные тарифы, преимущества и недостатки для розничного долгосрочного инвестора по основным критериям.

Ключевые слова: брокерская компания, ценные бумаги, фондовый рынок, депозит

Брокер это – юридическое лицо, выполняющее посреднические функции между продавцом и покупателем по покупке и продаже ценных бумаг в случае биржевого брокера. Он обязан иметь лицензию и быть зарегистрирован на бирже, либо являться её членом.

Прежде чем приступить к сравнению основных брокеров, нужно понять, что его главная задача – исполнять ваши поручения и больше ничего. Инструменты для торговли предоставляет биржа, а не брокер.

Выбор инструментов всегда лежит на вас как на инвесторе, а не на брокере. Брокер – это ваш исполнитель, которому вы говорите купить какую-либо акцию, а он идёт и покупает эту ее для вас на бирже. Главным критерием при сравнении будут тарифы, но далеко не единственным. Ведь помимо них также важны следующие моменты:

- наличие большего количества ценных бумаг для покупки;
- удобство приложения для торговли;
- качество службы поддержки;
- надежность брокерской компании.

Теперь представим брокеров для сравнения по количеству активных клиентов (табл. 1). Активным клиентом может считаться клиент, совершивший хотя бы одну операцию за месяц.

Таблица 1

Топ 10 брокеров по числу активных клиентов [1]

Позиция	Имя брокера	Количество клиентов	Доля
1	АО «Тинькофф Банк»	931 751	59,1 %
2	Сбербанк	237 198	15,1 %
3	ВТБ	216 008	13,7 %
4	ФГ БКС	53 288	3,4 %
5	ФИНАМ	39 488	2,5 %
6	Группа Банка «ФК Открытие»	37 055	2,4 %
7	АО «АЛЬФА-БАНК»	31 601	2,0 %
8	Фридом Финанс	11 349	0,7 %
9	ООО УК «Альфа-Капитал»	11 288	0,7 %
10	ПАО «Промсвязьбанк»	6777	0,4 %

Для удобства представим таблицу в виде графика (рис. 1).

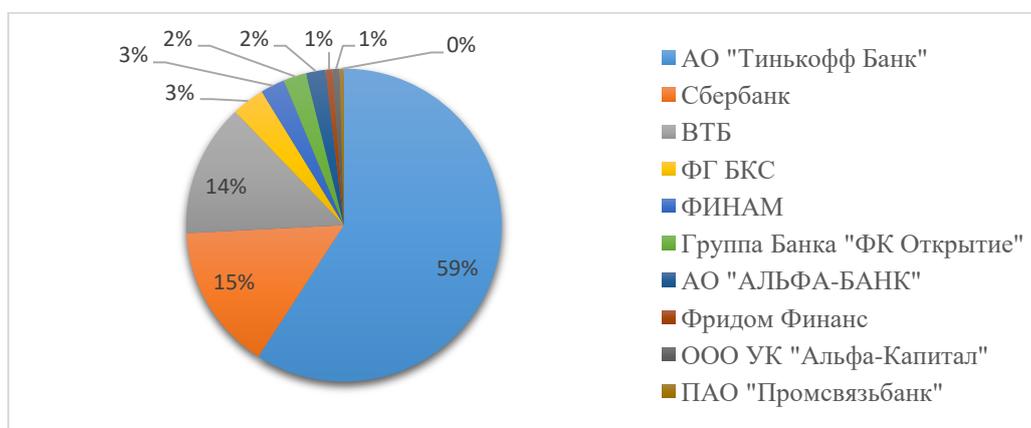


Рис. 1. Доля брокеров по числу активных клиентов

Видно, что основную часть занимают первые 7 брокеров с долей 98,1 %, тогда как последние 3 занимают долю всего в 1,8 %.

Также стоит учитывать, что сравнение ведется для инвесторов, а не спекулянтов и трейдеров. Поэтому рассматривается торговля основными ценными бумагами (акции, облигации, ETF, БПИФ), а не деривативы и стандартные тарифы для долгосрочного инвестирования.

Сейчас рассмотрим основные моменты, которые будут учитываться при сравнении брокеров:

1. Размер комиссии – комиссия является основным заработком брокеров, тогда как для клиентов наиболее привлекательна низкая оплата. Данный критерий является первостепенным при выборе брокера.

2. Плата за обслуживание брокерского счета – ежемесячная оплата также является источником дохода для брокерских компаний и очень нежелательна для клиентов. Часто ее вводят для небольших депозитов или прячут за другими финансовыми инструментами, о чем будет упомянуто позже.

3. Доступ к большому количеству ценных бумаг – у некоторых брокеров отсутствует доступ к Санкт-Петербургской бирже, у других нет некоторых ETF-фондов и так далее. Чем больше выбор инструментов инвестирования, тем больше возможностей для инвестора.

4. Функционал и удобство приложения для торговли – сейчас практически все инвесторы используют только приложения брокера. Его функционал и удобство могут очень сильно повлиять на выбор компании.

5. Комиссия за ввод и вывод денег – возможность быстрого и удобного зачисления денег на счет без комиссий – большое преимущество при зачислении больших сумм. В настоящее время у большинства брокеров комиссии отсутствуют только при зачислении средств с их собственных карт.

6. Служба поддержки – важно, чтобы была возможность в любой момент обратиться к брокеру и получить быстрый ответ как в случае со звонком, так и в онлайн-чате.

7. Минимальный депозит – сумма, необходимая для начала торговли. Последняя время такая практика становится все реже и начать торговать практически у любого брокера можно с любой суммы (табл. 2).

Таблица 2

Сравнение брокеров [2]

№	Брокер	Название тарифа	Комиссия	Депозитарное обслуживание	Зачисление средств карты брокера	Доступ ко всем инструментам	Минимальный депозит	Качество приложения по 5-й шкале
1	АО «Тинькофф Банк»	Инвестор	0,3 %	Отсутствует	Бесплатно	Да	Отсутствует	5
2	Сбербанк	Самостоятельный	0,06 %	Отсутствует	Бесплатно	Нет СПБ биржи	Отсутствует	2
3	ВТБ	Мой онлайн	0,05 %	Отсутствует	Бесплатно	Да	Отсутствует	5
4	ФГ БКС	Инвестор	0,1 %	Отсутствует	Бесплатно	Да	Отсутствует	5
5	ФИНАМ	Стратег	0,05 %	Отсутствует	Бесплатно	Да	Отсутствует	
6	Группа «ФК Открытие»	Всё включено	0,05 %	Отсутствует	Бесплатно	Да	Отсутствует	3
7	АО «Альфа-Банк»	S	0,049 %	0,06 % годовых	Бесплатно	Да	Отсутствует	4

Источник: сайты брокерских компаний.

Из таблицы выше сразу видно, что тарифный план от Тинькофф сильно выделяется своей высокой комиссией – 0,3 % против 0,05 %. И это несмотря на самое большое количество активных клиентов с долей в 59 %. Все дело в том, что у данного брокера самая активная реклама, одно из лучших приложений и отличная поддержка. Но перекрывает ли это комиссию в 6 раз больше, каждый решает сам.

Помимо этого, аутсайдером является брокера от Сбербанка. У него нет доступа к Санкт-Петербургской бирже, и приложение значительно уступает по функционалу конкурентам. Но стоит отметить, что в настоящее время на Московскую биржу добавляется все больше иностранных акций и этот минус уже ощутим не так сильно [3].

В остальном все тарифы примерно схожи. Так, у всех брокеров на базовых тарифах отсутствует депозитарное обслуживание и минимальный депозит, хотя еще год назад все было не так. У многих брокеров была минимальная начальная сумма для старта и отсутствовали тарифы с бесплатным ведением. Это говорит о развитии инвестирования в ценные бумаги и приспособление брокеров под нужды каждого клиента.

Подводя итоги, следует сказать, что выгоднее всего пользоваться тем брокером, банковскими услугами которого вы пользуетесь, но стоит быть внимательным в случае АО «Тинькофф Банк» и Сбербанк из-за их не очень приятных особенностей.

Список литературы

1. Московская биржа. URL: <https://www.moex.com/> (дата обращения: 04.03.2020).

2. Ермаков С. Рейтинг брокеров России 2020 года: сравнение семерки лучших // vc.ru. URL: <https://vc.ru/finance/142749-reyting-brokerov-rossii-2020-goda-sravnenie-semerki-luchshih>

3. Инвестиции // Официальный сайт banki.ru. URL: <https://www.banki.ru/investment/> (дата обращения: 04.03.2020).

УДК 332.05

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

*Денис Георгиевич Унанов¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} avp1123@mail.ru

Аннотация. Рассматривается инновационное развитие Пензенской области, его важность и значение для региона, программы, направленные на его улучшение, а также нынешнее развитие Пензы относительно других городов России.

© Унанов Д. Г., Понукалин А. В., 2021

Ключевые слова: инновационное развитие, кадры, уровень развития, инновации

Инновационное развитие является наиважнейшим фактором в развитии экономики любой страны или региона. В нынешних условиях просто невозможно развиваться успешно, обходя стороной инновационную деятельность. Очевидно, что сейчас практически каждый субъект Российской Федерации понимает это и стремится улучшить свое инновационное развитие, и выйти в лидеры данной области. Пензенская область не стала исключением и уже сейчас можно заметить множество программ и направлений, направленных на прогресс в данной области.

Пензенская область – регион привлекательный для жизни и развития инновационного бизнеса, обладающий необходимыми условиями для творческого развития, созидательной деятельности и самореализации личности, безопасного и комфортного проживания людей, поддерживающих устойчивое социальное и бизнес-взаимодействие, позитивно ассоциирующих себя с Пензенской областью, строящих и реализующих свои жизненные стратегии во взаимосвязи со стратегией региона.

Кадры.

Одним из важнейших критериев для успешного инновационного развития региона является наличие человеческих ресурсов, способных к творческой деятельности и испытывающих потребность в реализации своих целей с практической и теоретической точки зрения. Так, на территории Пензенской области был выполнен, а также запланирован ряд проектов, некоторые из которых уже действуют. Среди них:

– «Малый инновационный лифт Пензенской области» – это систематичная региональная программа для привлечения молодежи и детей в инновационную деятельность;

– «Пензенская Лига Новых школ» – проект для продвижения идей, связанных с развитием естественно-научного, физико-математического и общего современного образования;

– Зимняя школа «DomInno» – творческая площадка для развития у старшеклассников навыков и компетенций по выбранному направлению, развитию у них интереса к предпринимательской деятельности, сочетанию процесса обучения с активным отдыхом и оздоровлением;

– «Инноваториум» – инновационно-техническая выставка творчества подрастающего поколения;

– «Новатор-Web» – комплекс интернет-конкурсов по восьми направлениям будущего: Video, 3D, PM, Design, SMM, IT, Hardware, Engineer.

Помимо этого, наиважнейшими платформами для реализации детских проектов являются центры молодежного инновационного творчества (ЦМИТ). На данный момент в Пензенской области существует

18 центров молодежного инновационного творчества, созданных при поддержке Минэкономразвития России и Правительства Пензенской области.

Центры молодежного инновационного творчества в настоящее время выступают основной составляющей «малого инновационного лифта Пензенской области», предусматривающего стимулирование и мотивацию инновационной деятельности молодежи, их привлечения в проекты ранней профессиональной ориентации, программы исследовательского, инженерного и технического направления, формирование инновационного и предпринимательского образа мышления обучающихся, рост молодежного инновационного предпринимательства.

Рейтинги.

Если смотреть на нынешнее инновационное развитие Пензы относительно других городов России, то по рейтингу инновационных регионов России, составленным Ассоциацией инновационных регионов России совместно с Министерством экономического развития Российской Федерации с 2012 года, можно заметить, что в 2018 году она находится на 31 месте и входит в группу средне-сильных инвесторов. Главным преимуществом данного рейтинга является то, что он основывается не на экспертных оценках, а на количественных показателях, что, делает его более объективным.

Однако, если посмотреть на лидеров по уровню развития инновационной деятельности организаций, можно заметить высокое место Пензенской области в рейтинге относительно других регионов – 10 место. Для оценки и составления данного рейтинга использовались следующие показатели:

- Удельный вес организаций, осуществляющих инновационную деятельность, технологические и нетехнологические инновации в их общем числе;
- Удельный вес инновационных работ, товаров и услуг в их общем объеме;
- Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме выполненных услуг и отгруженных товаров;
- Число используемых изобретений на один миллион населения;
- Удельный вес внедряемых или подвергаемым технологическим изменениям инновационных работ, товаров и услуг в их общем объеме.

Все это свидетельствует о том, что несмотря на относительно невысокое место Пензенской области в общем рейтинге инновационного развития городов России, нахождение в десятке лидеров по уровню развития инновационной деятельности организаций, а также большое количество программ, направленных на поиск, отбор и подготовку кадров, позволит региону значительно поднять свое инновационное развитие (рис. 1).

