



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

Międzynarodowe czasopismo naukowe

Economics

№10(62) 2020

Część 8



colloquium-journal

ISSN 2520-6990

ISSN 2520-2480

Colloquium-journal №10 (62), 2020

Część 8

(Warszawa, Polska)

Redaktor naczelny - **Paweł Nowak**
Ewa Kowalczyk

Rada naukowa

- **Dorota Dobija** - profesor i rachunkowości i zarządzania na uniwersytecie Koźmińskiego
- **Jemielniak Dariusz** - profesor dyrektor centrum naukowo-badawczego w zakresie organizacji i miejsc pracy, kierownik katedry zarządzania Międzynarodowego w Ku.
- **Mateusz Jabłoński** - politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki.
- **Henryka Danuta Stryczewska** – profesor, dziekan wydziału elektrotechniki i informatyki Politechniki Lubelskiej.
- **Bulakh Iryna Valerievna** - profesor nadzwyczajny w katedrze projektowania środowiska architektonicznego, Kijowski narodowy Uniwersytet budownictwa i architektury.
- **Leontiev Rudolf Georgievich** - doktor nauk ekonomicznych, profesor wyższej komisji atestacyjnej, główny naukowiec federalnego centrum badawczego chabarowska, dalekowschodni oddział rosyjskiej akademii nauk
- **Serebrennikova Anna Valerievna** - doktor prawa, profesor wydziału prawa karnego i kryminologii uniwersytetu Moskiewskiego M.V. Lomonosova, Rosja
- **Skopa Vitaliy Aleksandrovich** - doktor nauk historycznych, kierownik katedry filozofii i kulturoznawstwa
- **Pogrebnaya Yana Vsevolodovna** - doktor filologii, profesor nadzwyczajny, stawropolski państwowy Instytut pedagogiczny
- **Fanil Timeryanowicz Kuzbekov** - kandydat nauk historycznych, doktor nauk filologicznych. profesor, wydział Dziennikarstwa, Bashgosuniversitet
- **Kanivets Alexander Vasilievich** - kandydat nauk technicznych, docent wydziału dyscypliny inżynierii ogólnej wydziału inżynierii i technologii państwowej akademii rolniczej w Połtawie
- **Yavorska-Vitkovska Monika** - doktor edukacji, szkoła Kuyavsky-Pomorsk w bidgoszczu, dziekan nauk o filozofii i biologii; doktor edukacji, profesor
- **Chernyak Lev Pavlovich** - doktor nauk technicznych, profesor, katedra technologii chemicznej materiałów kompozytowych narodowy uniwersytet techniczny Ukrainy „Politechnika w Kijowie”
- **Vorona-Slivinskaya Lyubov Grigoryevna** - doktor nauk ekonomicznych, profesor, St. Petersburg University of Management Technologia i ekonomia
- **Voskresenskaya Elena Vladimirovna** doktor prawa, kierownik Katedry Prawa Cywilnego i Ochrony Własności Intelektualnej w dziedzinie techniki, Politechnika im. Piotra Wielkiego w Sankt Petersburgu
- **Tengiz Magradze** - doktor filozofii w dziedzinie energetyki i elektrotechniki, Georgian Technical University, Tbilisi, Gruzja
- **Usta-Azizova Dilnoza Ahrarovna** - kandydat nauk pedagogicznych, profesor nadzwyczajny, Tashkent Pediatric Medical Institute, Uzbekistan

    SlideShare



INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



«Colloquium-journal»

Wydrukowano w «Chocimska 24, 00-001 Warszawa, Poland»

E-mail: info@colloquium-journal.org

<http://www.colloquium-journal.org/>

CONTENTS

ECONOMICS

Карпов В.А. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРЕДАЧИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА АУТСОРСИНГ	5
Карпов V.A. ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF BUSINESS PROCESS OUTSOURCING	5
Киян М.А., Шевченко Ю.С. АНАЛИЗ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ У ОРГАНИЗАЦИИ	7
Kiyun M.A., Shevchenko Yu.S. CASH FLOW ANALYSIS AS A TOOL FOR EVALUATING AN ORGANIZATION'S CASH FLOWS	7
Колесникова Д.Д., Думанян Д.А. ФИНАНСОВАЯ МАТЕМАТИКА В КРЕДИТОВАНИИ. МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ.	10
Kolesnikova D.D., Dumanyan D.A. FINANCIAL MATHEMATICS IN LENDING. APPLICATION METHOD.	10
Ларин О.Н., Кулаков А.Д. О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ИНДИКАТОРОВ РАСЧЕТА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ В РАМКАХ СТРАТЕГИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ЕДИНИЦ НА ТЕРРИТОРИИ РФ	12
Larin O.N., Kulakov A.D. THE IMPROVEMENT OF INDICATORS IN CALCULATING SOCIAL AND ECONOMIC EFFECTS WITHIN THE FRAMEWORK OF STRATEGIES OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ADMINISTRATIVE UNITS IN THE TERRITORY OF THE RUSSIAN FEDERATION.....	12
Liakhova D.S. DEVELOPMENT OF MONETARY POLICY ROLE IN FINANCIAL CRISIS	15
Мартынова М.М. РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ КОМПАНИЕЙ КАК ФАКТОР ЕЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ.....	17
Martynova M.M. DISCLOSURE OF INFORMATION BY THE COMPANY AS A FACTOR OF ITS MARKET VALUE.....	17
Невострюев П.Ю. МАРКЕТИНГ СТАРТАПОВ	20
Nevostruev P.U. STARTUP MARKETING	20
Нечаев А.В., Боцула В.А., Скворцова И.В. МЕТОДЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ СУБЪЕКТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕШЕНИЕ ВОПРОСОВ ЭНЕРГО- И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ	22
Nechaev A.V., Botsula V.A., Skvortsova I.V. METHODS OF INVOLVING SUBJECTS OF EDUCATIONAL ACTIVITY IN SOLVING ISSUES OF ENERGY AND RESOURCE CONSERVATION	23
Герасименко О.А., Пензева С.А. ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.....	26
Gerasimenko O.A., Penzeva S.A. PROBLEMATIC ISSUES OF ASSESSING THE FINANCIAL STABILITY OF AN ORGANIZATION	26

Арутюнян Ю.И., Плякич Б.М. ДИСТАНЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	30
Arutyunyan Yu.I., Plyakich B.M. REMOTE PERSONNEL MANAGEMENT OF A MODERN ORGANIZATION.....	30
Польсаев В.Ю., Польсаева П.А. ОЦЕНКА ОБЛИГАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА	33
Polysaev V.Y., Polysaeva P.A. EVALUATION OF BONDS UNDER CRISIS	33
Соломонова В.Н., Редькина Т.М., Курбанова М. СТРАТЕГИЯ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА	35
Solomonova V.N., Redkina T.M., Kurbanova M. STRATEGY OF THE STATE IN OVERCOMING THE ECONOMIC DOWNTURN	35
Соломонова В.Н., Редькина Т.М., Ат-Тал Ф. СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ЭКОНОМИКИ ПОД ВЛИЯНИЕМ КОРОНАВИРУСА	37
Solomonova V.N., Redkina T.M., At-Tal P. STRATEGIC REORIENTATION OF THE ECONOMY UNDER THE INFLUENCE OF CORONAVIRUS	38
Титов Р.А., Горобец К.В. АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ПРИБЫЛЬ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ	40
Titov R.A., Gorobets K.V. ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PROFIT AND ITS APPLICATION IN THE FINANCIAL MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION	40
Дикарева И.А., Хушт С.И., Усачева Ю.А. ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ	42
Dikareva I.A., Khusht S.I., Usacheva Yu.A. SECURITIES MARKET INFRASTRUCTURE.....	42
Фисенко Е.М. ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID – 2019	45
Fisenko E.M. FOOD SECURITY IN THE FACE OF THE COVID - 2019 PANDEMIC	45
Цыпуштанова Е.С. МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ ИТ-СТАРТАПА	48
Syushtanova E.S. MOTIVATING EMPLOYEES OF AN IT STARTUP	48
Ашинова М.К., Чиназирова С.К., Кадакоева Г.В., Гишева С.Ш. СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	50
Ashinova M.K., Chinazirova S.K., Kadakoeva G.V., Gisheva S.Sh. MARKETING STRATEGY OF A COMMERCIAL ENTERPRISE.....	50
Шибанихин Е.А., Шевченко А.А. ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РОССИИ.....	53
Shibanikhin E.A., Shevchenko A.A. INVESTMENT IN INNOVATION AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH IN RUSSIA	53

Шукаева А.В.	
ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ: ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	56
Shukaeva A.V.	
TRANSPORT TAX: APPEARANCE STORY AND DEVELOPMENT TRENDS	56
Юнева А.А., Мигел А.А.	
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РФ В ТАМОЖЕННОЙ СФЕРЕ	59
Yuneva A.A., Miguel A.A.	
MAIN DIRECTIONS OF INTERNATIONAL LEGAL COOPERATION OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CUSTOMS SPHERE	59
Шингарев Ф.Ф.	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ	61
Shingareev F.F.	
CURRENT STATE OF ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA, DEVELOPMENT TRENDS	61

ECONOMICS

УДК 657.1

*Карпов В.А.**РЭУ им. Г.В.Плеханова, Москва*

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПЕРЕДАЧИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА АУТСОРСИНГ

*Karpov V.A.**Plekhanov Russian University of Economics, Moscow*

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF BUSINESS PROCESS OUTSOURCING

Аннотация

В исследовании проведена оценка эффективности передачи бизнес-процессов на аутсорсинг. По результатам проведенного исследования сделан вывод о том, что услуги аутсорсинга являются перспективным направлением взаимодействия бизнесов. При этом, компания-заказчик, имеет возможность передать на аутсорсинг различные бизнес-процессы – профильные, не профильные и вспомогательные. При этом, передача бизнес-процессов на аутсорсинг может привести к снижению затрат на ведение бизнеса. В тоже время неверное перераспределение функций может привести к обратному эффекту. Кроме этого, остается вероятность утечки конфиденциальной информации.