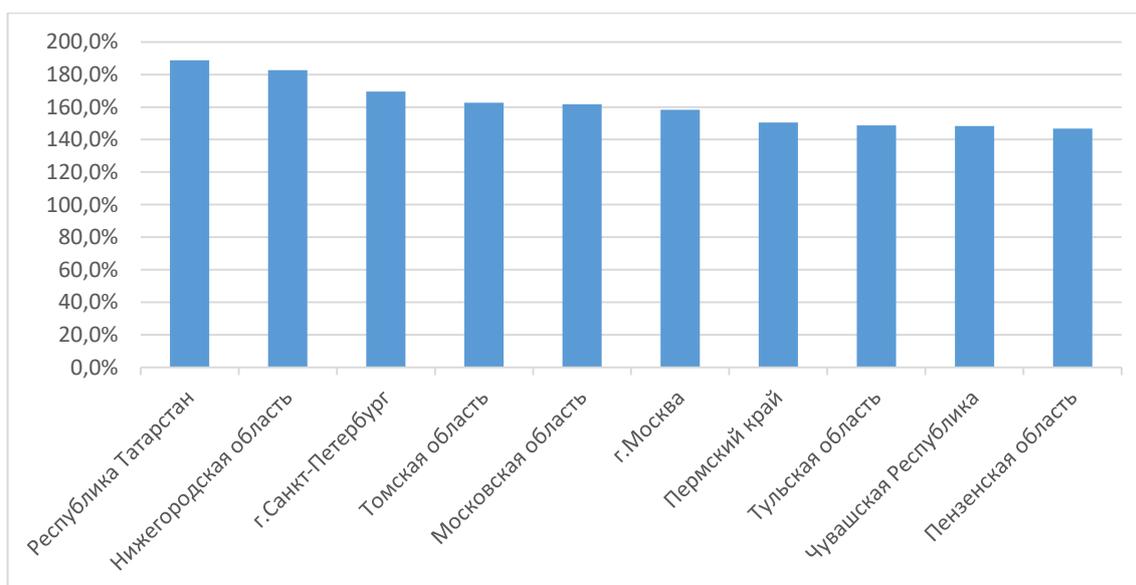


Рис. 1. Лидеры по уровню развития инновационной деятельности организаций

Роль инноваций трудно переоценить. Они играют важнейшее значение в жизни региона, позволяют выполнять как экономические, так и социальные функции, охватывая все стороны жизни общества. И видно, что направление, выбранное Пензенской областью, для достижения инновационного развития действительно способствует прогрессу региона. Некоторые из запланированных проектов, направленных на подготовку кадров, уже действуют. Но, помимо этого, главное не только в достаточной мере осуществить уже готовые проекты, но и открывать новые. Это необходимо для того, чтобы направить потенциал молодежи в правильное направление. Ведь сейчас такого рода профессии как никогда актуальны. Только в этом случае прогресс будет заметен не только в ежегодных рейтингах инновационных городов России, но и в нашей реальной повседневной жизни.

Список литературы

1. Некрылова Н. В., Силантьев Р. С. Ключевые проблемы развития малого инновационного предпринимательства в современной России // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 115–120.

2. Байрамова Ж. М. Роль малого бизнеса в развитии национальной экономики // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 32–36.

3. Уланова О. Особенности современного инновационного развития Пензенской области // Международный сельскохозяйственный журнал. 2015. № 2. С. 36–37.

4. Деркаченко В. Н. Кластерный анализ инновационной деятельности федеральных округов России // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 37–41.

УДК 336.7

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Алексей Дмитриевич Ховрин¹,
Елена Викторовна Куницкая²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ khovrin.1997@mail.ru

² kunitskayaelena@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются современные особенности формирования направлений кредитной политики на микро- и макроуровне.

Ключевые слова: финансы, банковская система, ставка рефинансирования, кредитная политика

Цикличность экономики, как мировой, так и отечественной ставит перед мировым сообществом вопросы по максимальному смягчению последствий кризисов, пандемии COVID-19. Сегодняшнее положение дел является, по сути, продолжением кризиса 2008–2009 гг., когда схлопывание фондовых индексов было остановлено колоссальными вливаниями денег в целях стимулирования роста. Подобное стало возможным благодаря тому, что учётная ставка центральных банков во многих развитых странах устремилась к нулю, что сделало кредит практически бесплатным. Заливание кризиса ликвидностью не решило проблему, а отсрочило её, в том числе в некоторой степени усугубив. В последние годы многие экономисты говорят о возможности скорого «суперкризиса», который будет иметь невероятно разрушительные последствия. МВФ и другие структуры в сложившейся ситуации стремятся укрепить банковскую систему по всему миру. Согласно договору Базель, III центральные банки уже нарастили норматив достаточности капитала с 10 % до 15 %.

Перманентное кризисное состояние российской экономики вызвано не только трудным переходом к подлинно рыночной системе

отношений, но и постоянным международным давлением западных «партнёров». Сформировавшаяся в настоящее время квазирыночная система не приспособлена для претворения в жизнь ключевых параметров развития современных наукоёмких отраслей развития. Намечается заметное отставание РФ от экономик развитых стран. Подобное положение дел не может не сказаться на качестве нашего экспорта, который с каждым годом в большей степени зависит от цен на природные ископаемые. Это наносит удар по национальной валюте, которая всё в большей степени подвержена волатильности из-за «скачущих» на ресурсы цен. Всё это можно отнести к факторам, которые ослабляют национальную валюту по отношению к мировым резервным валютам, что приводит к ослаблению всей финансовой системы РФ, в том числе банковской системы. В подобных условиях, начиная с кризиса 2008–2009 гг., в российских банках внедряются всё новые и новые стресс-системы, которые позволяют анализировать то, как банк будет вести себя при осуществлении тех или иных стресс-факторов.

Кредитную политику коммерческого банка можно охарактеризовать как определение приоритетов на кредитном рынке и определение целей кредитования. Формулируя основы кредитной политики, руководство кредитного учреждения фиксирует в документе приоритетные сферы, направления экономики, тип идеально соответствующего клиента – заёмщика и характер взаимоотношений с ним, способы обеспечения кредитов и т.д. [1].

Кредитная политика банков чётко определяет цели кредитования и содержит правила достижения конкретных целей, в том числе стандарты и инструкции, представляющие собой важное методическое обеспечение её реализации. Как правило, её разработка и совершенствование осуществляется высшим руководством банка. В ней должны быть сформулированы основные направления кредитной деятельности: объективные стандарты и критерии, которыми должны руководствоваться банковские работники; основные действия лиц, принимающих стратегические решения в области кредитования; принципы контроля качества управления кредитной деятельностью в банке и работой служб внутреннего и внешнего аудита.

Кредитная политика банка определяет степень приемлемого риска, который в свою очередь определяет норму доходности и рентабельности как собственного, так и заёмного капитала. Особое значение приобретает разработка собственной кредитной политики каждым банком, так как в современных условиях развития экономики недостаточно следовать одной концепции организации кредитных отношений. Каждый конкретный банк определяет свою собственную кредитную политику, принимая во внимание всю совокупность внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность данного банка.

Ухудшение эпидемической обстановки в III–IV кварталах 2020 г. во многих странах мира привело к ужесточению противоэпидемических ограничений, замедлению восстановления деловой активности и коррекции вниз мировых фондовых индексов. Однако уже с ноября 2020 г. динамика мировых финансовых и товарных рынков стала улучшаться, чему способствовали новости о высокой эффективности вакцин от COVID-19 и стабилизация политической ситуации в США [2].

Экономическая активность в IV квартале 2020 г. сложилась лучше, чем прогнозировал Банк России в октябре: вместо ожидаемой паузы восстановительного роста, начавшегося в III квартале, наблюдалось его замедление. В основном такая динамика стала следствием более устойчивого внутреннего и внешнего спроса.

Основной вклад в рост выпуска базовых отраслей экономики РФ в IV квартале 2020 г. внесли обрабатывающие производства, при этом по сравнению с III кварталом наблюдалось увеличение выпуска всех крупных категорий товаров, наиболее существенно – инвестиционных и потребительских. По итогам 2020 года ВВП снизился на 3,1 %. Постепенное снятие ограничений по всему миру по мере уменьшения эпидемических рисков будет способствовать дальнейшему росту российской экономики. Согласно прогнозу Банка России, более активное восстановление во втором полугодии 2020 г. приведёт к более быстрому закрытию разрыва выпуска на среднесрочном горизонте. Как следствие, его ожидаемое дезинфляционное влияние будет заметно меньше.

Динамика цен в конце 2020 – начале 2021 гг. формировалась под действием проинфляционных факторов: шоков предложения на отдельных продовольственных рынках страны, повышения мировых цен на биржевые товары, роста издержек производителей, а также продолжающегося переноса ослабления курса рубля в цены. По итогам 2020 г. темп прироста потребительских цен составил 4,9 %, что выше прогноза Банка России. Пиковое значение инфляции относительно соответствующего периода прошлого года ожидается в феврале-марте 2021 г. и затем будет снижаться. По итогам 2021 г. инфляция сложится в диапазоне 3,7–4,2 % и будет находиться вблизи цели в дальнейшем [3].

Сроки и темпы возврата к нейтральной денежно-кредитной политике будут определяться исходя из фактической и ожидаемой динамики инфляции относительно цели, динамики российской экономики и внешних рынков.

При этом стоит отметить, что, несмотря на приостановку снижения рыночных ставок во второй половине 2020 г., фактически произошла реализация дополнительного смягчения денежно-кредитных условий: рост инфляционных ожиданий на фоне ускорения наблюдаемой инфляции и изменчивости ключевой ставки привел к заметному снижению реальных ставок.

Список литературы

1. Белов А. В. Финансы и кредит. Структура финансов рыночной экономики: курс лекций : учеб. пособие для студентов образовательных учреждений среднего профессионального образования. М. : Форум, 2012. 223 с. (Профессиональное образование).
2. Шуляк П. Н., Белотелова Н. П., Белотелова Ж. С. Финансы : учеб. для бакалавров. 2-е изд., стер. М. : Дашков и К, 2019. 382 с.
3. Центральный банк Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru/>

УДК 330.1

ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ФРАНЧАЙЗИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Антон Александрович Филиппов¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} avp1123@mail.ru

Аннотация. Рассматривается франчайзинг как особый вид бизнес-модели, который возник в России в середине 1990-х гг. В то же время в странах с развитой экономической система франчайзинга была уже широко распространена. В настоящее время бизнес-модель франчайзинга получает все большее распространение в России и нуждается в комплексной систематизации. Франчайзинг является одним из ведущих способов формирования и масштабирования малого и среднего бизнеса, в частности привлечения инвестиций и создания рабочих мест, что является одной из глобальных задач современной отечественной экономики.

Ключевые слова: франчайзинг, бизнес-модель

Франчайзинг оказывает положительное влияние на экономику в целом и является актуальным способом производства продукции и оказания услуг. Перспективность данной бизнес-модели на развивающихся рынках объясняется существующей уже достаточное время структурой франчайзинга в глобальной экономике и системным характером взаимоотношений, что позволяет создать крупную сеть реализации товаров и услуг и предоставить возможность быстрого выхода на рынок новых участников с минимальным риском.

На сегодняшний день определение бизнес-модели франчайзинга имеет различные трактовки в зависимости от сферы применения, а также может рассматриваться как отдельная отрасль экономики. В зависимости от контекста, где применяется термин франчайзинга, он может означать либо метод предпринимательской деятельности, либо разновидность договора, либо характер правоотношений. Но в целом франчайзинг это одна из используемых сетевых форм бизнес-модели в мировой экономике. В тех областях экономики, где франчайзинг получил большее распространение, он рассматривается как прогрессивная система организации бизнеса (рис. 1).



Рис. 1. Система франчайзинга

Схема взаимоотношений в системе франчайзинга представлена на рис. 2.

Создать франчайзинговую бизнес-модель можно на основе различных видов предпринимательской деятельности. Сферами экономики России, где франчайзинговая бизнес-модель получила наибольшее распространение на начало 2020 года, являются услуги бизнесу и населению и розничная торговля (рис. 3).

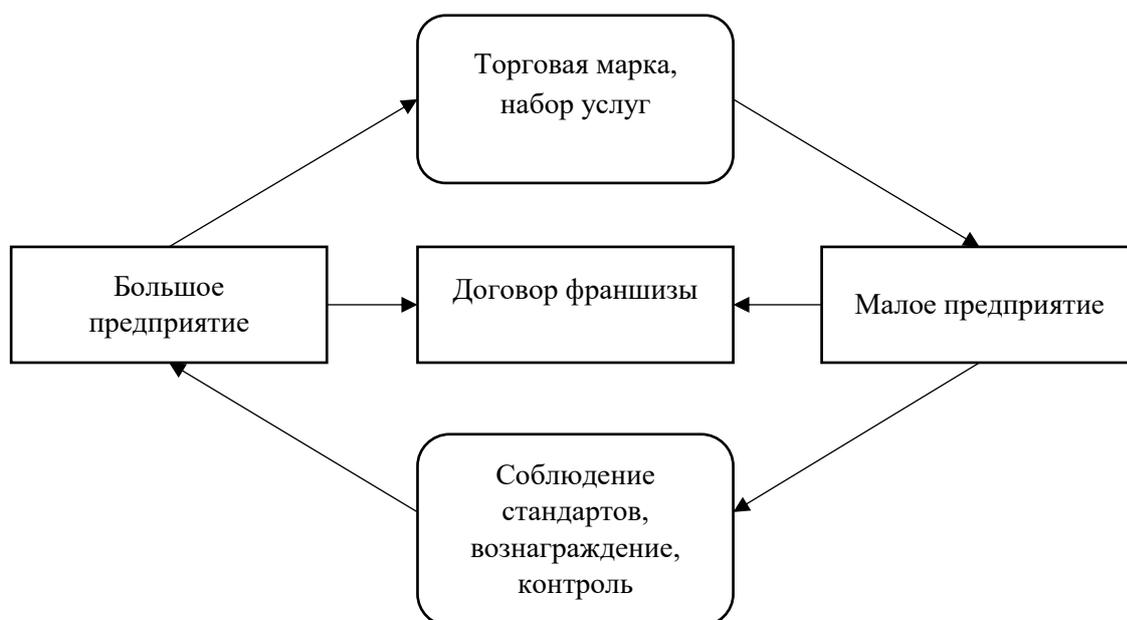


Рис. 2. Схема взаимоотношений в системе франчайзинга



Рис. 3. Структура франчайзинга в России [3]

Исследователи классифицируют франчайзинг по различным основаниям и это является подтверждением того, что франчайзинг – это сложно структурированное явление. Виды франчайзинговых систем представлены на рис. 4.

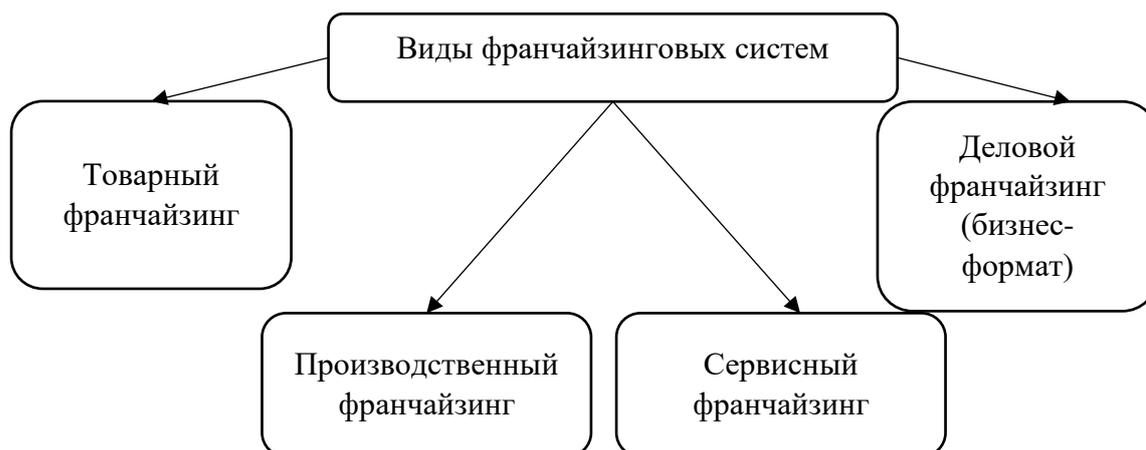


Рис. 4. Основные виды франчайзинговых систем

«Товарный франчайзинг представляет собой продажу товаров, производимых франчайзером и каким-либо образом маркированных его товарным знаком. Франчайзи, как правило, осуществляет послепродажное их обслуживание. Правообладателем при данном виде франчайзинга выступает производитель. Основным передаваемым правом является право на использование товарного знака франчайзера» [1].

Соответственно, франчайзинг такого вида пользуется не такой большой популярностью, так как при этом франчайзи является лишь частью контролируемой франчайзером системы сбыта. Вместе с тем, товарный франчайзинг особо эффективен, если реализуемая продукция имеет большой спрос у потребителя, например, продажа автомобилей является ярким примером данного вида франчайзинга. Большинство мировых автомобильных брендов используют франчайзинговую бизнес-модель.

«Производственный франчайзинг представляет собой организацию производства определенного вида продукции. Компания, обладающая секретом производства сырья и запатентованной технологией изготовления готового продукта, осуществляет обеспечение конечного производителя сырьем и передает права на использование этой технологии» [2].

Особенностью производственного франчайзинга является то, что за счет производства продукции только необходимой номенклатуры должного качества достигается исключительная эффективность, и соответственно, экономичность. Вместе с тем, франчайзер осуществляет контроль качества выпускаемой продукции в соответствии с заключенными договорами с франчайзи. Такая бизнес-модель является более гибкой при освоении производства новых видов продукции и позволяет быстро масштабировать или изменить производство в зависимости от конъюнктуры рынка.

«Сервисный франчайзинг представляет собой нечто среднее между товарным и производственным франчайзингом. Его сфера применения – услуга. Сущность заключается в том, что франчайзи предоставляется право заниматься определенным видом деятельности под торговой маркой франчайзера. У франчайзера есть ряд запатентованных прав, которые на основании договора передаются франчайзи» [3].

Сервисный франчайзинг – перспективная бизнес-модель, главной отличительной чертой, которой является высокий уровень обслуживания потребителей. В данном случае франчайзер и франчайзи в плотную взаимодействуют друг с другом, тем самым поддерживается высокое качество оказания услуг, и, соответственно, конечный потребитель четко понимает уровень тех услуг, которые он может получить в организациях с аналогичной торговой маркой. Такая организация бизнеса способствует большей узнаваемости и формированию лояльности клиентов.

«Франчайзинг бизнес-формата составляет комплексный подход передачи франчайзером бизнеса франчайзи. Наряду со всеми перечисленными правами франчайзер передает франчайзи разработанную им технологию организации и ведения бизнеса. Франчайзи полностью идентифицируется с франчайзером и становится частью общей корпоративной системы» [3].

Такой вид франчайзинга может быть реализован в различных сферах ведения бизнеса, например сфере торговли, оказании услуг, производстве продукции и т.д. Вместе с тем, франчайзер может передать франчайзи права на определенных условиях, по которым франчайзи будет осуществлять свою деятельность по внутренним стандартам франчайзера. Более того, положительная репутация франчайзера положительно скажется не только на возможностях развития всей сети франчайзи, но и сможет усилить конкурентные преимущества самого франчайзера.

Основной целью современных форм франчайзинга является эффективное взаимодействие предпринимателей для получения прибыли. Для франчайзера это возможность масштабирования бизнеса, а для франчайзи – организация собственного предприятия в рамках системы франчайзинга.

Особенностью системы франчайзинга является не уникальность или привлекательность конкретного продукта или услуги, а качество всей бизнес-модели в целом. Вместе с тем, у бизнес-модели франчайзинга существуют свои преимущества и недостатки (табл. 1, 2).

Таблица 1

Преимущества бизнес-модели франчайзинга

Для франчайзера	Для франчайзи
1. Масштабирование бизнеса и увеличение объема продаж	1. Создание положительной репутации благодаря использованию хорошо известной торговой марки
2. Возможность поднять престиж фирмы и ее товарного знака	2. Сохранение относительной экономической и юридической самостоятельности
3. Дополнительный доход от ежемесячных выплат	3. Доступ не только к товару и услуге, но и использование проверенной бизнес-модели
4. Освоение удаленных территорий	4. Конкурентные преимущества крупного предприятия, в том числе экономия при осуществлении закупок товаров, работ и услуг
5. Увеличение уровня контроля качества в целом по системе	5. Обучение и поддержка со стороны франчайзера
6. Быстрый вывод новой продукции на рынок	6. Использование маркетинговых исследований, научных разработок, проводимых франчайзером

Таблица 2

Недостатки бизнес-модели франчайзинга

Для франчайзера	Для франчайзи
1. Сумма прибыли меньше, чем при самостоятельном ведении бизнеса	1. Ограничение самостоятельности в работе предприятия, в т.ч. возможности улучшения качества товаров или услуг
2. Сложность контроля и корректировки деятельности франчайзи	2. Высокая стоимость услуг франчайзера
3. Вероятность получения от франчайзи недостоверной отчетности о деятельности	3. Потеря репутации франчайзером или ликвидация бизнеса в целом
4. Риск снижения репутации на рынке, вследствие несоблюдения франчайзи руководств, стандартов и других условий договора	4. Недостоверная информация о репутации франчайзера или о франшизе в целом
5. Незаконное использование франчайзи торговой марки после расторжения договора	5. Риски изменения политики франчайзера в худшую сторону

На основании представленного анализа преимуществ и недостатков франчайзера и франчайзи, можно отметить очевидные достоинства франчайзинговой бизнес-модели в целом:

- 1) взаимовыгодное ведение бизнеса;
- 2) обеспечение более глубокого проникновения товара на рынок;
- 3) большая заинтересованность франчайзи в достижении результата, в отличие от наемных сотрудников;
- 4) снижение налоговой базы;
- 5) франчайзинг способствует обучению кадров на основе опыта крупных компаний;

б) франчайзинг позволяет внедрять новые технологии в малый бизнес как за счет отечественных крупных предпринимателей франчайзеров, так и путем привлечения зарубежных партнеров франчайзингового бизнеса.

Непрерывное взаимодействие между франчайзером и франчайзи дает возможность в реальном времени оценить рыночную ситуацию, что способствует увеличению качества планирования и своевременности применяемых маркетинговых решений, а также оперативно принимать решения в любых спорных вопросах. Системный характер бизнес-модели франчайзинга, в том числе контроль за каналами распределения представляет возможность быстрого расширения рынка, не исключая и зарубежного. Более того, целенаправленное и устойчивое развитие франчайзинговой сети может быть достигнуто за счет отлаженного механизма финансовых, материальных и информационных потоков. Вместе с тем, глобальное развитие франчайзинга и выход на рынок новых конкурирующих предприятий может повлиять на увеличение конкуренции в некоторых секторах экономики.

Сегодня в России существует стабильный рост рынка франчайзинга, но существуют и проблемы, которые препятствуют развитию данной бизнес-модели. В основном эти проблемы связаны с несформированностью законодательства в области франчайзинга и отсутствием мер государственной поддержки для масштабирования бизнеса.

Список литературы

1. Иванов Г. Г., Зверева А. О. Развитие торговых организаций в современной экономике. 2-е изд. М. : Дашков и К, 2019. 160 с.
2. Для СМИ // franshiza.ru. URL: https://franshiza.ru/article/for_smi/
3. Российская ассоциация франчайзинга. URL: <https://www.rusfranch.ru/>

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

*Ольга Павловна Филюшкина¹,
Ирина Геннадьевна Хохлова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} irina_khokhlova@inbox.ru

Аннотация. Исследованы теоретические вопросы сущности понятия «налоговое планирование». Проведенное исследование поможет выявить тенденции развития цифровой экономики в РФ и то, как они отразятся на возможностях развития системы налогового планирования предприятия. Существующие цифровые технологии способствуют улучшению существующей системы налогового планирования на предприятии.

Ключевые слова: цифровые технологии в налоговом планировании, цифровая экономика, налоговое планирование, коронавирус

В настоящее время налоговое планирование занимает важное место в экономике современного предприятия, именно поэтому многие исследователи и ученые уделяют большое внимание к изучению налогового планирования. Работы, посвящённые «сущности налогового планирование» позволяют понять место и его роль в деятельности предприятия; определить роль его структурных подразделений в налоговом планировании и выявить эффективные модели и методы оптимизации и минимизации налогообложения.

Цель статьи – теоретический обзор сущности понятия «налоговое планирование» и выявление цифровых технологий, которые способствуют развитию и совершенствованию системы налогового планирования на предприятии.

Для того, чтобы лучше разобраться, в сущности, и основах налогового планирования, обратимся к определению этого понятия с позиции различных ученых, они проанализированы в табл. 1.

Таким образом, имеется множество не однозначных трактовок сущности понятия «налоговое планирование», попробуем сформулировать свое определение налоговое планирование – это целевой комплекс, постепенных действий, направленных на повышение денежных ресурсов предприятия, с помощью грамотных управленческих решений, благодаря которым возможен своевременный расчет с налогами в соответствии с законодательством РФ.

**Трактовка понятия «налоговое планирование» различными
отечественными учеными-экономистами**

Автор	Определение понятия
Башкатов В. В.	– это комплекс действий, которые уже заранее запланированы, и направлены на повышение денежных ресурсов предприятия, помимо этого урегулирование управленческих решений руководства и проведение оперативных расчётов с бюджетом в соответствии законов РФ [1, с. 926]
Вылкова Е. С.	под сутью налогового планирования понимается возможность управлять финансово- хозяйственной деятельностью предприятия, а также быть связующим звеном в рамках общей стратегии развития предприятия. Существующая стратегия развития помогает руководству предприятию достигнуть успехов в развитии своего бизнеса и поддерживать свое финансовое состояние, т.е. оставаться платежеспособным в условиях ограниченных ресурсов
Орлов А. Н.	– это систематическая деятельность организации, в рамках действующих законов РФ, имеющая стратегическую направленность на выявление возможностей совершенствования налоговой экономии предприятия с учетом налоговых платежей [2]

Хорошо сформированная система налогообложения формирует грамотное обеспечение денежными ресурсами потребности государства, в тоже время она стимулирует налогоплательщиков к развитию и ведению своей предпринимательской деятельности, и вынуждает его к регулярному поиску возможностей роста и грамотного введения бизнеса. Именно поэтому, выявление эффективных проектов, которые касаются оптимального размера изъятия прибыли налогоплательщиков, служит одной из основных экономических проблем каждого государства.

В период пандемии коронавируса предпринимателям пришлось перейти на удаленную работу по средствам компьютера и интернета. Налоговой службе удобнее стало прослеживать цепочки реализации товаров и услуг. Именно поэтому в данный момент актуально развитие цифровой экономики [3].

Значение цифровой экономики в современном мире, связано с тем, что она способствует повышению активности предприятия – это возможно, за счет сокращения транзакционных издержек и асимметрии информации, которая наблюдается в различных сферах, к примеру, на финансовых рынках [4].

Цифровые технологии открывают возможности доступа огромному количеству предприятий малого и среднего бизнеса в международные экономические отношения. Раньше, такую возможность имели

только транснациональные корпорации, с помощью манипуляций с национальными правовыми системами и международными договорами.

Процессы цифровой трансформации стремительно набирают обороты в мире. Разрабатываются программно-аппаратные комплексы для перевода действий по налоговому планированию в «цифру», на данный момент имеется 15 цифровых ресурсов, которые помогают осуществлять действия по налоговому планированию онлайн. Данные программы продукты можно самостоятельно выбрать в зависимости от масштаба предприятия их функциональных возможностей [1].

Цифровизация в РФ активно развивается и уже охватила практически все сферы человеческой деятельности, включая налоговое администрирование. Использование цифровых технологий в налоговой сфере позволяет РФ занимать лидирующие позиции в этой сфере. Благодаря цифровым технологиям ФНС становится самой эффективной организацией в России, которая не только обязывает налогоплательщиков выполнять свои налоговые обязательства, но и помогает минимизировать налоговые риски.