Abstract

The study assesses the efficiency of business processes outsourcing. According to the results of the conducted research the conclusion is made that outsourcing services are a perspective direction of business interaction. At the same time, the customer company has an opportunity to outsource various business processes - profile, non-profile and auxiliary. At the same time, the transfer of business processes to outsourcing may lead to the reduction of costs for business. At the same time, the incorrect redistribution of functions may lead to the opposite effect. Besides, there is a probability of leak of the confidential information.

Ключевые слова: аутсорсинг, бизнес-процессы, риски, эффективность, малый бизнес.

Keywords: outsourcing, business processes, risks, efficiency, small business.

Аутсорсинг, в общеизвестном смысле, представляет собой передачу некоторой части работ, услуг, производственных процессов на обслуживающие специализированной компании. Как правило, услуги аутсорсинга носят не кратковременный характер и передача отдельных функций производится на длительный период времени на основе длительного контракта, который заключается на период не менее одного года. Передача функций аутсорсинговой компании обеспечивает постоянный бизнес-процесс как для передающей стороны, так и принимающей [5]. Исследование вопросов по передаче части бизнес-процессов аутсорсинговым компаниям является актуальным, как для бизнес-практики, так и для научных исследований. В связи с этим, цель исследования можно определить, как оценка эффективности передачи бизнес-процессов компании на аутсорсинг.

Сфера применения аутсорсинга становится все шире, затрагивая функции производства и управления бизнесом. Привлечение аутсорсинга в производственные процессы связано с принятием менеджментом стратегического решения глобализации и вхождение в международную производственную сеть. Что касается аутсорсинга в сфере управления, то связан он с желанием повысить квалификацию персонала и информационных технологий в управлении.

В условиях конкуренции малые и крупные компании, стремясь оптимизировать производственные процессы, хотят минимизировать косвенные издержки и поэтому готовы делегировать такие функции, как [1]:

- бухгалтерский учет и оптимизацию налогов;
- юридические консультации и сопровождение;
- услуги маркетинга и рекламы;
- транспортно-логистические услуги;
- уборка и обслуживание;
- другие бизнес-процессы.

Принцип аутсорсинга: «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других» [6].

Другими словами, сущность аутсорсинга заключается в передаче непрофильных для организации процессов управления или производства, тем самым, сосредотачиваясь на основной деятельности.

Как показывает практика, такое решение помогает компаниям в решении основных проблем, связанных с функционированием и развитием в рыночной экономике, за счет минимизации издержек, повышения уровня мобильности и адаптации к рыночным условиям среды, совершенствуя качество

выпускаемой продукции и оказываемых услуг, сводя при этом свои риски к минимуму [4].

Можно выделить три вида аутсорсинга: производственный, информационных технологий и бизнес-процессов.

Под производственным аутсорсингом следует понимать, что компания передает часть производственной цепочки или весь цикл производственного процесса на обслуживание сторонней организации. К положительным сторонам такого решения можно отнести то, что при производственном аутсорсинге компания может достичь снижения затрат на рабочую силу при сохранении качества продукта, увеличить мобильность компании, что позволит ей быть более конкурентоспособной на рынке.

Аутсорсинг бизнес-процессов представляет собой передачу непрофильных бизнес-процессов сторонней компании. Примером таких бизнес-процессов может быть: ведение бухгалтерского учета, маркетинг, реклама, логистика. Но, не смотря на свое стремительное развитие, к этому виду аутсорсинга прибегают не все компании. Причина кроется в опасении потерять контроль, разглашения коммерческой тайны, а многие просто не готовы что-то менять.

Под аутсорсингом информационных технологий (ИТ-аутсорсинг) - понимают полную или частичную передачу процессов, связанных с информационными технологиями, обслуживающей компании, например:

- обслуживание сетевого канала связи компании;
- планирование и внедрение автоматизированных систем с последующим непрерывным ведением и обновлением;
- установка и обслуживание корпоративных баз данных на специальных серверах компаний;
- управление информационными системами;
- покупка в лизинг компьютерного оборудования.

Как показывает зарубежная статистика по данным американского аналитического центра Yankelovich Partners привлечение аутсорсинговых компаний в различные сферы бизнеса заметно улучшает экономические показатели предприятия [7]. Явление привлечения подрядной организации в российском бизнесе стало широко использоваться сначала в информационных технологиях потом и в бухгалтерской сфере. Это обусловлено тем, что каждая организация стремится снизить затраты на ведение непрофильных видов деятельности, которые не являются источниками прибыли, но их наличие является обязательным для успешного функционирования организации.

Исходя из своих видов деятельности и производственных возможностей, каждая компания решает, какими функциями будет руководить сама, а какая часть функций и процессов будет делегирована. Передача функций или процессов произво-

дится с целью оптимизации производства, это происходит тогда, когда предприятию экономически не выгодно самостоятельно заниматься организацией и обеспечением таких процессов.

Как показывает практика, переданные аутсорсеру функции или процессы, исполняются, быстрее, чем при выполнении самостоятельными силами клиента. Зачастую это обуславливается не только тем фактом, что задействованы специалисты с более высоким уровнем профессиональной подготовки, нежели штатные сотрудники компании, но и с психологическими причинами. У штатного сотрудника присутствует только материальный интерес, основанный на получении регулярного дохода, в виде заработной платы. В отличие от штатного сотрудника, вознаграждение аутсорсера находится в прямой зависимости от того, как быстро и качественно он выполнит свою работу [2].

Для этого удаленные администраторы, развивающие свою компанию, стремятся к подбору квалифицированного персонала, новые технологии в своей отрасли. Поэтому применяются схемы, которые позволяют оптимизировать процесс выполнения задач, с привлечением дополнительных ресурсов, если этого требуют сжатые сроки или условия, в то время как внутри организации-заказчика такие процессы могут быть неоправданно затратными.

Пользуясь услугами аутсорсинга, достигаются главные цели - экономия времени, сведение к минимуму собственных рисков, связанных с самостоятельностью организовывать процессы и повышать экономические показатели компании за счет использования ресурсов сторонней компании с надежно отлаженными внутренними процессами и заведомо высоким уровнем профессиональной подготовки [3].

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что услуги аутсорсинга являются перспективным направлением взаимодействия бизнесов. При этом, компания-заказчик, имеет возможность передать на аутсорсинг различные бизнес-процессы – профильные, не профильные и вспомогательные. При этом, передача бизнес-процессов на аутсорсинг может привести к снижению затрат на ведение бизнеса. В тоже время неверное перераспределение функций может привести к обратному эффекту. Кроме этого, остается вероятность утечки конфиденциальной информации.

Список литературы

1. Варламова С.Б. ИТ-Аутсорсинг для российского малого предпринимательства // Экономика. Бизнес. Банки. 2020. № 1 (39). С 20-33
2. Иванов В.В. Исследование проблем использования аутсорсинга и способы мотивации персонала в управлении бизнесом // Финансы и менеджмент. - 2010 -№ 3 (105) С. 17 - 21
3. Клементе С, Доннеллан М., Рид С, перевод Кобзарева Н.Л. Аутсорсинг бизнес-процессов. Советы финансового директора. Изд.: Вершина 2010г. стр 25.
4. Косов М.Е., Морозова Т.В., Ахмадеев Р.Г. Финансы групп компаний. Финансовая отчетность.

Налог на прибыль: учебник / М.Е. Косов, Т.В. Морозова, Р.Г. Ахмадеев. - М.: Издательство «Юнити-Дана», 2018. Сер. Magister – 199 с

5. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. «Современный экономический словарь» / ИНФРА-М, 2010

6. Хейвуд Дж. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ / Пер. с англ. М.: Вильямс, 2012г. 178 с

7. Lehoux L., Morozova T.V., Safonova E.G. New era of UK/Irish GAAP// В сборнике Финансы, налоги и учет в странах дальнего и ближнего зарубежья: инновационные решения сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. -2017. -С. 13-17.

УДК 658.1

*Киян М.А.,
Шевченко Ю.С.*

Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т.Трубилина
[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11673](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11673)

АНАЛИЗ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ У ОРГАНИЗАЦИИ

*Kiyan M.A.,
Shevchenko Yu.S.*

Kuban state agrarian University named after I.T.Trubilin

CASH FLOW ANALYSIS AS A TOOL FOR EVALUATING AN ORGANIZATION'S CASH FLOWS

Аннотация

В данной работе был осуществлен анализ денежных потоков АО «Конный завод «Восход» с помощью прямого, косвенного и коэффициентного методов. Базируясь на полученных данных проведенного анализа, сделали вывод о целесообразности применения совокупности методов и учет их результатов.

Abstract

In this work, the analysis of cash flows of JSC "Horse factory "Voskhod" was carried out using direct, indirect and coefficient methods. Based on the obtained data of the analysis, we concluded that it is advisable to use a set of methods and take into account their results.

Ключевые слова: *денежные средства, денежный поток, анализ, текущая деятельность, инвестиционная деятельность, финансовая деятельность.*

Keywords: *cash, cash flow, analysis, current activities, investment activities, financial activities.*

Главной целью любой организации является максимальное увеличение прибыли. В связи с этим возникает необходимость развития учета затрат в разрезе переменных и постоянных расходов в себестоимости продукции. Однако такой анализ не может полностью обеспечить информацией о наличии денежных накоплений у предприятия. Поэтому наряду с финансовой диагностикой применяют и анализ денежных потоков. В нашей стране в большинстве случаев используют прямой метод оценки денежных потоков, который отражает лишь их динамику и структуру по видам деятельности за определенный период времени. Полноценную оценку

денежных потоков можно получить в совокупности с косвенным и коэффициентным методами.

Анализ денежных потоков проведен на примере АО «Конный завод «Восход» – одного из ведущих предприятий по разведению чистокровных лошадей в России. Главные направления деятельности акционерного общества: производство, реализация сельскохозяйственной продукции, разведение чистокровных племенных лошадей, специализированная подготовка лошадей для конных заводов, спортивных организаций, поставки на экспорт.

Таблица 1

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. в % к	
				2016 г.	2017 г.
Выручка	532563	443426	531313	99,8	119,8
Себестоимость продаж	410188	384957	459471	112,0	119,4
Прибыль от продаж	118178	50526	64967	55,0	128,6
Прибыль до налогообложения	121684	9038	24346	20,0	269,4
Чистая прибыль	121684	9038	24346	20,0	269,4

Показатель выручки в 2018 г. по сравнению с 2016 г. снизился на 0,2 %. При этом себестоимость увеличилась на 12 %. Повышение цен на сырье и

материалы может достаточно сильно увеличить себестоимость продукции. При этом всем производителю не всегда в праве увеличить цену товара, так как это может уменьшить конкурентоспособность

на рынке. Данная ситуация отразилась на величине прибыли от продаж, она сократилась на 45 %. Чистая прибыль снизилась на 80%. Как правило, уменьшение чистой прибыли говорит о том, система сбыта, управления или другие факторы работают не корректно и требуют доработки. Однако, следует отметить, что наименьшими финансовыми результатами были в 2017 г. Показатели 2018 г. значительно превышают показатели 2017 г.

Информационной основой анализа денежных потоков АО «Конный завод «Восход» является отчет о движении денежных средств предприятия, представленный в таблице 2.

Снижение денежных поступлений от текущей деятельности связано с уменьшением продаж продукции, товаров, работ и услуг, а также снижением прочих поступлений, таких как бюджетные субсидии и страховые возмещения. Снижение денежных поступлений от инвестиционной деятельности связано с уменьшением доходов от продажи внеоборотных активов, а также отсутствием поступлений по продаже акций других организаций и прочих поступлений.

Таблица 2

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. в % к	
				2016 г.	2017 г.
Остаток денежных средств на начало года	6017	8777	7828	130,1	89,2
Поступление денежных средств, всего					
В том числе:	877117	674003	829858	94,6	123,1
По текущей деятельности	589085	391157	496812	84,3	127,0
Инвестиционной деятельности	184135	46241	2182	1,2	4,7
Финансовой деятельности	103897	236605	330864	318,5	139,8
Расходование денежных средств, всего					
В том числе:	874357	675511	831612	95,1	123,1
По текущей деятельности	382044	446532	425639	111,4	95,3
Инвестиционной деятельности	413374	36130	157732	38,2	436,6
Финансовой деятельности	78939	192849	248241	314,5	128,7
Чистый денежный поток, всего					
В том числе:	2760	-949	-1835	-63,6	116,3
По текущей деятельности	207041	-54816	71173	34,4	-128,5
Инвестиционной деятельности	-229239	10111	-155631	67,9	-1538,4
Финансовой деятельности	24958	43756	82623	331,0	188,8
Остаток денежных средств на конец года	8777	7828	5993	68,3	76,6

Увеличение расходов по текущей деятельности связано с ростом платежей поставщикам и подрядчикам за сырье, материалы, работы и услуги, увеличение процентов по долговым обязательствам, а также ростом страховых взносов. Стремительный рост платежей по финансовой деятельности за исследуемый период связан с увеличением размера погашения векселей и других долговых ценных бумаг, возврата кредитов и займов. Снижение расходов по инвестиционной деятельности обусловлено уменьшением процентов по долговым обязательствам, а также отсутствием в 2018 г. платежей по приобретению долговых ценных бумаг.

Чистый денежный поток организации в 2018 г. принял отрицательное значение, то есть предприятие имеет дефицит денежных средств в размере

1835 тыс. руб. Такая отрицательная динамика обусловлена снижением чистого денежного потока по инвестиционной деятельности.

Наибольший удельный вес в структуре поступлений составляют поступления по текущей деятельности, доля которой колеблется от 67,2% в 2016 г. до 59,9% в 2018 г. Поступления от инвестиционной деятельности от общего объема поступлений составляет в 2016 г. 21% и 0,3% в 2018 г.

В структуре расходов наибольший удельный вес в 2018 г. приходится на текущую деятельность. Наблюдается рост инвестиционной деятельности в сравнении с 2017 г., что может быть связано с обновлением основных средств.

Применение косвенного метода АО «Конный завод «Восход», представлено в таблице 3, позволяет сформулировать следующие выводы.

Таблица 3

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Движение денежных средств по операционной деятельности			
Чистая прибыль	121684	9038	24346
Амортизация отчетного года	56250	70618	74186
Изменение запасов	-21315	-62369	+15920
Изменение дебиторской задолженности	+10155	+6175	-46295
Изменение кредиторской задолженности	+5548	-242	+39229
Прочие краткосрочные обязательства	+124	+171	+137
Чистый денежный поток от операционной деятельности	172446	23391	107523
Движение денежных средств по инвестиционной деятельности			
Основные средства	-362756	-64421	-124850
Финансовые вложения	-14153	-6388	+4681
Прочие внеоборотные активы	+242149	-7856	-63977
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	+3700	0
Чистый денежный поток от инвестиционной деятельности	-134760	-74965	-184146
Движение денежных средств по финансовой деятельности			
Уставный капитал	0	0	0
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0	-6513	-6513
Переоценка внеоборотных активов	+436	-4208	-2038
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	-122119	+4208	+2038
Долгосрочные заемные средства	+33061	-55983	+34810
Краткосрочные заемные средства	-58139	+106608	+46491
Чистый денежный поток от финансовой деятельности	-146761	50625	74788
Чистое увеличение (уменьшение) денежных средств и из эквивалентов	-2760	-949	-1835
Денежные средства, эквиваленты на конец года	8777	7828	5993

Можно сделать вывод, что в рамках операционной деятельности за 2018 г. чистый денежный поток снизился в сравнении с 2016 и 2017 гг. в связи с увеличением дебиторской задолженности. Ана-

лиз денежных потоков косвенным методом показал, что предприятие имеет отрицательный чистый денежный поток в отчетном году.

Рассчитаем эффективность денежных потоков АО «Конный завод «Восход» коэффициентным методом (таблица 4).

Таблица 4

Показатель	Норматив	2016	2017	2018
Коэффициент ликвидности денежного потока ($K_{лп}$)	$K_{лп} = 1$	1,00	1,00	1,00
Коэффициент эффективности денежного потока ($K_{эп}$)	$K_{эп} > 1$	0,003	0,001	0,002
Уровень достаточности поступления денежных средств (УДП)	$УДП > 1$	1,00	0,99	0,99
Коэффициент достаточности чистого денежного потока ($K_{чд}$)	$K_{чд} = 1$	0,46	0,11	0,32
Коэффициент оборачиваемости денежных средств ($КО_{дс}$)	-	88,5	50,5	88,7
Коэффициент закрепления денежных средств ($КЗ_{дс}$)	-	0,01	0,02	0,01
Длительность одного оборота денежных средств (Т)	-	4,1	7,2	4,1
Коэффициент рентабельности денежного потока ($P_{дп}$)	-	0,14	0,01	0,3
Коэффициент платежеспособности (КП)	$КП > 1$	1,01	1,01	1,01
Коэффициент реинвестирования денежных средств (K_p)	$0,1 < K_p < 0,08$	0,13	0,08	0,08

Исходя из всех показателей, рассчитанных при проведении анализа тремя методами, можем обобщить, что только при их совокупности можно реально оценить деятельность организации. Каждый метод имеет свои преимущества и недостатки, а в совокупности они перекрываются, что дает полное представление о денежных потоках предприятия.

На основе полученных данных делаем вывод, что предприятие на грани неплатежеспособности, расходование денежных средств превышает их поступление. Организации следует прибегнуть к повышению эффективности использования денежных потоков.

Увеличение положительного денежного потока может быть достигнуто за счет привлечения стратегических инвесторов с целью увеличения объема собственного капитала; дополнительной эмиссии акций; привлечения долгосрочных финансовых кредитов; продажи или сдачи в аренду неиспользуемых видов основных средств.

Повышение суммы чистого денежного потока предприятия может быть обеспечено за счет сокращения периода амортизации используемых предприятием нематериальных активов; осуществления эффективной ценовой политики, обеспечивающей повышение уровня доходности операционной деятельности.

Результаты оптимизации денежных потоков предприятия получают свое отражение в системе планов формирования и использования денежных средств в предстоящем периоде.

Список литературы

1. Абрамян А.К., Коваленко О.Г. Теоретическое представление категории «денежные потоки», Молодой ученый. – 2019. -№1. – С. 84-86.

2. Дрок Т.Е., Коптева Е.В. Финансовое планирование и бюджетирование на предприятии, Вопросы экономики и управления. – 2018. - №5.1. – С. 121-124.

3. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: учебник. – Москва: Перспектива, 2018. – 656 с.

*Колесникова Д.Д.,
Думанян Д.А.
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубилина
г.Краснодар, Россия*

ФИНАНСОВАЯ МАТЕМАТИКА В КРЕДИТОВАНИИ. МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ.

*Kolesnikova D.D.,
Dumanyan D.A.
Kuban state agrarian University named after I.T.Trubilin
Krasnodar, Russia*

FINANCIAL MATHEMATICS IN LENDING. APPLICATION METHOD.

Аннотация

В данной статье рассматриваются важнейшие методы нахождения скрытых процентных ставок в кредитных займах

Abstract

This article discusses the most important methods for finding hidden interest rates in credit loans.

Ключевые слова: *Кредитные операции, проценты, процентная ставка, погасительный платеж*
Keywords: *Credit operations, interest, interest rate, repayment*

На протяжении нескольких десятилетий в Российской Федерации отмечается немалый прогресс в развитии взаимодействия коммерческих банков с населением. Данная ситуация возникает не только в увеличении депозитных операций, повысить спектр депозитных вкладов, но и продвижение всевозможных форм потребительского кредитования физических лиц. «На сегодняшний день это самая распространенная услуга банка, предлагаемая населению. Связано это с тем, что банки разработали достаточно лояльные условия для скорейшего получения кредита на личные цели» [1]. Почти все масштабные торговые организации взаимодействуют с коммерческими банками (ОАО «ОТП Банк», ООО «Home credit bank»), выдвигают предложение потребителям на приобретение товаров и услуг в кредит на выгодных условиях, без предплат и переплат.

Основная сумма задолженности может быть погашена в полном объеме досрочно или может погашаться постепенно в течение полного срока оплаты кредита. Во многих случаях проценты выплачиваются от суммы непогашенного остатка кредита.

Существуют разные способы погашения основного займа:

1. Периодические взносы
 - возможность погасить сумму неравномерным взносом
 - возможность погасить сумму равномерным взносом

2. Разовое погашение основного займа и процентов

3. Амортизационное погашение

По мнению заемщика, наиболее выгодным является оплата кредиторам в долгосрочном период, и с данных позиций заемщику более выгоден, как могло бы казаться на первый взгляд, вариант разового погашения займа. Но нельзя забывать и вопрос минимизации процентных расходов по обслуживанию займа, а в данном случае сумма процентов является наибольшей из приведенных вариантов погашения кредита.