Современные программные продукты налогового планирования способствуют совершенствованию бухгалтерских возможностей, цель которых – сократить время, затрачиваемое на расчет налоговой нагрузки и составление налогового плана развития предприятия. Все цифровые технологии по налоговому планированию можно разделить на два блока: совершенствование налогового контроля со стороны налоговых органов и совершенствование систем планирования на предприятии.

Развитие цифровизации способствует внедрению цифровых государственных услуг в налоговом администрировании, таких как ФНС, АИС «Налог-3», АСК «НДС-3», онлайн – касс, RFID – меток (обязательная маркировка изделий из меха), QR – кода (маркировка фармацевтических продуктов). Благодаря существованию таких цифровых услуг произошло увеличение поступлений налоговых доходов в 2019 г., что составило 838,4 млрд руб. Это на 8,5 % (+65,9 млрд руб.) больше поступлений 2018 г. – в основном, за счет роста поступлений по НДС в 1,3 раза (+32,4 млрд руб.) [2].

С точки зрения планирования на предприятии – это система финансового планирования и информационные ресурсы по нему, а также Портал Бизнес-навигатора МСП помогает совершенно бесплатно разобраться предпринимателям малого и среднего бизнеса с существующими налоговыми платежами, тем самым своевременно и грамотно платить их и развивать свой бизнес [6].

Широко известная система АИС «Налог-3», содержит в себе информацию о физических лицах, юридических лицах, ИП-шниках, по оборотам, доходам, расходам, налоговым платежам, вся история взаимосвязей и т.д.

Автоматизированная система контроля НДС-3 – это программный комплекс, специально разработанный Федеральной налоговой службой Российской Федерации для обработки, учета и автоматизации данных налогоплательщиков в декларациях по НДС. Эта программа помогает сохранять счета-фактуры, декларации по НДС и собирать всю налоговую информацию о налогоплательщиках, их транзакциях и организовывать их, создавая налоговую историю предприятий, мгновенно показывая законность транзакций и выявляя отношения между подрядчиками, выявляя налоговые пробелы в цепочках этих отношения [5].

Согласно полученным данным с начала 2017-го года российский бизнес стал применять активно усовершенствованную контрольно-кассовую технику (ККТ). В целом за данный период было зарегистрировано более 1,6 миллиона касс, что на 40 % больше, чем в 2016 году. Было выведено 28,5 миллиардов чека на 18,9 триллионов рублей (НДС составил 1,8 триллиона рублей) [6].

В рамках цифровых технологий совершенствования систем планирования на предприятии, также можно отметить:

1. Выверка в сравнении с налоговой нагрузкой по всему региону или РФ. В рамках этого налоговая служба публикует отчёт по налоговой нагрузке и средней заработной платы по региону в разрезе отраслей и другие отчеты.

2. Личный кабинет физического лица предоставляет возможность подавать документы или отчеты за каждый финансовый период и получать ответные письма, в которых указываются даты проверки документов, информация о долгах, уплате налогов или возврате налоговых отчислений.

3. Электронный сервис «Личный кабинет юридического лица» создан специально для юридических лиц российских организаций и предоставляет доступ к данным, позволяет вносить изменения в эти данные, добавлять филиалы, управлять списками сотрудников и получать доступ к различным информационным системам через Единую идентификацию и система аутентификации (ESIA) [4].

4. Отчетность по телекоммуникационной связи сразу даёт сверку с уже поданной ранее отчетностью. Отчетность осуществляется по телекоммуникационным каналам связи с использованием квалифицированной электронной подписи, через операторов электронного документооборота.

В рамках развития цифровых технологий налогового планирования будет запущена в 2021 году прикладная подсистема «УСН-онлайн». Она поможет реализовать контроль за аналитическим учетом доходов в оперативном режиме и исключить обязанность предоставления налоговой декларации субъектами малого бизнеса. А также создание цифровой аналитической платформы и передачи данных в органы государственной власти. Будет создана АИС «Налог-4» [4].

И так, в заключении хотелось бы отметить, что в современном обществе цифровые технологии широко используются в процессах налогового планирования. Цифровая экономика находится на пути развития и еще не доведена до совершенства, но для России сейчас главное – разработать собственные уникальные способы цифровизации экономики, подготовить ниши для цифровых инноваций. Благодаря этому Россия сможет стать независимой на внутреннем рынке и стать мировым лидером в этом отношении.

Список литературы

1. Сигидов Ю. И., Башкатов В. В., Левченко Е. В. Налоговые расчеты в коммерческих организациях. Краснодар : Академия знаний, 2018. 182 с.
2. Мельникова А. Н., Мутагирова Д. Р. Цифровизация налогового администрирования Российской Федерации // StudNet. 2020. Т. 3, № 7. С. 273–278. doi: 10.24411/2658-4964-2020-10065
3. Вылкова Е. С. Налоговое планирование : учеб. для вузов : в 2 т. 2-е изд., пер. и доп. М. : Юрайт, 2020. Т. 2. 440 с. (Бакалавр. Академический курс).
4. Деева Т. В. Цифровые технологии в системе современных моделей взаимодействия налогоплательщиков и налоговых органов // Экономика и управление. 2020. Т. 26, № 8 (178). С. 840–850. doi: 10.35854/1998-1627-2020-8-840-850
5. Опекунов А. Н., Шишкина Т. П. Налоговые возможности стимулирования инноваций в современных условиях // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 138–141.
6. Кононенко О. В. Налогообложение в условиях цифровой экономики: вызовы и перспективы // Вестник Института экономических исследований. 2020. № 1 (17). С. 147–153.

УДК 330.133.7

РИСК ИНВЕСТИРОВАНИЯ. КАК ОЦЕНИТЬ И МИНИМИЗИРОВАТЬ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ

*Александра Александровна Цветкова¹,
Александр Владимирович Понукалин²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} avp1123@mail.ru

Аннотация. Рассматривается понятие инвестиционных рисков, их виды и особенности. Объясняется необходимость оценки рисков и их минимизации в условиях современного рынка.

Ключевые слова: инвестиции, риск, оценка риска, финансовые активы

© Цветкова А. А., Понукалин А. В., 2021

Понятие риска является одним из важнейших в сфере инвестиций так, как абсолютно любой из финансовых инструментов несет в себе не только доходность, но и определенный риск. Причем, согласно концепции, «Риск-доходность», риск прямо пропорционален доходности. Другими словами, чем выше потенциальная доходность того или иного финансового актива, тем больше риск неполучения прибыли и потери капитала.

Игнорирование оценкой риска инвестиций является одной из главных ошибок при работе с ценными бумагами. Многие начинающие инвесторы ориентируются на максимальную потенциальную доходность актива, забывая о возможных рисках. Это пренебрежении может стоить полной или частичной суммы капитала. Опытные инвесторы предпочитают для начала оценить все риски вложений средств в тот или иной актив, а уже потом учитывают фактор доходности. Такой подход является профессиональным и разумным в сфере инвестиций.

В общем понимании риск – это возможность наступления негативного исхода какого-либо события. В сфере инвестиций чаще всего понятие риска отождествляется с прямыми потерями капитала. Такое сопоставление способствует более объективному восприятию риска инвесторами. Таким образом, инвестиционный риск – это вероятность неполучения прибыли от вложенных средств в лучшем случае и полной потери капитала в худшем случае.

Фондовый рынок представлен как низкорискованными финансовыми активами, так и рисковыми финансовыми инструментами. Абсолютно безрисковых ценных бумаг не существует, но принято считать условно безрисковыми активами государственные облигации (ОФЗ). Другие облигации с фиксированным доходом относят к группе низкорискованных.

Главным риском облигаций является невозврат суммы номинала (долга) инвестору в результате дефолта эмитента. Для того, чтобы обезопасить себя от подобного риска необходимо проанализировать базовые показатели компании-эмитента: темпы прироста выручки, рентабельность собственного капитала и доля собственного капитала [1]. Проведем экспресс-анализ трех организаций и сравним между собой. Для этого воспользуемся онлайн-сервисом Fin-Plan Radar, разработанным компанией Fin-plan.org. для скрининга фондовых рынков, анализа финансовых инструментов и управления портфелем. Результаты анализа представлены в табл. 1.

Таблица 1

Результаты расчета показателей для экспресс-анализа

Показатель	1. РСГ-Финанс ООО	2. СЭЗ им. Серго Орджоникидзе	3. ЕвроХим МХК АО
Темп прироста выручки, %	4,5	17,62	43,57
Рентабельность собственного капитала, %	2,17	26,34	11,31
Доля собственного капитала в активах, %	25,63	33,98	64,36

Динамика выручки играет немаловажную роль в развитии компании. Снижение темпов прироста выручки может привести к не покрытию расходов и снижению эффективности. При выборе облигаций стоит ориентироваться на показатель темпа прироста равный более 5 %. Рентабельность СК показывает эффективность использования собственных средств. Чем больше данный показатель, тем лучше, но не менее 10 %. Доля собственного капитала в активах показывает уровень закредитованности эмитента. Показатель равный более 50 % говорит о достаточности капитала, чтобы расплатиться с обязательствами по облигациям.

Согласно приведенным выше нормативам в категорию надежных эмитентов попадает компания ЕвроХим МХК АО. Рассчитанные показатели по данной организации говорят о положительных финансовых результатах, эффективном использовании собственного капитала и умеренном уровне закредитованности.

Стоит отметить, что следует избегать эмитентов, у которых хотя бы одно из условий не выполняется, например, как у компании СЭЗ им. Серго Орджоникидзе. Облигации выполняют защитную функцию в инвестиционном портфеле, поэтому необходимо исключить все возможные риски.

По сравнению с облигациями акции являются рискованным финансовым инструментом, для которых характерны значительные колебания цены. Изменение цен на акции происходит под влиянием несистематического и систематического риска [2].

Несистематические риски – риски, связанные непосредственно с отдельным финансовым инструментом. В данном случае происходит резкое изменение котировок актива, вызванное внутренними факторами деятельности эмитента. Например, изменение динамики развития компании, ее финансовое состояние и устойчивость, инвестиционная политика, судебные иски, техногенные катастрофы и др.

Одним из ярких примеров несистематического риска за последние годы является домашний арест председателя совета директоров и крупнейшего совладельца АФК «Система» Евтушенкова В. П., который повлек за собой снижение котировок акций более чем на 35 %. Также в 2017 г. после иска НК «Роснефть» на сумму более 170 млрд руб. акции АФК «Система» упали более чем на 30 % (рис. 1).

Оценка несистематического риска акций в большинстве случаев осуществляется с помощью статистического и технического анализа. К инструментам статистического анализа относят различные индикаторы, которые позволяют определить среднее отклонение цены на текущий момент, например индикатор «Полосы Боллинджера». Технический анализ позволяет оценить максимальный просад актива за определенный период времени (в основном за последние 3 года). Комплексное применение инструментов статистического и технического анализа дает объективную оценку риска по акциям.



Рис. 1. Пример несистематического просада акций АФК «Система»

Рассмотрим пример оценки максимального просада за последние три года компании ПАО Газпром. Для этого необходимо выбрать наибольшее из падений цены, после каждого локального максимума за последние три года (рис. 2).



Рис. 2. График цены компании ПАО Газпром

Для начала находим максимальную цену закрытия, которую достигали акции Газпрома на рынке за последние три года – 267 руб. Далее минимальную цену закрытия – 166 руб. Максимальная просадка по акции Газпром ПАО равна $(267 - 166) / 267 = 0,378$ или 37,8 %. Таким образом, это условно максимальная величина падения акций компании. Расчет этого показателя по всем акциям позволит определить общий риск всего портфеля.

Одним из методов минимизации несистематических рисков является диверсификация. Инвестирование в 15–20 финансовых активов позволит избежать фатальных последствий в результате, например, банкротства одного предприятия-эмитента. Кроме того, еще одним методом нивелирования несистематических рисков является увеличение горизонтов инвестирования.

Самым масштабным и серьезным риском является систематический или рыночный риск. Этот риск связан с внешними факторами, которые оказывают влияние на всю экономику страны или мира в целом. Резкое падение цен на подавляющее большинство активов говорит о влиянии систематического риска. Одним из таких примеров является мировой финансовый кризис 2008 г., который затронул большинство отраслей экономики по всему миру [3].

Также примером систематического риска является пандемия коронавируса и ценовая война на нефть между Россией и Саудовской Аравией. Эти события повлекли за собой крах фондовых рынков в марте 2020 г. (рис. 3).



Рис. 3. График индекс Московской биржи

Для того, чтобы оценить систематический риск, необходимо проанализировать фундаментальные факторы не одного предприятия-эмитента, а всей экономики страны. К основным анализируемым категориям показателей можно отнести: экономические показатели, показатели инфляции, показатели кредитно-денежной системы, финансовой политики, международной торговли, а также показатели занятости населения и потребительского спроса.

Способом нивелирования данным рисков является применение стратегии портфельного инвестирования, т.е. вложение средств в различные классы инструментов – безрисковые активы (ОФЗ и муниципальные облигации), активы с фиксированной доходностью, активы из категории «Голубые фишки». Также стоит помнить про валютную диверсификацию, например вложение средств в еврооблигации или акции иностранных компаний [4].

Таким образом, оценка рисков является важной составляющей в сфере инвестиций и первостепенной задачей каждого профессионального инвестора. Но самое важное это навыки управления рисками всего инвестиционного портфеля, которые позволят на каждом этапе экономического цикла выбирать нужные финансовые инструменты и минимизировать общий риск портфеля.

Список литературы

1. Аверин А. Ю., Бареева З. А., Ижбулатова Э. Д. Эффективность инвестирования капитала в ценные бумаги // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 23–29.