К тому же для банка вариант разовым погашением основного займа является нежелательным. Предпочитаемым способом оплаты основного долга являются периодические выплаты, так как соответственно истечению срока кредита медленно снижаются кредитные риски. В большинстве случаев, разового погашения займа применяется при краткосрочном кредитовании наилучших заемщиков. Но стоит упомянуть, что «банки не ставят ограничений на сумму ежемесячных платежей. Заемщик в праве сам указать сумму ежемесячных платежей и при желании досрочно погасить кредит» [2].

Равные погасительные платежи более привлекательны для кредитора, чем равномерные выплаты суммы долга. В первом варианте кредитор получает большую сумму процентных выплат, но при этом рискует, так как на начало периода у заемщика большая непогашенная сумма долга.

Прежде чем выбрать вариант погашения долга, нужно учитывать цель, которую поставил кредитор. Либо получить максимальный процентный доход, либо минимизировать кредитный риск.

«Наиболее распространенная схема погашения ипотечного кредита в российских банках – метод аннуитетного платежа. По данному методу вначале рассчитывается ежемесячный аннуитетный (постоянный) платеж по следующей формуле:

$$p = P \frac{i/12}{1 - (1 + i/12)^{-12n}}$$

Платеж №	Погасительный платеж	В том числе	
		Начисленные проценты	Основной долг
1	3459	491	2968
2	3459	414	3045
3	3459	335	3124
4	3459	255	3204
5	3459	172	3287
6	3459	87	3372
итого	20754	1754	19000

На основе данных расчетов кредитор сообщает заемщику, что начисленный процент будет 1754р, что составляет 8,45% от суммы кредита (19000р).

Но является ли величина 8,45% процентной ставкой?

Для этого рассмотрим подробнее, как была рассчитана эта величина. Начисленные проценты составили 1754 рубля. Но ведь это сумма за полгода, а процентная ставка считается за год. С помощью формулы для простой процентной ставки рассчитаем годовую процентную ставку. Годовая процентная ставка составляет 18,46 %.

Но при расчете мы также не учли то, что по условиям погашения заемщик не пользуется всей суммой 19 тыс. руб. в течение всего срока кредитования. Этой суммой он пользуется только в течение первого месяца. После первой выплаты заемщик остается должен уже 15541 рубль. Поэтому воспользуемся обратной формулой для аннуитетного платежа по кредиту. Реальная процентная ставка по кредиту оказалась равна 30,99%.

Полученную величину можно сравнивать с ставками в популярных банках России, например, ВТБ, в котором процентная ставка зависит от условий кредитования и равна от 21 до 27%.

Где

p – ежемесячный платеж;

P – сумма основного долга;

i – процентная ставка (годовая);

n – срок кредита в годах» [3].

Рассмотрим пример приобретения электроники в кредит по методу аннуитетного платежа. Мобильный телефон в магазине стоит 25 тыс. рублей. Клиент хочет внести только 6 тыс. руб. (24 % от всей стоимости). Значит 19 тыс. руб. клиент получает в качестве кредита. В таблице представлен график платежей, предоставленный кредитором.

Список использованной литературы:

1. Вахрушева Н.В. Финансовые расчеты в потребительском кредитовании // Сборник научных трудов Краснодарского филиала РГТЭУ. Краснодар, 2005. С. 29-38.
2. Вахрушева Н.В. Финансовые расчеты в потребительском кредитовании // Сборник научных трудов Краснодарского филиала РГТЭУ. Краснодар, 2005. С. 29-38.
3. Вахрушева Н.В., Стадникова Е.С. Методика расчета ежемесячного дохода в условиях ипотеки // Н.В. Вахрушева, Е.С. Стадникова // Механизмы решения проблем социально-экономического развития / Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. - Пенза. 2016. - № 7.
4. Милоенко Е.В. Современная концепция и основные индикаторы устойчивого развития сельских поселений Тюменской области // Наука и бизнес: пути развития. 2019. № 6. - С. 56-59.
5. Милоенко Е.В. Состояние агропромышленного производства и основные направления поддержки сельских территорий в Тюменской области // Наука и Мир. 2018. № 2. - С. 58-59.
6. Милоенко Е.В. Социально-экономическое развитие сельских поселений Тюменской области: проблемы и перспективы // Экономика и предпринимательство. 2019. № 9. - С. 229-234.

Ларин О.Н.

доктор технических наук,

профессор кафедры «Логистика и маркетинг»

Кулаков А.Д.

аспирант кафедры «Логистика и маркетинг»

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Финансовый университет), Financial University*

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ ИНДИКАТОРОВ РАСЧЕТА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЭФФЕКТОВ В РАМКАХ СТРАТЕГИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ЕДИНИЦ НА ТЕРРИТОРИИ РФ

Larin O.N.

doctor of technical Sciences, Professor of the Department of logistics and marketing

Kulakov A.D.

postgraduate student of the Department of logistics and marketing

*Financial University under the Government of the Russian Federation
(Financial University), Financial University*

THE IMPROVEMENT OF INDICATORS IN CALCULATING SOCIAL AND ECONOMIC EFFECTS WITHIN THE FRAMEWORK OF STRATEGIES OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF ADMINISTRATIVE UNITS IN THE TERRITORY OF THE RUSSIAN FEDERATION

Аннотация

В настоящей статье рассмотрены индикаторы, которые применяются при расчете социально-экономических эффектов в рамках стратегий социально-экономического развития административных единиц на территории РФ. Предложены дополнительные индикаторы, использование которых целесообразно при подготовке программно-целевых документов развития в РФ. Сделаны выводы об эффективности этих индикаторов при подготовке документов развития.

Abstract

This article discusses indicators that are used in the calculation of the socio-economic effects in the framework of the strategies for the socio-economic development of administrative units in the Russian Federation. Additional indicators are proposed, the use of which is advisable in the preparation of program-targeted development documents in the Russian Federation. Conclusions are drawn about the effectiveness of these indicators in the preparation of development documents.

Ключевые слова: Стратегическое развитие, региональное развитие, социально-экономические эффекты, развитие административных единиц, оценка социально-экономических эффектов, развитие транспортно-логистической инфраструктуры.

Key words: Strategic development, regional development, socio-economic effects, development of administrative units, assessment of socio-economic effects, development of transport and logistic infrastructure.

В условиях программно-целевого механизма развития как субъектов РФ, так и городов или иных административно-территориальных единиц, находящихся в них, особенно актуальным является вопрос оценки социально-экономических эффектов при реализации стратегий развития. Несмотря на то, что в настоящее время достаточно остро стоит необходимость активизации инновационного и инвестиционного процесса, действующие системы заложения тех или иных инвестиционных проектов в программные документы развития остается недостаточно проработанной.

Существующие методы оценки социально-экономических эффектов негативно отражаются на принятии решений при реализации проектов развития транспортно-логистической инфраструктуры. Проекты этой отрасли, как правило, достаточно капиталоемкие, что безусловно, негативно влияет на расчет эффективности инвестиций классическими методами. В то же время, транспортно-логистиче-

ские проекты имеют дополнительные синергетические эффекты, никак не учитываемые в классических методах расчета. Среди таких эффектов можно выделить следующие:

- Эффект от экономии времени в пути пассажиров и грузов при реализации инфраструктурного проекта;
- Эффект от повышения безопасности перевозок пассажиров и грузов;
- Агломерационный эффект от реализации инфраструктурного проекта;
- Эффект от прироста выпуска товаров (работ, услуг) в результате ликвидации инфраструктурных ограничений;
- Прирост валового внутреннего продукта Российской Федерации в связи с реализацией инфраструктурного проекта.

Как правило, нормативно-правовая база по изложенной тематике, с одной стороны, делает акцент на необходимости прогнозирования социаль-

ных эффектов, а с другой - представляет собой методологию расчета экономических (инвестиционных) эффектов, таких как чистый дисконтированный доход (NPV), внутренняя норма доходности (IRR), индекс доходности (PI), срок окупаемости проекта (PBP). Подобные показатели отвечают интересам частных инвесторов, но не интересам государственного развития той или иной территории.

В то же время, расчет социально-экономической эффективности должен быть основан на показателях, которые будут определять эффективность мероприятий как для частной, так и для государственной стороны. Так, передовой международный опыт базируется на расчете следующих показателей, которые позволяют выявить социально-экономические эффекты. Представленные ниже показатели, на первый взгляд, достаточно близки по расчетам к классическим инвестиционным показателям. Однако, экономическая сущность при расчете этих показателей кардинально иная – она позволяет оценить выгоды, в первую очередь, для государственной стороны путем расчета следующих индикаторов:

- экономический чистый дисконтированный доход (ENPV, Economic Net Present Value);
- экономическая внутренняя норма доходности (EIRR, Economic Internal Rate of Return);
- дисконтированный экономический период окупаемости (EDPBP, Economic Discounted Payback Period);
- коэффициент экономической удельной эффективности инвестиционного проекта (EPI, Economic Profitability Index);
- соотношение экономических затрат-выгод (EBCR, Economic Benefit Cost Ratio).

Рассмотрим представленные экономические показатели:

1) Экономический чистый дисконтированный доход (ENPV)

ENPV – разность дисконтированной величины будущих выгод и затрат с учетом монетизированных социально-экономических эффектов. В отличие от классического показателя NPV, показатель ENPV рассчитывается в рамках оценки социально-экономических эффектов. В качестве ставки дисконтирования применяется показатель социальной ставки дисконтирования.

$$\begin{aligned} ENPV &= \sum_{t=0}^n a_t S_t \\ &= \frac{S_0}{(1+i)^0} + \frac{S_1}{(1+i)^1} + \dots \\ &\quad + \frac{S_n}{(1+i)^n}, \text{ где} \end{aligned}$$

S_t – сумма экономических потоков проекта (сумма свободного денежного потока по инвестиционному проекту и монетизированных социально-экономических эффектов) в период времени t ;

i – социальная ставка дисконтирования (SDR) – специальный показатель, характеризующий степень экономического развития стран;

2) Экономическая внутренняя норма доходности (EIRR)

EIRR – ставка дисконтирования, при которой ENPV обращается в ноль. Ее величина сравнивается с аналогичными показателями по другим проектам.

$$0 = \sum_{t=0}^n \frac{S_t}{(1 + ENPV)^t}$$

3) Дисконтированный экономический период окупаемости (EDPBP)

Расчет данного показателя осуществляется по следующей формуле:

$$DPBP = t, \text{ при котором } \sum_{t=1}^T ECF_t(1+r)^t > IC, \text{ где}$$

t – число периодов;

ECF_t – экономический денежный поток для t -го периода;

IC – величина исходных инвестиций в нулевой период;

r – ставка дисконтирования, равна средневзвешенной стоимости капитала. Как правило, этот показатель больше значения социальной ставки дисконтирования i

4) Удельная эффективность инвестиционного проекта (EPI)

Расчет данного показателя осуществляется по следующей формуле:

$$EPI = \frac{ENPV_{project}}{I_{project}}, \text{ где}$$

$ENPV_{project}$ – дисконтированная сумма денежных потоков проекта

$I_{project}$ – общие инвестиции проекта

5) Соотношение экономических затрат-выгод (EBCR)

Соотношение экономических затрат и выгод – отношение приведенной стоимости будущих социальных выгод к приведенной стоимости затрат:

$$EBCR = \frac{PV(B)}{PV(Z)}, \text{ где}$$

$PV(B)$ – приведенная полная стоимость ожидаемых выгод,

$PV(Z)$ – приведенная стоимость затрат (рассчитанная с учетом монетизированных социально-экономических эффектов)

Кроме того, часть социально-экономических эффектов необходимо рассчитывать с применением коэффициента-мультипликатора – коэффициента, позволяющего учесть дополнительные эффекты, возникающие за счет синергии между взаимосвязанными флагманскими проектами. Синергетический эффект возникает, так как реализация проектов в рамках стратегии может способствовать ускоренному социально-экономическому развитию муниципальных образований и иных административных единиц. За счет инфраструктурных проектов и направлений, предусмотренных в стратегии, могут создаваться новые бизнесы, возникать новые рабочие места, вестись девелопмент земельных участков и т.д. Опыт расчета коэффициента-мультипликатора свидетельствует о необходимости расчета коэффициента индивидуально для каждого проекта.

Представленные показатели могут применяться как для Проектов в рамках подготовки программно-

целевых документов – стратегий развития административных единиц на территории РФ, так и при оценки социально-экономических эффектов от реализации проектов в области строительства и эксплуатации объектов транспортно-логистической инфраструктуры.

Поэтому, в рамках расчета социально-экономических эффектов целесообразно ориентироваться не только на классические показатели инвестиционной привлекательности, такие как NPV, IRR, PI и PBP (которые будут безусловно важны и актуальны в первую очередь для инвесторов), но также и производить расчет общих экономических показателей, которые будут способствовать корректному учёту социально-экономических эффектов.

Заключение. Применение не только инвестиционных, но и социально-экономических индикаторов позволяет оценить «полезность» от реализации проектов не только для частных инвесторов, но и для других стейкхолдеров проектов, таких как жители, органы государственной власти разных уровней. Расчет приведенных выше индикаторов позволяет решать ряд проблем, связанных с оценкой социально-экономических эффектов при реализации стратегий социально-экономического развития административных единиц на территории РФ, а именно:

1. Видеть полную картину событий социально-экономического положения в административной единице, включая текущее положение основных отраслей экономики, так и прогнозируя целевое положение;

2. Давать полноценную оценку реализации заложенных в Стратегию мер для всех стейкхолдеров – начиная от инициаторов проекта и заканчивая местными властями и жителями административной единицы;

3. Оперативно реагировать на изменяющуюся под воздействием внешних факторов среду путем перехода между сценариями развития. Данный подход способствует облегчению сценарного анализа, который может применяться без сложных эконометрических моделей (теории реальных опционов, моделей одновременного инвестиционно-финансового планирования и пр.)

При оценке социально-экономических эффектов от реализации стратегий развития административно-территориальных образований, а также объектов транспортно-логистической инфраструктуры целесообразно использовать следующие показатели:

- Показатель экономического чистого дисконтированного дохода (*ENPV*, Economic Net Present Value) – для корректного учета денежных потоков от реализации проекта и учёта его влияния на показатель ВВП/ВРП;

- Показатель экономической внутренней нормы доходности (*EIRR*, Economic Internal Rate of Return) – для учёта показателей целесообразности реализации проекта на уровне доходности государства/региона;

- Показатель дисконтированного экономического периода окупаемости (*EDPBP*, Economic Discounted Payback Period) – для расчета периода окупаемости и планирования поступления денежных средств в бюджеты различного уровня;

- Показатель экономической удельной эффективности инвестиционного проекта (*EPI*, Economic Profitability Index) – для учета необходимых инвестиций (в т.ч. государственных и их окупаемости как за счет поступлений проекта, так и иных синергетических эффектов);

- Показатель соотношения экономических затрат-выгод (*EBCR*, Economic Benefit Cost Ratio) – выступит в качестве результирующего показателя-агрегатора, который позволит определить необходимость реализации проекта.

Использование перечисленных показателей вкуче с применением трех сценариев позволяет оценить перечень «зашитых» в стратегию проектов с наилучшим положительным социально-экономическим результатом и определить необходимые параметры реализации проектов.

Для успешного развития экономики Российской Федерации и отдельных административных единиц необходимо проводить регулярные диагностики социально-экономического состояния административных единиц, что позволит более эффективно влиять на развитие, рост доходов бюджета и иные экономические показатели деятельности городов, регионов и иных административно-территориальных единиц.

Список литературы:

1. Дасковский В.Б., Киселёв В.Б. Совершенствование оценки эффективности инвестиций // НИЭж: [сайт]. [2009]. URL: <http://www.niec.ru/Articles/014.htm> (дата обращения: 28.02.2020).

2. Постановление Правительства РФ от 26.11.2019 № 1512 «Об утверждении методики оценки социально-экономических эффектов от проектов строительства (реконструкции) и эксплуатации объектов транспортной инфраструктуры, планируемых к реализации с привлечением средств федерального бюджета, а также с предоставлением государственных гарантий Российской Федерации и налоговых льгот»

3. Рытиков А.М., Рытиков С.А. Оптимизация стратегии организации и финансирования инвестиционного процесса // Цветные металлы, 2005, №7, С.4–13.

4. Приказ Минэкономразвития России от 14.12.2013 N 741 "Об утверждении методических указаний по подготовке стратегического и комплексного обоснований инвестиционного проекта, а также по оценке инвестиционных проектов, претендующих на финансирование за счет средств Фонда национального благосостояния и (или) пенсионных накоплений, находящихся в доверительном управлении государственной управляющей компании, на возвратной основе"

DEVELOPMENT OF MONETARY POLICY ROLE IN FINANCIAL CRISIS

Abstract

Monetary policy provided by governments in world crisis periods had a sufficient role for international economy. In the paper there are considered specific features of monetary authorities' regulation applied to first, second, third generation crisis models, subprime crisis and the current economic crisis connected with the COVID-19 emergency. The article provides the list of arguments why monetary policy could be reasonable or not in dependence of various economic problems.

Key words: First, second, third generation crisis models, subprime crisis, COVID-19

Monetary policy is a strong tool of governments that is widely used during crisis periods in countries. The policy is usually applied by Central Banks or other competent monetary authorities by controlling the quantity of money markets possess and other influencing economic instruments (interest rate, reserves, the level of inflation, liquidity). The measures complied by monetary authorities involve influence on interest rate, buying bonds, regulating foreign exchange rate and the minimum level of banks' reservation.

The efficiency of monetary policy depends on the exchange rate regime conducted in a country. Under flexible exchange rate monetary authorities can achieve equilibrium in national economy, but monetary policy seems to be unsuccessful under fixed exchange rate. Monetary policy is effective with a flexible exchange rate regime, as it helps to improve national economy by increase in output: expansionary policy creates a money supply higher than money demand that leads to interest rate decrease, as a result – nominal exchange rate rises and it makes national export more competitive. So as a country's export (as a part of domestic output) grows sequentially output grows. With a fixed rate regime in a country monetary policy is not absolutely effective, as it just ends in comeback to the lower level of money supply: when the government needs to defend the fixed exchange rate it is necessary to reduce reserves and then – drop money supply. More than that, monetary policy is effectively used to overcome cyclical disturbances economic disorders, but in case of abuse it leads to inflation. Monetary policy is targeted on stimulating domestic output through effects of exchange rate depreciation.

In First Generation Models of currency crisis, considered by Flood and Krugman the nature of Monetary Policy became a reason of the crisis: there was an incompatibility between using monetary policy and the tries to keep a fixed exchange rate and the way authorities used monetary instruments caused a high public deficit. During speculative attacks on a fixed exchange rate (when speculators were willing to buy foreign currency and sell the domestic one) the money supply decline was equal to the size of this speculative attack. Money demand was also reduced because of the growth of domestic interest rate. To save the fixed exchange rate regime the government had to keep money supply fixed and introduce expansionary policy with reduction of reserves. The more speculative attacks happened the

less reserves left in government possession. Once the reserved had been on the zero-level, the fixed exchange rate regime was abandoned. Authorities didn't use policies when money stock was weak as there were not too much threats for the internal economic situation. Appreciation made by the monetary authorities in the situation of full credibility was more probable and by speculators' interventions (buying domestic and selling foreign currency) the peg was stabilized. In a long-run period no one amount of reserves was sufficient to keep fixed exchange rate, so monetary policy turned out to be ineffective in this model of crisis.

In the Second Generation Model the crises occurs from a conflict between fixed exchange rate regime and expansionary monetary policy that influences on a change of interest rate (that increases). Government has a non-linear behavior and is possible to have no one, but multiply equilibria by monetary policy tools as well. Here government policies are not always credible as they prefer to reduce losses that to keep fixed exchange rate. So they choose and optimal depreciation of domestic currency. To raise output monetary authorities apply 'surprise' depreciation (inflation) – systematic inflation bias, that appear from government's effort to reach the optimal point (intersection of Phillip's curve and E curve) by predictable nominal wages. To decide which regime to choose (fixed or flexible ex. rate) government compares losses. The monetary authorities' goal was devoted to output stimulation (above the natural level) and keeping inflation (those were described by Barro and Gordon). In a multiply period by applying these two conditions together the government can face even higher inflation as a sequence.