2. Колесников А. М., Кандубко А. П. Современные методы анализа рисков на предприятиях // Актуальные проблемы экономики и управления. 2014. № 2 (2). С. 90–95.

3. Демиденко Д. С., Малевская-Малевич Е. Д., Дуболазова Ю. А. Особенности учета факторов риска при анализе эффективности решений о финансировании капитальных вложений предприятия // Экономика и предпринимательство. 2018. № 11 (100). С. 643–645.

4. Келешян А. А. Инвестиционные риски и пути их снижения // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2016. № 29. С. 11–16.

УДК 336.1

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Вера Николаевна Черняева¹,
Жанна Малыевна Байрамова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ vera_c@list.ru

² zhanna-femi@mail.ru

Аннотация. Рассмотрены проблемы развития малого предпринимательства в регионах Российской Федерации и пути их решения посредством государственной поддержки.

© Черняева В. Н., Байрамова Ж. М., 2021

Ключевые слова: государственные финансы, господдержка, малый бизнес, региональная экономика

Особенностями функционирования малого бизнеса является создание дополнительных рабочих мест, развитие конкуренции и, следовательно, улучшение качества товаров и услуг, рост и развитие национальной экономики. Рынки товаров и услуг не могут быть в полной мере обеспечены только продукцией крупных предприятий: существуют такие направления бизнеса, которые для них непривлекательны. В настоящее время малый бизнес – самый распространенный вид предпринимательства. Доля МСП в ВВП России составляет 21,9 %, но это значение довольно условно. Развитие малого бизнеса в РФ имеет свою специфику и особенности. Трудности в деятельности малых предприятий в первую очередь связаны с зависимостью последних от рыночной среды, нестабильной экономической обстановки и нехватки финансирования.

Помощь в развитии малого бизнеса и обеспечении государственной поддержки МСП оказывает Правительство Российской Федерации, которым был принят ряд специальных мер. Постановлением «О первоочередных мерах по развитию малого предпринимательства в Российской Федерации» (от 11 мая 1993 г. № 446) определены приоритеты становления малого бизнеса. К ним отнесены производство продукции сельского хозяйства, промышленных товаров и товаров массового потребления, включая предоставление потребительских, жилищно-коммунальных услуг, строительство объектов производственного назначения, а также товары, имеющие экспортный потенциал [1].

В 2020–2021 гг. ключевыми проблемами малого бизнеса в РФ стали:

- падение объемов выручки и снижение спроса, возникшие вследствие коронавирусных ограничений;
- нехватка средств для уплаты налогов, выплаты заработной платы сотрудникам;
- сложности с поставками товаров и материалов.

Естественным образом возникает потребность государственной поддержки малых предприятий в новых условиях хозяйствования. В настоящее время система государственной поддержки малых предприятий включает в себя:

- нормативно-правовые акты, закрепляющие условия развития и поддержки малых и средних предприятий;
- управленческий аппарат: органы власти и учреждения, ответственные за развитие малого бизнес, реализацию государственной политики в этой области;

– государственную инфраструктуру поддержки малых и средних предприятий, в том числе некоммерческих и коммерческих организаций, с участием или без участия государства, деятельность которых иницируется, поддерживается и поощряется государством.

В начале 2019 г. Правительство РФ утвердило паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы». Идея нацпроекта заключается в помощи бизнесу на каждом цикле его развития: от официальной регистрации до расширения бизнеса с выходом на зарубежные рынки. Основными целями нацпроекта являются увеличение доли малого и среднего бизнеса в ВВП страны до 32,5 %, а также увеличение численности работников в секторе МСП до 25 млн человек. По состоянию на август 2020 года в этом секторе работали всего 15,5 млн человек. Сроки исполнения нацпроекта были определены до конца 2024 г. (продлён до 2030 года), бюджет составляет 481,5 млрд руб. [2].

В рамках государственных программ существуют различные формы поддержки малых предпринимателей:

– предоставление субсидий размером до 300 000 рублей. Решение о предоставлении принимается после анализа бизнес-плана и проверки соответствия требованиям для участников программы;

– бесплатные консультации, в ходе которых сотрудники учреждений готовы ответить на вопросы предпринимателя о налогообложении, бухгалтерском учете, планировании и других областях, связанных с взаимодействием с государственными органами. Такая деятельность ведется на базе служб по трудоустройству, ФНС или фондов развития бизнеса;

– обучение по ведению бизнеса для всех желающих, проводимое в виде тренингов и лекций на базе региональных фондов развития бизнеса, предназначенных для помощи неопытным предпринимателям;

– выдача льготных кредитов в рамках отдельных программ, которые позволяют получить деньги под более низкую в сравнении со среднерыночной процентную ставку, чтобы начать или развивать свой бизнес.

Правительство РФ готово снизить ставку по льготным кредитам для МСП с 8,5 % до 7 % или даже ниже и выдать по этой ставке не менее 700 млрд рублей в 2021 г. В рамках программы Банка России по стимулированию кредитования малого и среднего бизнеса кредиты можно взять в банках из особого перечня, который опубликован на портале «Мой бизнес». За кредитом на любые цели по льготной ставке 8,5 % годовых на срок до трех лет могут обращаться предприниматели любой отраслевой принадлежности.

Если малому бизнесу необходим кредит и собственного залогового обеспечения недостаточно, можно обратиться в региональный гарантийный фонд поддержки МСП. Гарантийные фонды, они также могут

называться фондами содействия кредитованию малого и среднего бизнеса, относятся к организациям инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства. Такие фонды предоставляют предпринимателям поручительства субъектам МСП по банковским кредитам, договорам лизинга и банковским гарантиям при недостаточности собственного залогового обеспечения. Денежные средства, предоставленные из краевого и федерального бюджетов, служат обеспечением по выдаваемым Фондом поручительствам.

Это будет дополнительным преимуществом для получения займа. Обычно фонд берет за поручительство определенный процент – он зависит от конкретного фонда. Кроме того, зачастую фонды являются партнерами определенных банков, и кредит субъект МСП сможет взять только в них. Планируется развивать краудинвестинг, факторинг. Социальному бизнесу предоставят поддержку в виде грантов [3].

В обновленном нацпроекте по поддержке малого и среднего бизнеса предусмотрен отдельный федеральный проект для развития некой платформы единого агрегатора мер поддержки и сервисов для малых и средних предпринимателей. Планируется создание целой экосистемы для предпринимателей, самозанятых и тех, кто только планирует начать свое дело. Оператором данной платформы станет Корпорация МСП, у которой уже есть опыт создания цифровой платформы «Бизнес-навигатор», на основе которого бизнес может определить рыночную нишу, рассчитать примерный бизнес-план, проверить контрагента, найти информацию о закупках.

Таким образом, сегодня в России существует большое количество институтов поддержки малого предпринимательства, однако механизм господдержки все еще не получает должного развития. Значительная часть предполагаемых мер остается нереализованной в силу несовершенства институциональной среды и большого количества административных барьеров.

Список литературы

1. Акбашева Н. Р., Лаптева Е. А., Храмова И. В. Проблемы малого бизнеса в России // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2020. № 4 (44). С. 442–446.
2. Завьялова Н. Б., Сидорчук Р. Р., Сагинова О. В., Скоробогатых И. И. Уровень государственной поддержки малого бизнеса с точки зрения ее получателей // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2013. № 2. С. 82–93.
3. Опекунов А. Н., Шишкина Т. П. Налоговые возможности стимулирования инноваций в современных условиях // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 138–141.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

*Римма Равиловна Юняева¹,
Юлия Сергеевна Мазненкова²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

¹ rimmarav@yandex.ru

² ikona-stilya@yandex.ru

Аннотация. На данном этапе развития экономики проблема инвестиционной привлекательности региональной экономической системы приобретает все большую актуальность. Проанализированы различные аспекты инвестиционной деятельности Пензенской области, выделен ряд направлений, способствующих укреплению инвестиционного потенциала региона.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат, инвестиционный потенциал, инвестиции, регион

В Пензенской области созданы условия, которые позволяют бизнесу работать и развиваться, в срок реализовывать инвестиционные проекты и создавать новые рабочие места. Так, в 2019 году региону удалось стать одним из лидеров в России по числу реализованных масштабных инвестиционных проектов. Внесенный Правительством региона ряд поправок, позволил резидентам промышленных технопарков получить льготу по налогу на прибыль в виде снижения ставки с 17 % до 10 %, предприятиям, реализующим проекты в сфере промышленности получить льготу по налогу на имущество (ставка снизилась до 0,4 %) и нулевую ставку по транспортному налогу сроком на 5 лет.

Инвестиции можно справедливо назвать одним из главных факторов развития и важнейшим элементом системы управления территориально-пространственного развития национальной экономики. Привлечение инвестиций в экономику региона необходимо для создания устойчивого экономического роста. В Пензенской области в 2017 году в объеме инвестиций в основной капитал 33,2 % заняли собственные средства, 66,8 % – привлеченные средства. В 2018 году – 37,2 % собственные средства, 62,8 % – привлеченные средства. В 2019 г. – 34,3 % заняли собственные средства, 65,7 % – привлеченные средств [1]. В первом полугодии 2020 года снижение объемов ВВП на 6,4 % и инвестиций в основной капитал на 4,0 % относительно показателей, которые были зафиксированы годом ранее. Отметим, что с 2017 года

наблюдается ежегодное увеличение объемов инвестиций в основной капитал, что свидетельствует об улучшении инвестиционного климата в регионе [1] (табл. 1).

Таблица 1

**Объем инвестиций в основной капитал по Пензенской области
2015–2019 гг. [5]**

Год	Объем инвестиций в основной капитал, млн руб.
2015	89 042
2016	64 946
2017	72 050
2018	87 106
2019	89 373

За период январь-сентябрь 2020 года инвестиции в основной капитал за счет всех источников финансирования всего составили 59 566 416 тыс. рублей, индекс физического объема в процентах к январю – сентября 2019 года составил 104,8. В январе – сентябре 2020 года в жилые здания и помещения было инвестировано 12 055 667 тыс. рублей; в машины, оборудования 23 914 955 тыс. рублей; в объекты интеллектуальной собственности 345 163 тыс. рублей, прочие 25 112 846 тыс. рублей. Доля Пензенской области в инвестициях в основной капитал Российской Федерации в 2017 году составила 0,4 %, в 2018 году – 0,5 % и в 2019 году – 0,5 %, в Приволжском Федеральном округе – соответственно 3 %, 3,5 %, и 3,4 %. В ежегодном аналитическом исследовании Национального Рейтингового Агентства за 2019 год региону присвоен рейтинг 1С6, характеризующий регион средней инвестиционной привлекательностью [2].

Правительство Пензенской области планирует в рамках проводимой работы по развитию инфраструктуры поддержки инвестиционной деятельности создание промышленного парка «Мастер» в г. Сердобске и промышленного технопарка «Союз» в г. Пензе за счет субсидий из федерального бюджета [2].

В 2019 году объем валовой продукции в сельском хозяйстве региона превысил 103 миллиарда рублей, что является лучшим показателем по темпам роста в Приволжском федеральном округе. Государство оказывает поддержку бизнесу, в том числе в целях повышения инвестиционной активности, что является основными приоритетами налоговой политики Пензенской области на 2020 год и плановый период 2021 и 2022 годов [3].

Отметим, что в 2020 году была сохранена преференция снижения ставок по налогу на прибыль, налогу на имущество и транспортному налогу для организаций, которые реализуют на территории Пензенской области приоритетные и стратегически значимые инвестиционные проекты, а также для резидентов территорий опережающего социально-экономического развития, участников специальных инвестиционных

контрактов и региональных инвестиционных проектов. Сохранение преференции способствует привлечению инвестиций и созданию новых налогоплательщиков.

На формирование и поддержание положительного инвестиционного имиджа Пензенской области среди регионов РФ и за рубежом и стимулирование инвестиционной деятельности субъектов предпринимательства за счет оказания государственной поддержки направлена государственная программа Пензенской области «Развитие инвестиционного потенциала, инновационной деятельности и предпринимательства в Пензенской области на 2014–2022 годы» [6]. В 2020 году общий объем бюджетных ассигнований государственной программы составил 1 318 975,7 тыс. рублей, в том числе: средства федерального бюджета 770 609,6 тыс. рублей, средства бюджета Пензенской области 403 196,0 тыс. рублей, бюджеты муниципальных образований Пензенской области 415,0 тыс. рублей и внебюджетные источники 144 725,1 тыс. руб. [4].

Таблица 2

Индекс физического объема инвестиций в основной капитал

Год	Значение показателя за год (% к предыдущему году)
2015	101,0
2016	68,7
2017	106,8
2018	119,2
2019	99,2

Среди основных факторов, сдерживающих инвестиционную активность, необходимо назвать неопределенность экономической ситуации, недостаток финансовых средств и недостаточный спрос на внутреннем рынке [4].

Таблица 3

Структура инвестиций в основной капитал (% по итогу)

	2017	2018	2019
Инвестиции в основной капитал, всего	100	100	100
В том числе по видам:			
Жилые здания и помещения	28,8	20,6	19,2
Здания (кроме жилых) и сооружения	34,6	38,0	41,1
Машины, оборудования, транспортные средства, инвентарь	33,6	37,3	35,9
Объекты интеллектуальной собственности	0,3	0,3	0,2
Прочие	2,7	3,8	3,6

Инвестиционные соглашения являются эффективным инструментом работы с инвесторами. Так, в 2019 году с ООО «Лопатинский бекон», ООО «Черкизово – Свиноводство», ООО «ПензаМолИнвест» и ООО «Пачелмское хозяйство» заключены инвестиционные соглашения о реализации на территории области новых инвестиционных проектов и предоставлении им налоговых льгот. Однако, реализация инвестиционных проектов в Пензенской области на сегодняшний день затруднена в связи со сложившейся эпидемиологической обстановкой и связанными с ней ограничениями. В некоторых случаях происходит перенос сроков ввода объектов в эксплуатацию [5]. В настоящее время реализуется свыше 40 инвестиционных проектов, некоторые из них – с иностранным участием. Основными инвесторами в экономику региона являются «Русмолко», ГК «Дамате», компании «Фомлайн», «Авиаген Торкейс Рус», группу «Черкизово».

В качестве примера реализованных инвестиционных проектов можно привести запуск крупнейшего в России завода по переработке мяса индейки мощностью 155 тыс. тонн готовой продукции в год. Инвестором проекта перспективного направления вложений является группа компаний «Дамате» с объемом инвестиций в строительство завода 11 млрд. руб. собственных и заемных средств. Запуск завода привел к увеличению количества рабочих мест в регионе.

Объем и структура инвестиций в экономику Пензенской области за 9 месяцев 2020 года представлен на рис. 1, 2.

Анализ инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности традиционно показывает, что наибольшая доля инвестиций приходится на инвестиции развития отрасли сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства. Общий объем инвестиций за данный период составил 59,6 млрд руб. При этом 33,4 млрд руб. – по предприятиям, не относящимся к субъектам малого предпринимательства.

Планируется, что к 2024 году Пензенская область выйдет на объем инвестиций в основной капитал в размере 146 млрд рублей. В Пензенской области существуют благоприятные условия для вложения капитала, к которым относятся развитая инфраструктура, обеспечивающая сокращение издержек инвестора при реализации проекта, а также географическое положение на пересечении важных автомагистралей страны.



Рис. 1. Инвестиции в экономику Пензенской области за 9 мес. 2020 года

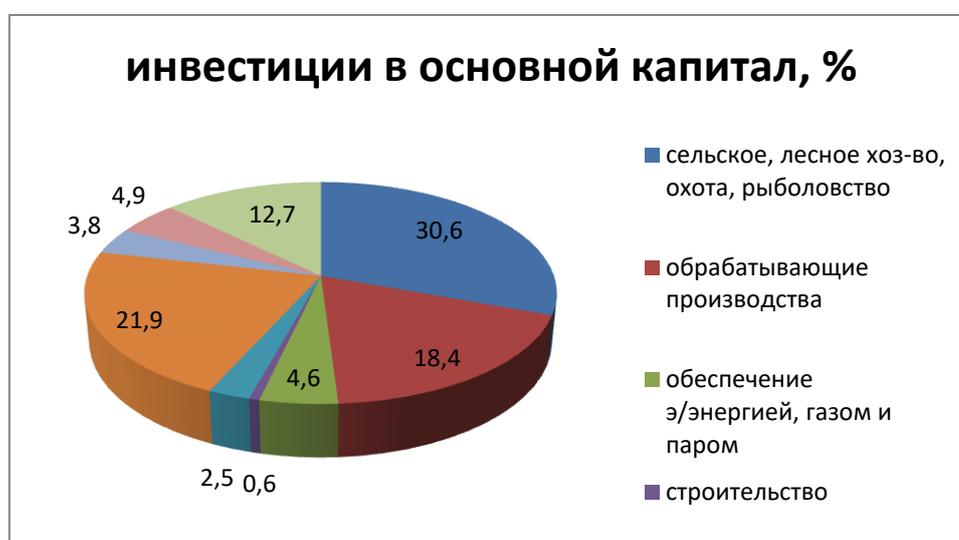


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по видам экономической деятельности в 2019 году (в процентах по итогу)

В настоящее время разработан проект создания рыбного хозяйства на территории Пензенской области производственной мощностью 500 тонн форели в год на общую сумму реализации в 175 млн рублей. Общий объем переработки в год составит 1000 тонн с общей суммой дохода в 60 млн рублей. Бюджет проекта рассчитан на 844 000 тыс. рублей, при этом потребность во внешних инвестициях составляет 100 %. Инвестиционный проект – строительство завода по производству ламинированной плиты ДСПС бюджетом 5 000 000 тыс. рублей, требует 100 % внешних вложений. Планируется производство ламинированной плиты ДСП 450–500 000 м³/год.

Необходимо эффективно использовать основные факторы инвестиционной привлекательности Пензенской области, среди которых в качестве основных можно выделить:

1. Наличие системы гарантий и механизмов защиты прав инвесторов.
2. Развитая инфраструктура поддержки инвестиционной деятельности.
3. Наличие квалифицированных кадров.
4. Прогрессивная система налоговых льгот и финансовой поддержки.

При этом действующее в регионе перспективное инновационное законодательство позволяет закрепить все формы государственной поддержки.

Список литературы

1. Изряднова О. И., Воловик Н. П., Лаврищева А. А. Структурные особенности инвестиционной деятельности в условиях пандемии // Экономическое развитие России. 2020. Т. 27, № 9. С. 13–21.
2. Козина Е. В. Пути повышения инвестиционного потенциала Пензенской области на основе анализа ее инвестиционного климата // Вопросы экономики и права. 2018. № 122. С. 69–73.
3. Опекунов А. Н., Мещерина О. А. Экономическая сущность регионального бюджета и особенности оценки его эффективности // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 129–133.
4. Пензенская область 2019 в цифрах. Статистический сборник. Пенза, 2020. URL: <https://www.investinregions.ru/regions/58/statistics/>
5. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов RAEX за 2020 год. URL: <https://raex-a.ru/ratings/regions/2020>

УДК 338.1

ИНВЕСТИЦИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС: РИСКИ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

*Римма Равиловна Юнчева¹,
Наиль Маратович Хайров²*

^{1,2} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1,2} rimmarav@yandex.ru

Аннотация. Раскрываются особенности инвестиционного процесса в сельскохозяйственной отрасли, особое внимание уделено долгосрочной инвестиционной стратегии в агропромышленном комплексе Пензенской области.

Ключевые слова: инвестиции, сельскохозяйственная отрасль, основной капитал, малое и среднее предпринимательство

© Юнчева Р. Р., Хайров Н. М., 2021

С начала формирования рыночных отношений в стране – от полного развала и дезориентации до консолидации и импортозамещения Агропромышленный комплекс России пережил несколько стадий. При этом АПК является отраслью с множеством проблем, которые, однако, не мешают ей оставаться достаточно интересной для инвестиций, в том числе иностранных. Индекс физического объема инвестиций в основной капитал в % к предыдущему году представлен в табл. 1. Следует отметить сильный износ основных фондов в сельском хозяйстве (по разным оценкам, он достигает 60–70 %), когда в промышленности износ составляет приблизительно 45–50 %.

Таблица 1

Структура инвестиций в основной капитал в сельскохозяйственной отрасли

	2015	2016	2017	2018
Инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах), млрд руб.	304,7	379,8	400,5	431,8
Темп роста по отношению к предыдущему году, %	–	125,0	106,0	108
В процентах от общего объема инвестиций	2,9	3,4	3,3	3,2

Благодаря государственной поддержке и различным программам импортозамещения, АПК продолжает активно развиваться, заполняя внутренний рынок российской продукцией. В настоящее время все больше продукции уходит на экспорт. Учитывая, что государство переориентирует меры господдержки на экспорт (например, возмещение части капитальных затрат по экспортно-ориентированным проектам), то полученный эффект может позволить увеличить инвестиции в отрасль.

С началом государственного субсидирования появилась возможность финансирования сельского хозяйства со стороны банков. Поскольку риски высокие, банки с осторожностью вкладывают деньги в АПК. Сбербанк, первым начавший активно финансировать сельскохозяйственные проекты, остается основным кредитуемым банком в АПК, несмотря на наличие профильного Россельхозбанка.

Заемное (банковское) финансирование в АПК всегда высокорисковано в части и оборотного, и инвестиционного кредитования. Основные проблемы заключаются в отсутствии обеспечения (залогов, поручительств и гарантий) у малых и средних хозяйств, низкой эффективности деятельности (нехватка средств на элитные семена, пестициды и гербициды, своевременную обработку). В результате – низкая урожайность и дефицит средств.

В настоящее время инвестиционная стратегия Пензенской области определяет и закрепляет основные направления инвестиционной политики области на период до 2021 года и на перспективу до 2030 года

для обеспечения динамичного развития региона и направлена на реализацию конкурентных преимуществ региона в долгосрочной перспективе. Объем привлеченных инвестиций в агропромышленный комплекс по итогам 2020 года должен составить 16,5 млрд руб. [1]. Важнейшие из них: комплекс по выращиванию грибов, завод панельного домостроения, площадки по выращиванию родительского стада индейки, завод по производству пенополиуретана и свиноводческих площадок ГК «Черкизово».

До конца года планируется реализовать ряд проектов, в частности, свиноводческий комплекс в Лопатинском районе, ввод всех площадок комплекса по выращиванию яйца индейки компании «Авиаген», открытие сыродельного завода компании Hochland, запуск завода компании «Фомлайн» по производству матрасов. К лету 2020 года компания «Технокорд» должна завершить проектные работы и выйти на площадку по строительству завода по глубокой переработке пшеницы в Сердобске. В целом в области реализуется более 40 инвестпроектов, в том числе с иностранным участием.

В регионе действует перспективное инвестиционное законодательство, закрепляющее все формы государственной поддержки инвестиционной деятельности, а так же прогрессивная система налоговых льгот. Так, вновь созданным предприятиям, реализующим приоритетные инвестиционные проекты на территории области, предусматривается снижение ставки по налогу на прибыль, подлежащему зачислению в бюджет области в соответствии с федеральным законодательством, на 4 % (срок предоставления налоговых льгот до 1 января 2023 года), освобождение от уплаты транспортного налога и др. На протяжении последних 10 лет проводится активная работа по развитию региональной инновационной системы, включающей механизмы поддержки проектов от зарождения идеи до ее коммерциализации [2].

Однако хозяйство всегда остается отраслью с повышенными рисками, резко выраженной сезонностью, особенно в растениеводстве. Существенное влияние на специфику отрасли оказывают инвестиционные риски: экономического характера (износ основных производственных фондов, темпы изменения рентабельности производства); в социальной области (уровень доходов населения, состояние рынка труда в регионе, отрасли); политические, позволяющие оценить форму и уровень защиты инвестиций на государственном и региональном уровнях; криминогенного и финансового характера как доля просроченной кредиторской задолженности в общей сумме задолженности, коэффициента финансовой устойчивости и др. [3].

Все это накладывает дополнительные трудности при работе с любыми проектами. К сожалению, до сих пор отсутствует нормальная система страхования урожая, которая сильно помогла бы и заемщикам,

и банкам. В связи с этим, управление рисками в подотраслях растениеводства и животноводства должна предусматривать увеличение доли застрахованных посевных площадей в общей посевной площади; увеличение доли застрахованного поголовья сельскохозяйственных животных в общем поголовье сельскохозяйственных животных; снижение финансовой нагрузки на сельскохозяйственного товаропроизводителя при осуществлении сельскохозяйственного страхования; снижение уровня отказов от выплат по наступившим страховым событиям; повышение инвестиционной привлекательности сельского хозяйства [4].

Инвестиционная стратегия, концентрируясь на факторах, определяющих инвестиционную привлекательность области, должна быть направлена на реализацию ключевых направлений инвестиционной политики как:

– развитие гибкой системы государственной поддержки инвестиционных проектов, соответствующих приоритетам инвестиционной политики региона, в том числе с использованием механизмов государственно-частного партнерства;

– расширение инфраструктурных возможностей области для реализации крупных инвестиционных проектов, а также проектов, реализуемых субъектами малого и среднего предпринимательства;

– формирование кадрового потенциала, предполагающего развитие механизмов профессиональной подготовки и переподготовки специалистов по направлениям, соответствующим потребностям инвесторов;

– позиционирование области в качестве инвестиционно-привлекательного региона на инвестиционной карте России и формирование положительного инвестиционного имиджа региона.

Список литературы

1. Аверин А. Ю., Хлопкова М. А., Малюкин Р. Ю. Страхование рисков в сельском хозяйстве // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 19–23.

2. Опекунов А. Н., Шишкина Т. П. Планирование и прогнозирование налоговых поступлений в территориальный бюджет // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 141–145.

3. Юняева Р. Р., Доля К. М. Пути улучшения эффективности деятельности коммерческих банков на примере акционерного общества «Россельхозбанк» // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 158–163.

4. Тактаев Н. А., Понукалин А. В. Обзор механизмов государственной поддержки инвестиций в Пензенской области // Перспективы развития предприятий

в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 179–187.

УДК 336.1

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Жанна Малыевна Байрамова¹,
Татьяна Николаевна Гришанович²,
Дарья Николаевна Покрашинская³*

^{1, 2, 3} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1, 2, 3} zhanna-femi@mail.ru

Аннотация. Представлены соображения о наиболее актуальных аспектах и проблемах финансовой системы РФ, а также пути их решения и дальнейшие перспективы развития. В настоящее время национальные экономики находятся в кризисном состоянии из-за мировой пандемии COVID-19. Наиболее остро это отражается в особенности на состоянии их финансовых систем.

Ключевые слова: финансы, финансовая система, экономика РФ

Финансовая система является ядром экономики. Её стабильность является важным условием становления единой национальной экономики, благодаря чему возможно развитие расширенного воспроизводства. Сбалансированность различных звеньев финансовой системы является индикатором здоровой экономики.

Проанализировав имеющиеся открытые данные о состоянии финансовой системы Российской Федерации, можно сказать о том, что в настоящее время она динамично развивается, однако всё же отстаёт от развитых зарубежных стран. Этому способствует ряд проблем, решение которых и является основой для дальнейшего совершенствования и развития отечественной финансовой системы [1].