Third Generation Model describes twin crises happened in Asia in 1997. Because of the increase in output (that happened in quickly and highly developing Asian countries) money demand started to grow and by expansionary monetary policy authorities got the decrease of domestic interest rate and then – depreciation of a local currency. During the crisis the recommendations in International Monetary Fund was to raise domestic interest rate by decrease in money supply (restrictive policy). This was supposed to help to eliminate the currency crisis and bring a growth of output. However, this sequence isn't always relevant. So it is believed that the better way is to get a lower interest rate by monetary expansion. Monetary authorities while making choice between restrictive or expansionary policy rely on the

proportion of domestic/foreign debt and sensitivity of credit supply. If foreign debt is much higher and sensitivity – small, it is better to make a restriction and up the interest rate, on the other hand with a high level of domestic debt that much exceeds foreign debt government should better introduce expansion policy and reduce interest rate. Authorities could also consider the proportional multiplier between the maximum amount of borrowings and cash flow of entrepreneurs: the higher is the index, the better financial development in a country and more likely to use monetary expansion. In overall monetary policy in the third generation model can be beneficial only if the economic situation in a country isn't strongly negative.

Subprime crisis (that happened in US in the mid-2000's), as can be supposed, was created by monetary policy introduced by the government before to stabilize economy – keeping interest rate on an extremely low level. Monetary authorities used to underestimate the existence of a bubble in a mortgage market, taking care at the last moment before which the financial sector was almost without regulating. Because of a high inflation the interest rate responded to it by increase. Monetary authorities had to take care of the impulses made by banking sector. However, government could use only interest rate tools, trying to keep it appropriate low in a long-run, but it's not correct possible to proceed infinitely, so the managing with the crisis situation was almost fault. The classical tool to recover from this `default` is providing by Central Bank a massive amount of liquidity to the banks. Also Central Bank can cut interest rates for the period of crisis (till the economy recovery) to let commercial banks to increase profits and reduce benchmarks to reset. At the moment of full recovery Central bank should stop `donating` liquidity and reclaim the previous interest rate. The instrument of crisis regulation could also include the commercial banks net savings restrictions as a minimum % of assets. How did US government reacted to the crisis and which monetary measures undertake to smooth the damage? Firstly, it was tending to keep a low interest rate in a long-run period to encourage economic activity. The authorities also used the quantitative easing tool: they purchased long-term securities from the private sector.

The latest situation with a COVID-19 disrupted economies all over the world. Authorities from different countries conducting various policy tools including monetary policy. Thus, the European Central Bank and US Federal Reserve limited the benchmark interest rate till around zero-level (0,25 in US and 0 in EU). This, as policy-makers believe, should encourage people to buy

and borrow more. Central Banks are also using the method of quantitative easing – buying bonds from commercial banks and individuals to pump money into economies – securities purchases. Many strong monetary policies were introduced in USA: widen loans to ensure security for firms, banks, corporate employers with the lowest interest rate; making US dollars more available for foreign central banks. These helps to avoid the crisis crush situation brought by previous policies. For Italy there were invented some supporting measures from European Central Bank: they promise to purchase assets and provide additional auctions of the full-allotment, more attractive standards on existing targeted longer-term refinancing operations in Euro system. The Italian government claimed a moratorium on loan repayments for some households. The ECB terms were also spread on other European countries suffered from the COVID-19 pandemic. The People's Bank of China, for example, accepted liquidity infusion into the national banking system and expansion of re-lending and re-discounting facilities – all by liquidity support of small and medium sized firms. Some negatively affected households and companies got the opportunity of loan payment delay. It's worth saying, some countries, although, didn't attached monetary policy tools during the approaching economic crisis: for example, Russian authorities strongly believe that the most favorable policies in the modern economic situation are fiscal ones, as monetary tools have more indirect effect and don't get the population directly.

We should remember that monetary policy makes a successful effect on economy only in a short period, while in a long run in will bring back to the initial level (of output). As we could notice monetary policy is not definitely effective in managing crisis situation in economy.

References:

1. Financial Crisis in East Asia: Bank Runs, Asset Bubbles and Antidotes Marcus Miller and Pongsak Luangaram / CSGR working Paper No. 11/98, July 1998. – p. 12-43
2. Paul R. Krugman. Target Zones and Exchange Rate Dynamics / The Quarterly Journal of Economics, Vol. 106, No. 3. (Aug., 1991) - pp. 669-682
3. Philippe Aghion, Philippe Bacchetta *, Abhijit Banerjee. A simple model of monetary policy and currency crises / European Economic Review 44 (2000) – p. 728-738
4. International Monetary Fund: Policy responses to COVID-19 / <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19#I> (03.04.2020)

*Мартынова Мария Михайловна**Аспирантка Финансового университета при Правительстве РФ*[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11675](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11675)**РАСКРЫТИЕ ИНФОРМАЦИИ КОМПАНИЕЙ КАК ФАКТОР ЕЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ***Martynova Maria Mikhailovna**Graduate student of the Financial University under the Government of the Russian Federation***DISCLOSURE OF INFORMATION BY THE COMPANY AS A FACTOR OF ITS MARKET VALUE****Аннотация**

В условиях возросшей конкуренции за финансовые ресурсы раскрытие информации является важным каналом построения отношений с инвесторами и укрепления репутации фирмы. В статье изучается влияние раскрытия стратегии, как вида раскрытия информации, на ее рыночную стоимость. В исследовании дается ответ на вопрос: действительно ли используют инвесторы стратегию компании для принятия инвестиционного решения и какие факторы влияют на реакцию рынка? Для его проведения использованы событийный и регрессионный анализ. В результате, была доказана информационная значимость стратегии компании для инвесторов, а также выявлено влияние на эффект от публикации стратегии таких факторов, как рыночная капитализация, динамика капитальных затрат, количественный прогноз показателей компании и включение программы выплат акционерам. Исследование может послужить началом для будущих научных работ по изучению практики раскрытия информации о будущем развитии компаний на развивающихся рынках капитала.

Abstract

Information disclosure is an important tool for strengthening investor relations and improving corporate reputation amid tightening competition for financial resources. The article investigates the impact of strategy disclosure on the company's share price performance. The research provides answer to the question: whether investors use the company's strategy in decision-making and which factors influence the market reaction? To carry out the research, event study and regression analysis are applied. As a result, the strategy proves its information usefulness for investors. Additionally, market cap, capex dynamics, quantitative forecast of the firm's metrics were proven to affect the market reaction. The investigation may serve as a base for future study on forward-looking disclosure on emerging markets.

Ключевые слова: раскрытие информации, стратегия компании, событийный анализ, регрессионный анализ

Key words: information disclosure, company strategy, event study, regression analysis

Введение

Раскрытие информации является важным каналом сообщения о текущем состоянии и будущих перспективах компании и представляет собой ключевой элемент для эффективного функционирования финансового рынка, значение которого растет с каждым годом. Уровень раскрытия информации определяет прозрачность компании, которая формирует имидж эмитента и способствует укреплению лояльности инвесторов.

В статье анализируется влияние раскрытия стратегии, как добровольного вида раскрытия информации, на ее рыночную стоимость компании. Несмотря на глубоко изученную проблему раскрытия различных видов корпоративной информации, мало исследований посвящено оценке эффекта на реакцию рынка именно раскрытия стратегии, также не была изучена практика публикации стратегии на российском фондовом рынке.

Обзор литературы и гипотезы исследования

Раскрытие информации компанией можно трактовать с точки зрения классической экономической и институциональной теорий.

В рамках классической экономической теории информация рассматривается как товар, для кото-

рого существует свой рынок [4, с. 189]. Пользователи информации формируют спрос, а эмитенты - предложение. При условии совершенного рынка без дополнительного вмешательства определяется оптимальный уровень раскрываемой информации для эффективного распределения ресурсов в экономике.

В условиях несовершенного рынка компании раскрывают меньше информации, чем это требуется для достижения оптимального уровня [5, с. 405]. Согласно институциональной теории, «недопроизводство» корпоративной информации происходит из-за асимметрии информации, возникающей в результате неравного доступа к ней у менеджеров и акционеров. В результате, инвесторы могут закладывать премию, увеличивающую стоимость привлечения капитала компанией [1, с. 407], [2, с. 66], [6, с. 483]. С помощью обширного раскрытия информации компании с сильным и устойчивым финансовым положением могут дать сигнал рынку, что позволяет снизить стоимость привлечения капитала [7, с. 179], [8, с. 97], [3, с. 65].

В рамках данного исследования мы оценили влияние на рыночную стоимость компании публикации ее стратегии, как одного из видов раскрытия информации.

Раскрытие стратегии компании является важным корпоративным событием как для самой компании, так и для инвесторов. Для компании это помогает выделить свои конкурентные преимущества, стимулировать рынок пересмотреть фундаментальные факторы, лежащие в основе ее оценки. Актуальность коммуникации стратегии растет на фоне масштабной и сложной структуры современных корпораций, поскольку помогает рынку лучше понять компанию и источники ее доходов. С точки зрения инвесторов, стратегия фирмы позволяет понять траекторию развития корпорации, оценить ее будущие денежные потоки и качество корпоративного управления, что в итоге должно снизить неопределенность и асимметрию информации между инвесторами и менеджментом.

Хотя стратегия компании крайне важна для рынка, она относится к добровольному раскрытию информации, поэтому ее форма и содержание не подлежат регулированию надзорным органом, что может подвергать сомнению ее информационную значимость для инвесторов. Кроме того, регулятор не осуществляет контроль за исполнением заявленной стратегии. В этой связи возникает вопрос: является ли стратегия значимым источником информации для рынка и как характеристики компании и стратегии влияют на его реакцию?

Мы предполагаем, что публикация стратегии будет способствовать росту цены акций компании по ряду причин. Во-первых, раскрытие стратегии повышает прозрачность компании и снижает неопределенность относительно ее будущих денежных потоков, что снижает уровень риска и, соответственно, ставку дисконтирования, что приводит к росту стоимости. Во-вторых, в связи с тем, что стратегия является добровольным раскрытием, компания в праве сама определять ее содержание, поэтому может заведомо включить в нее компоненты, положительно воспринимаемые рынком.