Российская экономика в настоящее время нуждается в разработке и проведении ряда реформ финансовой системы. Опыт развитых стран послужил основой рыночной экономики России, однако, без учета исторических аспектов.

Изучение развития финансовых систем развитых стран, позволяет понять и выделить проблемы российской финансовой системы, регулирование которой базируется на их методах.

© Байрамова Ж. М., Гришанович Т. Н., Покрашинская Д. Н., 2021

Финансовая система РФ наглядно представлена на рис. 1.

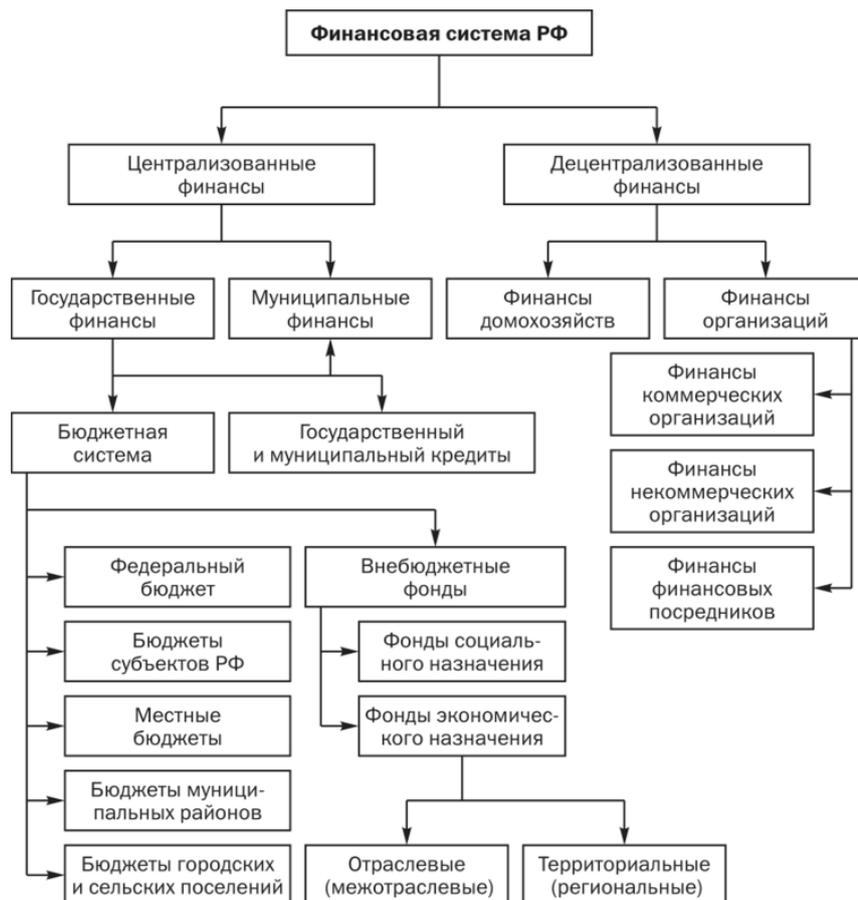


Рис. 1. Финансовая система Российской Федерации

Согласно рисунку видно, что финансовая система формирует свои резервы и аккумулирует их исходя из двух звеньев. Первое звено представлено децентрализованными финансами – здесь формируется наибольшая доля финансовых ресурсов государства. Часть этих ресурсов направляется в доходы бюджетов всех уровней и во внебюджетные фонды, оставшаяся часть – направляется на финансирование бюджетных и коммерческих организаций в виде субвенций, субсидий, а также возвращается населению в форме социальных трансфертов. Значительная роль в данной части финансовой системы отведена финансам домохозяйств. Второе звено – централизованные финансы, основой которых является бюджетная система РФ. Бюджетная система представлена совокупностью бюджетов всех уровней и бюджетов государства, внебюджетными фондами, финансовыми ресурсами. Финансирование регламентируется бюджетным кодексом РФ.

Одной из проблем финансовой системы РФ можно считать недостаточно развитую систему перераспределения финансовых средств. Так, на произошедший в 2020 году кризис, вызванный COVID-19, государство отреагировало довольно поздно. Необходимо было выработать систему мер финансовой поддержки по мере усугубления ситуации, что

стало бы возможным при наличии отработанного и проверенного механизма перераспределения финансовой помощи по различным уровням бюджетов, а также при возможности быстро перечислить средства частным лицам (домохозяйствам), малым и средним предприятиям. К сожалению, в отличие от принятых на Западе мер поддержки, в РФ широкие слои населения не смогли получить прямой (адресной) поддержки. Подобная ошибка уже была совершена во время кризиса 2008 года, когда огромные средства из Фонда национального благосостояния были перечислены банкам без каких-бы то ни было инструкций относительно их дальнейшего распределения, что привело к вливанию колоссальных сумм на спекулятивные рынки вместо помощи гражданам и бизнесу. Считаем крайне важным для властей РФ в ближайшее время приступить к выработке подобного рода механизма. В будущем цифровизация экономики приведёт к экономическому росту за счёт большей производительности машин, замене человека, что поставит проблемы перераспределения средств в целях поддержки различных групп населения во главу угла. Считаем необходимым, чтобы на основе крупнейших финансовых учреждений были созданы специальные счета для каждого гражданина РФ. Эти счета могут быть использованы для адресной помощи в кризисной ситуации. Довольно странно то, что в период пандемии государство ограничило занятым в сфере услуг (и не только им) доступ к работе, лишив тем самым заработка в течение нескольких месяцев, в то же время финансовая помощь была направлена не этой категории лиц, а организациям без каких-либо подробных инструкций по суммам выплат работникам этих организаций и мерам поддержки.

Еще одна проблема заключается в значительной зависимости государственного бюджета от нефтяных и газовых доходов. Как следствие, российская экономика вынуждена подстраиваться под частые колебания цен на сырьевой экспорт [2]. Так, средняя цена на нефть Urals в январе – сентябре 2020 года сложилась на уровне 40,84 доллара за баррель, снизившись на 36 % относительно аналогичного периода 2019 года. Падение спроса на нефть и газ в Европе, Китае и других рынках сбыта сначала из-за теплой зимы, а потом из-за пандемии. Добыча нефти в России снизилась на 8–9 % от уровня, газа – на 7–8 %, что также сокращает налогооблагаемую базу нефтегазовой отрасли. В 2020 году большая часть бюджета страны уже не формируется за счет нефти и газа (как это было ранее). Проводимые правительством РФ меры по снижению зависимости от экспорта сырья возымели определённый эффект. Развивается сельскохозяйственная отрасль, увеличивается несырьевой экспорт. Немаловажной проблемой является воздействие теневой экономики на финансовую систему РФ. На первое полугодие 2020 года теневой сектор экономики на 38 % формируется за счёт строительной отрасли, на 25 % – за счет торговли и на 21 % – за счет сферы

услуг. Наиболее остро эта проблема затрагивает малый и средний бизнес, что отрицательно сказывается на развитии производственных отношений, производительных сил и экономический рост государства. В настоящее время правительство РФ активно проводит политику выявления и сокращения доли теневого сектора экономики. Были приняты законы, регулирующие деятельность бизнеса, чтобы не допустить формирования скрытых резервов.

Стоит также выделить еще одну проблему, которая препятствует развитию финансовой системы – это развитие финансов домашних хозяйств. Это направление в финансовой системе играет важную роль при развитии платежеспособного спроса страны. Если у населения доходы выше расходов, то формируется повышенный спрос на разные виды материальных и нематериальных благ, что сказывается на общем благополучии граждан [3].

Таким образом, для решения выявленных проблем, предлагается ряд мер, которые могут быть приняты для обеспечения стабильного функционирования финансовой системы РФ:

1. В целях усиления контроля на финансовых рынках необходимо уделить особое внимание росту задолженности государственных компаний.

2. Правительство РФ должно направить работу Центрального банка на борьбу с валютными спекуляциями.

3. Создать государственный инвестиционный банк, который будет финансировать долгосрочные проекты, входящие в государственные программы.

Необходимо провести кардинальные изменения в банковской сфере, которые смогут исправить сложившуюся ситуацию с отечественной экономикой. Также необходимо отметить, что развитие финансовых рынков страны, а именно их устойчивость и привлекательность для иностранных инвестиций, будет находиться в прямой зависимости от индикаторов национальной экономики, а также высоких цен на нефть. При снижении цен на нефть, а также снижение темпов производства в ведущих секторах экономики может отмечаться резкий спад реального сектора экономики России. Введение санкций против РФ привело к резкому снижению иностранных инвестиций. Положение России на международном финансовом рынке ухудшилось, часть компаний стали банкротами, а некоторые прибегли к помощи государства. Одним из негативных факторов, который значительно повлиял на финансовый рынок является значительный отток капитала за границу.

Таким образом, российская финансовая система в настоящий момент находится на пути решения как прошлых, так и новых вызовов. Существуют различные критерии оценивания функционирования финансовых систем, так, говорят о таргетировании инфляции, определенном проценте государственного долга, величине трансфертов между различными уровнями бюджета, но, как нам видится, наиболее явно отображают

качество работы финансовой системы показатели экономического роста, занятости населения и имущественного расслоения общества.

Список литературы

1. Шинахов А. А., Жанокова Э. М. Современные проблемы финансовой системы РФ и методы их решения // Актуальные вопросы экономических наук. 2016. № 50-2. С. 73–77.

2. Опекунов А. Н., Мещерина О. А. Методы формирования бюджета // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 133–138.

3. Балмышова Н. П., Понукалин А. В. Инструменты денежного рынка как источники финансирования оборотного капитала предприятия // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы V Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 25–26 апреля 2019 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2019. С. 12–15.

УДК 336.1

РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ

*Жанна Малыевна Байрамова¹,
Дарья Михайловна Степанова²,
Анастасия Олеговна Земскова³*

^{1, 2, 3} Пензенский государственный университет, Пенза, Россия

^{1, 2, 3} zhanna-femi@mail.ru

Аннотация. Рассматривается роль финансов в социально-экономическом развитии страны. Также выделены основные инструменты, с помощью которых осуществляется воздействие на основные сферы жизни человека.

Ключевые слова: финансовые ресурсы, бюджетная система, налоговая система, общественные фонды, внебюджетные фонды

В современном мире финансовые ресурсы играют важную роль и во многом определяют социально-экономическое развитие страны. Они формируются на всех уровнях общественного воспроизводства, происходит их распределение и использование через денежные фонды [1]. Кроме того, они являются важнейшим финансовым источником роста материального и культурного уровня жизни общества.

От того, куда и в каких объемах направляются финансовые ресурсы, зависит повышение технического уровня производства, рост его масштабов, создание предпосылок для повышения производительности труда [2].

© Байрамова Ж. М., Степанова Д. М., Земскова А. О., 2021

Финансовые ресурсы значительно влияют на формирование уровня жизни населения. От доходов граждан страны, а также социальной политики государства зависит объём потребления материальных и нематериальных благ. Уровень жизни населения определяют реальные денежные доходы. В результате финансового распределения и перераспределения создаются реальные доходы граждан страны, которые содержат не только основные трудовые доходы, но и установленные финансовые надбавки. В реальных условиях роль надбавок заключается в поддержке определённых категорий граждан [3].

Главными финансовыми инструментами, с помощью которых обеспечивается социально-экономическое развитие страны, являются: налоговая система, бюджетная система, внебюджетные фонды, благотворительные и социальные фонды [1]. Государство, используя данные инструменты, решает следующие задачи: повышение общего уровня жизни населения; достижение социальной справедливости по отношению к различным группам граждан; обеспечение прожиточного минимума; стимулирование трудовой и деловой активности населения [4].

Конечно, система налогов сама по себе не является источником повышения жизненного уровня населения, но, с одной стороны, она создаёт условия для их роста, а с другой – регулирует размеры денежных доходов. Косвенные налоги, основным из которых является налог на добавленную стоимость, обеспечивают изъятие доходов всех групп населения в бюджет через потребительские цены. Очень важно государству не допускать превалирование данных налогов, так как это может привести к значительному снижению благосостояния граждан, в первую очередь малообеспеченных категорий.

Наиболее эффективное воздействие на величину денежных доходов населения оказывает налогообложение физических лиц. Поэтому необходимо определить систему вычетов из доходов физических лиц, которая наилучшим образом сможет предотвратить естественное для большинства граждан стремление к увеличению своих доходов более быстрыми темпами по сравнению с ростом производительности труда и повышением его качественного уровня.

Также каналом, через который осуществляется участие финансов в улучшении благосостояния граждан, являются общественные фонды потребления, которые выступают финансовой базой реализации конституционных прав и гарантий, декларируемых государством в социальной сфере, и используются для оказания населению бесплатных услуг, выплаты денежных пособий и предоставления различных льгот. Особенностью распределения благ через общественные фонды потребления является их целевой характер.

Механизм общественных фондов потребления позволяет государству непосредственно воздействовать на структуру потребительских

расходов граждан в интересах выравнивания социально-экономического положения различных категорий населения, обеспечивать защиту социально слабозащищенных и малообеспеченных категорий граждан.

Состав и объем жизненных благ, которые предоставляются через общественные фонды потребления, в первую очередь зависят от структуры расходов бюджета государства. В условиях рыночных отношений должна существенно возрасти социальная роль бюджета, выражающаяся в существенном увеличении доли расходов на социально-культурные мероприятия в общем объеме используемых бюджетных ресурсов. В развитых странах с высоким уровнем потребления удельный вес расходов на социальные нужды в государственном бюджете составляет 45–55 %, а в России данный показатель в 2020 году составил 26 %.

Непосредственно с общественными фондами потребления связаны благотворительные и близкие к ним по назначению социальные фонды. Роль данных фондов в удовлетворении потребностей населения очень важна, т.к. современный рынок неизбежно вызывает социальное неравенство граждан страны, в результате чего образуется нередко значимая по численности группа людей, которую не обеспечивают ни государство, ни какие-либо организации. И в данном случае для таких категорий граждан может оказываться финансовая помощь в виде благотворительности.

Ярким примером влияния финансовых ресурсов на социально-экономическое развитие страны является поддержка бизнеса и населения в период ограничений, связанных с распространением на территории РФ коронавирусной инфекции. Прежде всего, был принят комплекс мер, направленных на поддержание доходов населения, а также снижение издержек и прямую финансовую поддержку бизнеса. Данный комплекс мер включал мероприятия по следующим направлениям.

1. Меры социальной поддержки граждан, которые находятся на карантине, поддержка доходов населения, граждан, находящихся в сложной социальной ситуации. Эти меры включали:

- выплаты на детей в возрасте от 3 до 7 лет;
- увеличение минимального пособия по уходу за ребенком в 2 раза;
- упрощение правил оформления и оплаты больничных листов, установление минимального размера выплаты по больничному листу на уровне одного МРОТ в месяц (12 130 рублей) до конца 2020 года;
- введение «каникул» по потребительским и ипотечным кредитам для граждан, чьи доходы снизились на 30 % и более;
- введение единовременных выплат семьям, имеющим детей;
- увеличение размера пособия по безработице;
- введение выплат семьям, в которых родители являются безработными, в размере 3000 рублей на ребёнка.

2. Поддержка бизнеса – отраслей экономики, оказавшихся в зоне риска, прежде всего субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП). Сюда относятся такие меры как:

– субъектам МСП из пострадавших отраслей выделялись прямые безвозмездные субсидии на выплату заработных плат из расчета 12 130 рублей на одного сотрудника в месяц;

– бессрочно снижен размер страховых взносов с 30 % до 15 % для всех субъектов МСП в отношении выплат работникам, превышающим МРОТ;

– введены программы льготного кредитования для субъектов МСП, крупных компаний из пострадавших отраслей (объем данных кредитов в конце августа составил 1,4 трлн рублей).

3. Правительством РФ и Банком России также были приняты общесистемные меры государственной поддержки:

– отменена таможенная пошлина на лекарственные средства и медицинские изделия, установлен «зелёный коридор» для импортных товаров первой необходимости;

– реализованы меры в сфере банковского регулирования и финансов;

– выделено финансирование на производство оборудования и продукции для выявления и лечения заболеваний;

– расширена поддержка субъектов РФ, столкнувшихся с падением налоговых доходов.

В постковидном мире распределительные функции финансовой системы станут всё более актуальными, т.к. традиционные капиталистические способы экономического воспроизводства больше не имеют такой силы по обеспечению общесоциального благополучия.

Список литературы

1. Нешиной А. С. Финансы населения: макро-мезоуровневый подход к анализу их формирования и использования // Федерализм. 2020. № 1 (97). С. 66–80. doi: 10.21686/2073-1051-2020-1-66-80

2. Мирзабекова Э. Ф., Джабраилова М. А. Финансовая система и ее особенности // Тенденции развития науки и образования. 2020. № 58-5. С. 26–28. doi: 10.18411/lj-02-2020-87

3. Опекунов А. Н., Мещерина О. А. Экономическая сущность регионального бюджета и особенности оценки его эффективности // Перспективы развития предприятий в условиях инновационной направленности экономики : материалы VI Всерос. науч.-практ. конф. (Пенза, 23–24 апреля 2020 г.). Пенза : Изд-во ПГУ, 2020. С. 129–133.

4. Головин А. А., Сивцев О. В. Роль государственных финансов в финансовой системе Российской Федерации // Молодежь и XXI век – 2020 : материалы X Междунар. молодеж. науч. конф. : в 4 т. (Курск, 19–20 февраля 2020 г.) / отв. ред. А. А. Горохов. Курск : Юго-Западный государственный университет, 2020. Т. 1. С. 72–75.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Абросимов Д. Р. – студент факультета «Информационные технологии и электроника» Пензенского государственного университета.

Бадов С. Ю. – студент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Байрамова Ж. М. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Балясников А. Г. – студент факультета «Информационные технологии и электроника» Пензенского государственного университета.

Баранова Е. Е. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Барбашова С. А. – кандидат экономических наук, доцент, ведущий кафедрой «Экономика и финансы» Пензенского филиала Финансового университета при Правительстве РФ.

Баркова Д. М. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Финансового университета при Правительстве РФ.

Болтышова Ю. Ю. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Будина В. И. – кандидат экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Буренина Д. Э. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Веревкина Д. С. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Воронцова Е. А. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Гришанович Т. Н. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Джазовская И. Н. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Земскова А. О. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Карнова М. А. – аспирант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Килякова Е. М. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Киселев Е. А. – студент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Кисина Е. И. – доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Козлова И. Н. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Кошевой О. С. – доктор технических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Кузнецова Т. В. – старший преподаватель кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Кузьмина М. Г. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Куликова Т. А. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономическая безопасность» Пензенского государственного университета.

Куницкая Е. В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Куряева Г. Ю. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Лузгина О. А. – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Мазненкова Ю. С. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Маланьина И. В. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Малахова Ю. В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет, налогообложение и аудит» Пензенского государственного университета.

Маренина Е. А. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Мартыненко Д. Д. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Матросова А. А. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Минаева О. В. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Муромская Д. А. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Некрылова Н. В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Нефедова Т. И. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Опекунов А. Н. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Пантилеева А. А. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Петров А. В. – студент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Поздина А. В. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Покрашинская Д. Н. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Понукалин А. В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Потемина А. А. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Руис Диас Давид Хавьер – студент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Рыбалкин А. А. – ведущий специалист Правительства Пензенской области.

Рыженков В. А. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Сазонова Ю. И. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Сафронова Т. Е. – старший преподаватель кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Сидорова А. С. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Солдатова С. С. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент и экономическая безопасность» Пензенского государственного университета.

Соловьёва А. В. – студентка Института бизнес-права Московского государственного юридического университета имени О. Е. Кутафина.

Степанова Д. М. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Улитина А. А. – магистрант кафедры «Бухгалтерский учет, налогообложение и аудит» Пензенского государственного университета.

Унанов Д. Г. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Хайров Н. М. – аспирант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Хакимов А. К. – аспирант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Ховрин А. Д. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Хохлова И. Г. – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Филиппов А. А. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Филюшкина О. П. – специалист ИФНС России по Ленинскому району г. Пензы.

Цветкова А. А. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Черняева В. Н. – магистрант кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Юняева Р. Р. – доктор экономических наук, профессор кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

Юскаева А. Р. – студентка кафедры «Экономика и финансы» Пензенского государственного университета.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Байрамова Ж. М.</i> О РОЛИ МАЛОГО БИЗНЕСА ПРИ ПЕРЕХОДЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ К НОВОМУ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОМУ УКЛАДУ	3
<i>Балясников А. Г., Абросимов Д. Р., Куликова Т. А.</i> ПРОБЛЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА И САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ ЗАПАДНЫХ СТРАН.....	6
<i>Баркова Д. М., Малахова Ю. В., Барбашова С. А.</i> ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ОСНОВНЫХ КРИТЕРИЕВ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ	10
<i>Буренина Д. Э., Кузнецова Т. В.</i> АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РОССИИ	14
<i>Веревкина Д. С., Понукалин А. В.</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СДЕЛКИ M&A МЕЖДУ ПАО «М.ВИДЕО» И ООО «ЭЛЬДОРАДО».....	18
<i>Джазовская И. Н., Карпова М. А.</i> ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕДИЦИНСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	28
<i>Куряева Г. Ю., Киселев Е. А.</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА	31
<i>Кисина Е. И.</i> К ВОПРОСУ О СТИМУЛИРУЮЩЕМ ЦЕНООБРАЗОВАНИИ	35
<i>Козлова И. Н., Понукалин А. В.</i> ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА НА КАПИТАЛИЗАЦИЮ КОМПАНИЙ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	41

Кошевой О. С. ДИНАМИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ НАСЕЛЕНИЯ С ОРГАНАМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ	47
Кошевой О. С., Сидорова А. С. ТЕХНОЛОГИЯ ВЫБОРА ПОДРЯДЧИКА ЗАПУСКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ	51
Куницкая Е. В. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗМЕНЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ АДАПТАЦИОННОГО И ДОЛГОСРОЧНОГО РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	56
Куницкая Е. В., Баранова Е. Е. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРОДУКТОВЫМ ПОРТФЕЛЕМ	60
Куряева Г. Ю., Бадов С. Ю. ПРОБЛЕМА РЫНОЧНОГО ПОВЫШЕНИЯ ЦЕН НА АВТОМОБИЛИ	64
Куряева Г. Ю., Воронцова Е. А. КАК ПАНДЕМИЯ ИЗМЕНИЛА МИР ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА	66
Куряева Г. Ю., Матросова А. А. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ЕГО БАНКРОТСТВА	70
Куряева Г. Ю., Пантилеева А. А. ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА	74
Куряева Г. Ю., Петров А. В. ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО БРЕНДИНГА	79
Куряева Г. Ю., Руис Диас Давид Хавьер. ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ	83
Куряева Г. Ю., Юскаева А. Р. АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В 2021 г.	86
Лузгина О. А., Хакимов А. ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ОПЫТ, ПРОБЛЕМЫ, ОЖИДАНИЯ	89

<i>Маренина Е. А., Кузьмина М. Г.</i> РИСКИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ АО «РЖД»	92
<i>Некрылова Н. В., Болтышова Ю. Ю.</i> ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕПОЗИТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	95
<i>Некрылова Н. В., Минаева О. В.</i> ФИНАНСОВЫЙ КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБОРОННОГО ЗАКАЗА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	100
<i>Опекунов А. Н., Килякова Е. М.</i> ВЫБОР РАЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА НА ОСНОВЕ ТЕОРИИ МИЛЛЕРА – МОДИЛЬЯНИ	104
<i>Опекунов А. Н., Маланьина И. В.</i> СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	108
<i>Поздина А. В., Байрамова Ж. М.</i> ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ. ВНЕБЮДЖЕТНЫЙ АСПЕКТ	113
<i>Потемина А. А., Куницкая Е. В.</i> ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГИ И ТЕНДЕРЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛУЧЕНИЯ ЗАКАЗОВ НА НАУКОЕМКУЮ ПРОДУКЦИЮ	116
<i>Рыбалкин А. А.</i> ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ	120
<i>Рыженков В. А., Будина В. И.</i> УЧЕТ ФАКТОРА РИСКА ПРИ УПРАВЛЕНИИ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ НА ПРИМЕРЕ АО «ПЕНЗЕНСКИЙ ТЕПЛИЧНЫЙ КОМБИНАТ»	123
<i>Сазонова Ю. И., Кузнецова Т. В.</i> СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	128

<i>Сафронова Т. Е.</i> ПОНЯТИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА.....	132
<i>Сафронова Т. Е., Гришанович Т. Н.</i> ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЧИСЛЕННОСТИ ЗАНЯТОГО НАСЕЛЕНИЯ В РЕГИОНАХ ПРИВОЛЖСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА НА ОСНОВЕ МЕТОДА ЭКСТРАПОЛЯЦИИ.....	137
<i>Солдатова С. С., Мартыненко Д. Д.</i> ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	141
<i>Солдатова С. С., Муромская Д. А.</i> ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ	146
<i>Солдатова С. С., Нефедова Т. И.</i> РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	150
<i>Соловьёва А. В., Понукалин А. В.</i> ФИНАНСОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ КУЛЬТУРЫ.....	154
<i>Улитина А. А., Малахова Ю. В.</i> СРАВНЕНИЕ ПОЛОЖЕНИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ И РОССИЙСКИХ СТАНДАРТОВ УЧЕТА ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ	163
<i>Унанов Д. Г., Понукалин А. В.</i> АНАЛИЗ И ВЫБОР БРОКЕРСКОЙ КОМПАНИИ.....	167
<i>Унанов Д. Г., Понукалин А. В.</i> ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ	171
<i>Ховрин А. Д., Куницкая Е. В.</i> КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	175

Филиппов А. А., Понукалин А. В. ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ФРАНЧАЙЗИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	178
Филюшкина О. П., Хохлова И. Г. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	185
Цветкова А. А., Понукалин А. В. РИСК ИНВЕСТИРОВАНИЯ. КАК ОЦЕНИТЬ И МИНИМИЗИРОВАТЬ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ.....	189
Черняева В. Н., Байрамова Ж. М. ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	194
Юнчева Р. Р., Мазненкова Ю. С. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	198
Юнчева Р. Р., Хайров Н. М. ИНВЕСТИЦИИ В АГРОПРОМЫШЛЕННЫЙ КОМПЛЕКС: РИСКИ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ	203
Байрамова Ж. М., Гришанович Т. Н., Покрашинская Д. Н. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	207
Байрамова Ж. М., Степанова Д. М., Земскова А. О. РОЛЬ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СТРАНЫ	211
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ.....	215

Научное издание

**Перспективы развития предприятий
в условиях инновационной
направленности экономики**

г. Пенза, 22–23 апреля 2021 г.

П о д р е д а к ц и е й
Опекунова Алексея Николаевича

Материалы представлены в авторской редакции

Корректор *М. М. Кузнецова*
Компьютерная верстка *Н. В. Ивановой*
Дизайн обложки *А. Е. Журиной*

Подписано в печать 16.12.2021.
Формат 60×84¹/₁₆. Усл. печ. л. 13,02.
Тираж 28. Заказ № 725.

Издательство ПГУ.
440026, Пенза, Красная, 40.
Тел.: (8412) 66-60-49, 66-67-77; e-mail: iic@pnzgu.ru