H₁: Раскрытие стратегии приводит к росту цены акций компании.

Крупные компании получают больше внимания участников рынка, о них больше информации известно инвесторам, в результате мы полагаем, что для компаний с высокой рыночной капитализацией публикация стратегии будет иметь меньший эффект, чем для прочих компаний выборки.

H₂: Чем выше рыночная капитализация компании, тем меньший эффект на цену акций оказывает раскрытие стратегии.

Мы полагаем, что наличие детального прогноза показателей компании в стратегии способствует росту доверия инвесторов к качеству стратегического планирования, поскольку подразумевает возможность оценки результатов его реализации, уменьшает неопределенность и риск инвесторов.

H₃: Детальный прогноз операционных и финансовых показателей более позитивно воспринимается рынком.

Рост капитальных вложений приводит к снижению свободного денежного потока в кратко-/среднесрочном периоде, что негативно сказывается на размер потенциальных дивидендов, что

снижает привлекательность акций компании для инвесторов, нацеленных на получение дивидендов. Мы предполагаем, что:

H₄: Повышение капитальных затрат в ближайший полный год в результате реализации стратегии приводит к негативной реакции рынка.

Важным элементом стратегии является политика выплаты средств акционерам, осуществляющаяся в виде выплаты дивидендов или программы выкупа акций. Мы ожидаем, что при улучшении дивидендной политики или объявлении программы обратного выкупа акций будет наблюдаться стратегия будет иметь больший успех.

H₅: Стратегии, которые включали улучшение дивидендной политики или объявление программы обратного выкупа акций, более позитивно воспринимались рынком.

Методология исследования и описание выборки

Значимость раскрытия стратегии для инвесторов была проверена, используя событийный анализ, тогда как влияние факторов, обозначенных в гипотезах, на реакцию рынка, проверялось с помощью регрессионной модели.

В качестве исследуемой переменной был взят логарифм дневной доходности акций компании.

Событийное окно составило 21 день и было задано как (t=-10; t=+10), где за t=0 принимался день раскрытия стратегии. Расчетное окно, которое в нашем исследовании составило 120 дней.

Расчет нормальной доходности может осуществляться несколькими способами. Например, нормальной доходностью может считаться (i) среднее значение исследуемой переменной в течение расчетного окна; (ii) значение рыночного индекса (iii) значение полученное на основе парной регрессии со свободным членом и экзогенной переменной, которой выступает рыночный индекс (нашем исследовании индекс Московской биржи) (рыночная модель). Мы будем использовать рыночную модель как основную, однако, для проверки устойчивости и адекватности результатов будет проведен событийный анализ с применением двух альтернативных способов.

Для количественной оценки влияния факторов, определенных в гипотезах, была построена множественная линейная регрессия, где в качестве зависимой переменной выступала кумулятивная сверхдоходность каждого события, а в качестве независимых переменных – рыночная капитализация на момент раскрытия стратегии, динамика капитальных затрат в ближайший полный год, наличие программы по выплаты средств акционерам, прогноз количественных и качественных показателей компании.

Уравнение регрессии имеет следующий вид:

$$CAR_i = a_i + \sum \beta_j * x_i + \varepsilon_i,$$

где CAR_i - кумулятивная сверхдоходность для события i ;

a_i - свободный член;

x_i - экзогенные переменные;

β_j - коэффициенты при соответствующих переменных;

ε_i – ошибки модели.

Выборку составили компании, чьи обыкновенные акции входили в индекс Московской биржи на начало 2019 года. В итоге в выборку попали 73 случая раскрытия стратегии 28 компаниями с 2012 по 2018 годы: Аэрофлот, Северсталь, ФСК ЕЭС, X5 Retail Group, Газпром, ГКМ Норильский Никель, РусГидро, Интер РАО, Лукойл, Лента, ММК, Магнит, Московская биржа, Мечел, МТС, М.Видео, НЛМК, Новатэк, ФосАгро, группа ПИК, Полюс, Полиметалл, Роснефть, Ростелеком, Сбербанк, Татнефть, ТМК, ВТБ.

Обсуждение результатов

В результате применения событийного и регрессионного анализа мы протестировали выдвинутые гипотезы и получили модель, показывающую количественно зависимость рыночных цен акций от выбранных факторов.

Событийный анализ доказал, что стратегия является важным источником информации о компании для рынка. Благодаря раскрытию стратегии компании в среднем увеличивали свою рыночную капитализацию: средняя кумулятивная доходность

на горизонте 21 дня составила 6,4%. Данный результат оказался статистически значим на 5% уровне значимости.

Примечательно, что расчеты по трем моделям расчета нормальной доходности показали довольно близкие по значению величины, что говорит об устойчивости и адекватности результатов: средняя кумулятивная сверхдоходность в индексной модели составила 6,6%, в модели со средним значением – 5,6%. Результаты, полученные по всем моделям, оказались статистически значимы на уровне 5%.

Доказав важность стратегии для рынка, был проведен регрессионный анализ для количественного определения влияния различных факторов на реакцию рынка. Оценка линейной регрессии показала статистическую значимость как всех переменных, так и модели в целом (Табл. 1). Коэффициент детерминации составляет 77%, то есть 77% дисперсии кумулятивной доходности объяснено в рамках модели, что является приемлемым уровнем для дальнейшего использования модели. Предпосылки теоремы Гаусса-Маркова соблюдены: в модели отсутствует мультиколлинеарность, гетероскедастичность, остатки распределены нормально. Таким образом, модель корректна и может быть использована для анализа и интерпретации.

Таблица 1

Параметры регрессионной модели

Переменная	Значение параметра	Стандартная ошибка	t-статистика	Pr > t	Нижняя граница (95%)	Верхняя граница (95%)
Константа	0,221	0,086	2,577	0,012	0,050	0,393
Количественный прогноз	0,016	0,003	5,294	< 0,0001	0,010	0,023
Капитальные затраты	-0,090	0,017	-5,171	< 0,0001	-0,125	-0,055
Выплата средств акционерам	0,124	0,023	5,345	< 0,0001	0,078	0,171
Рыночная капитализация	-0,022	0,007	-3,072	0,003	-0,037	-0,008
	Степени свободы	Сумма квадратов	Среднеквадратическая ошибка	F- статистика	Pr > F	
Модель	4	0,983	0,246	57,416	< 0,0001	
Остатки	68	0,291	0,004			
Итого	72	1,275				

Источник: составлено автором

Как видно из модели, наибольшую кумулятивную доходность при раскрытии стратегии можно обеспечить за счет выплаты средств акционерам в виде улучшения дивидендной политики или запуска программы обратного выкупа акций – кумулятивная доходность на интервале (- 10; 10) вырастет на 12,4 процентных пункта. Объявление увеличения капитальных затрат снизит кумулятивную доходность на 9 процентных пунктов. При этом, как мы и предполагали, размер рыночной капитализации компании на момент раскрытия стратегии имеет обратную зависимость с величиной реакции рынка. У компании, чья рыночная капитализация будет на 1% выше, чем у ее аналога, кумулятивная сверхдоходность будет ниже на 2,2 процентных

пункта. Также для максимизации эффекта раскрытия стратегии компаниям не стоит забывать о раскрытии детального количественного прогноза эффекта стратегии на показатели фирмы, что поможет увеличить кумулятивную сверхдоходность на 1,6 процентных пункта.

Итак, статистическая значимость и коэффициенты регрессии подтвердили выдвинутые гипотезы.

Заключение

Раскрытие информации является важным фактором рыночной стоимости компании, значимость которого усиливается в условиях ужесточения конкуренции за финансовые ресурсы. Являясь одним из видов раскрытия корпоративной информации,

публикация стратегии также приводит к росту прозрачности компании, что также является одним из факторов, влияющих на ее рыночную стоимость. Однако, принадлежность стратегии к добровольному виду раскрытия может поставить под сомнение ее информационную значимость для рынка.

Проведенное исследование доказало, что стратегия является важным источником информации для рынка, ее раскрытие в среднем приводит к росту рыночной капитализации. Наибольший эффект от раскрытия стратегии можно обеспечить за счет включения программ выплаты средств акционерам в виде улучшения дивидендной политики или обратного выкупа акций, тогда как объявление об увеличении капитальных затрат его снизит. При этом у компаний с высокой капитализацией реакция рынка на раскрытие стратегии будет более сдержанная. Максимизация эффекта раскрытия стратегии также достигается включением количественного прогноза показателей компании.

Список литературы

1. Barry C. B., Brown S. J. Differential information and security market equilibrium // Journal of Financial and Quantitative Analysis. – 1985. – Т. 20. – No. 4. – p. 407-422.

2. Barry C. B., Brown S. J. Limited information as a source of risk // The Journal of Portfolio Management. – 1986. – Т. 12. – № 2. – p. 66-72.

3. Campbell D., Shrivies P., Bohmbach-Saager H. Voluntary disclosure of mission statements in corporate annual reports: signaling what and to whom? // Business and society review. – 2001. – Т. 106. – № 1. – p. 65-87.

4. Cooper K., Keim G. D. The economic rationale for the nature and extent of corporate financial disclosure regulation: A critical assessment // Journal of Accounting and Public Policy. – 1983. – Т. 2. – № 3. – p. 189-205.

5. Healy P. M., Palepu K. G. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature // Journal of accounting and economics. – 2001. – Т. 31. – № 1-3. – p. 405-440.

6. Merton R. C. A simple model of capital market equilibrium with incomplete information // The journal of finance. – 1987. – Т. 42. – № 3. – p. 483-510.

7. Verrecchia R. E. Discretionary disclosure // Journal of accounting and economics. – 1983. – Т. 5. – p. 179-194.

8. Verrecchia R. E. Essays on disclosure // Journal of accounting and economics. – 2001. – Т. 32. – № 1-3. – p. 97-180.

УДК 33

Невоструев Петр Юрьевич

канд. экон. наук, доцент ФГБОУВО
«РЭУ им. Г.В.Плеханова», Россия, Москва

МАРКЕТИНГ СТАРТАПОВ

Nevostruev Petr U.

PhD (econ), associated professor, PRUE
Russia, Moscow

STARTUP MARKETING

Аннотация

Стартапы представляют собой бизнес в начальной стадии развития, когда перспективы товара на рынке сложно оценить, т.е. компания работает при повышенном уровне неопределенности. В этой ситуации особую роль для успеха бизнеса играет маркетинговая деятельность, однако роль маркетолога заметно изменяется. Следует отдельно выделять особенности маркетинговой деятельности для стартапов.

Abstract

Startups are a business in the initial stage of development, when the prospects of a product on the market are difficult to evaluate, i.e. the company operates at an increased level of uncertainty. In this situation, a special role for the success of the business is played by marketing activities, but the role of the marketer is noticeably changing. Features of marketing activities for startups should be separately highlighted.

Ключевые слова: стартап, маркетинговая стратегия, рынок, рыночные показатели.

Keywords: startup, marketing strategy, market, market indicators.

Маркетинг сегодня – это неотъемлемая часть любой предпринимательской деятельности. Даже если в компании нет маркетолога как отдельной должности, его функции все равно выполняются. В практической деятельности предприятия маркетинг может быть интерпретирован по-разному: начиная от прикладной, инструментальной роли,

заканчивая стратегической роли и активного участия в планировании.

Сегодня среди сотен определений и подходов к маркетингу, наиболее прогрессивным можно считать следующее определение: вид экономической деятельности по созданию и предложению рынку

товаров и услуг, имеющих ценность для индивидуальных потребителей, организаций и общества в целом на основе взаимовыгодного обмена [1].

В основе данного определения лежит подход к созданию ценности, т.е. основная функция маркетинговой деятельности заключается в управлении ценностью предлагаемого потребителю товара. Ошибочно считать, что маркетинг ограничивается только продвижением и рекламой. Для описания функционала маркетолога принято использовать подход, получивший название 4P («4-пи», от английских слов, начинающихся на P): product, price, place of sale, promotion. Такой комплексный подход обеспечит максимальную эффективность маркетинговой деятельности. Каждый элемент комплекса маркетинга (4-пи) должен гармонично дополнять другие.

Существуют разные определения понятия «рынок» [2]. С точки зрения маркетинга рынок – это потребители. Если потребителей товара мало или их нет совсем, уместно говорить, что рынок отсутствует. Для успешного развития бизнеса необходимо понять, объем рынка, т.е. какое количество денег можно заработать на выбранном рынке. На этом этапе возникает важный вопрос: на каком рынке работает компания. Ответ на этот вопрос может показаться очевидным, особенно начинающим предпринимателям, поскольку рынок определяется исходя из описания товара (дескриптивный подход [6]).

Рассматриваемую товарную категорию потребители могут не воспринимать как отдельную подкатегорию. Покупатель не думает узкими категориями, часто он рассматривает товарные категории более широкой сферы применения.

Сервис-приложение «Битком 24» планировался как рекомендательный сервис, помогающий с выбором ресторана. Ключевая компетенция сервиса – информирование о загруженности сервиса в реальном времени [2].

На конкретном географическом рынке может быть разное восприятие товарных категорий. Чтобы убедиться в том, на каком рынке работает компания, необходимо спросить у покупателей ее продукции: *между какими товарами вы выбирали, когда принимали решение купить продукцию компании?*

Данный вопрос помогает понять, кто на самом деле является конкурентом. Ошибочно думать, что конкуренты — это только те, кто производит аналогичную продукцию. Скорее всего, конкурентами

будут являться и другие компании, которые производят продукцию схожего назначения, а точнее, продукцию, которая решает ту же проблему (говоря на языке предпринимателя: «боль») пользователя [6].

Подобное исследование для сервиса «Битком 24» было выявлено, что основным конкурентом сервиса является Яндекс.Карты, таким образом, изначальное предположение предпринимателя, что компания осуществляет свою деятельность на рынке рекомендательных сервисов или последующее сужение до рынка сервисов по бронированию, являлись ошибочными.

Использование специальных ресурсов при выборе ресторана в Москве проводилось методом глубинных проблемных интервью [5]. В ходе исследования было опрошено 52 респондента. Результаты представлены далее. Сервисы представлены в порядке убывания популярности [2]:

- the-village.ru,
- Афиша (при этом не выделяют отдельно проект Афиша.Рестораны),
- Яндекс. Навигатор подразумевается ввод названия заведения. Чаще используется для сетевых заведений.
- Официальный сайт ресторана.

Часто случается, что покупатели продукта расходятся в ответах на этот вопрос: часть отвечает, например, только про одну товарную категорию, а другие респонденты – про другую. Это означает, что компания работает с несколькими сегментами, реализуя маркетинговую стратегию сегментирования-позиционирования.

Оценка рынка важна с точки зрения количества потребителей и количества денег, которые можно заработать на выбранном рынке. Традиционно выделяют четыре параметра для такой оценки: PAM, TAM, SAM, SOM [7]. Чем больше названные параметры, тем более привлекательным является выбранный рынок, поскольку на нем можно получить больше дохода и прибыли.

Однако, стоит понимать роль маркетинга при определении рынка для компании-стартапа. Именно эффективное выявление целевой аудитории и целевых сегментов позволяет впоследствии определить рынок, после чего происходит определение конкурентного окружения, разработка маркетинговой стратегии и формирование конкурентных преимуществ, в основе которого положено ценностное предложение (рис. 1).



Рисунок 1. Ценностное предложение для стартапа и факторы его определения [4]

После формирования ценностного предложения следует сформулировать позиционирование и донести его до целевой аудитории

Список литературы:

1. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник. Сер. Высшее образование: бакалавриат / Под редакцией Скоробогатых И.И., Сидорчук Р.Р., Андреев С.Н. // М.: ИНФРА-М, 2020. – 589 с.

2. Невоструев П.Ю., Мусатова Ж.Б., Мхитарян С.В., Комлева Н.В., Данченко Л.А., Коробков С.А., Ликсутов М.С. Влияние Smart-технологий на трансформацию процесса принятия решений о покупке на инфоемких рынках. Пенза: Науч.-изд. центр «Социосфера», 2016. 166 с.

3. Невоструев П.Ю. Игрофикация в образовании: увеличение уровня вовлеченности студентов в обсуждение//Инновационные маркетинговые технологии: от идеи до рыночного воплощения: сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава и аспирантов кафедры Маркетинга, и коммерции Института Менеджмента МЭСИ. (Москва, 15-17 мая 2013 г.). -2013. -С. 67-69.

4. Невоструев, П.Ю. Маркетинговая концепция в управлении общественным транспортом мегаполиса с применением smart-технологий / П.Ю. Невоструев, М.С. Ликсутов // Инициативы XXI века. - 2016. - № 1. - с. 10-14.

5. Скоробогатых И.И., Гринева О.О. и др. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ /И.И. Скоробогатых, О.О. Гринева, Д.М. Ефимова, Н.И. Ивашкова, В.А. Кадерова, Ж.Б. Мусатова, П.Ю. Невоструев, А.Б. Цветкова - М.: Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, 2017. -340 с.

6. Скоробогатых И.И. Маркетинг в условиях развития цифровой экономики / И.И. Скоробогатых, П.Ю. Невоструев, Ж.Б. Мусатова, Н.И. Ивашкова // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2018. - № 3 (133). - С. 171-179

7. Шабаршин А. 4 главных показателя для оценки вашего рынка. Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/market-capacity/> (Дата обращения: 07.04.2020)

УДК 331.103

Нечаев Арсений Владиславович

Студент 4 курса, стратегический менеджмент

Боцула Виктория Александровна

Студент 4 курса, стратегический менеджмент

Скворцова Инга Викторовна

Кандидат экономических наук, доцент

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

МЕТОДЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ СУБЪЕКТОВ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕШЕНИЕ ВОПРОСОВ ЭНЕРГО- И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ

Nechaev Arseniy Vladislavovich

Student of Strategic management, 4 year

Botsula Victoria Alexandrovna

Student of Strategic management, 4 year

Skvortsova Inga Viktorovna

PhD of Sci. Ec., Associate Professor

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University

Russia, Saint Petersburg

METHODS OF INVOLVING SUBJECTS OF EDUCATIONAL ACTIVITY IN SOLVING ISSUES OF ENERGY AND RESOURCE CONSERVATION

Аннотация

В настоящее время энерго- и ресурсосбережение - одна из приоритетных задач экономики. Это связано с глобальными экологическими проблемами, а также переходом к экономике нового типа. Эффективное использование ресурсов за счет применения инновационных решений, которые осуществимы технически, обоснованы экономически, приемлемы с экологической и социальной точек зрения, не принесут максимального эффекта, если не изменится сознание людей - конечных потребителей. Требуется формирование пользователей нового поколения, с активной, экологически ориентированной позицией, лично вовлеченных в процесс ресурсосбережения.

В статье представлены методы вовлечения конечных пользователей в решение задач энерго- и ресурсосбережения, которые на данный момент уже были использованы в Санкт-Петербургском политехническом университете. На их основе могут быть выработаны стратегические мероприятия по данной тематике в других университетах или предприятиях РФ. В материале рассматриваются пути привлечения внимания граждан к рациональному ресурсопотреблению. Статья рекомендована научным сотрудникам управленческих и социальных специальностей, студентам, исследователям и всем интересующимся людям в области энергосбережения.

Abstract

Currently, energy and resource saving are one of the priority tasks of the economy. This is due to global environmental problems, as well as the transition to a new type of economy. Efficient use of resources using innovative solutions that are technically feasible, economically feasible, environmentally and socially acceptable, will not bring maximum effect if the consciousness of people - end consumers does not change. The formation of a new generation of users is required, with an active, environmentally oriented position, personally involved in the process of resource conservation.

The article presents methods for involving end users in solving energy and resource conservation problems that have already been used at the St. Petersburg Polytechnic University. Based on them, strategic measures on this topic can be developed at other universities or enterprises of the Russian Federation. The article discusses ways to attract the attention of citizens to rational resource consumption. The article is recommended for researchers of managerial and social specialties, students, researchers and all interested people in the field of energy conservation.

Ключевые слова: *человеческие ресурсы, энерго- и ресурсосбережение, конечный пользователь (потребитель), инновационные решения, ответственное ресурсопотребление, опрос, интерактивные мероприятия, международные проекты, формирование когнитивных способностей субъекта.*

Key words: *human resources, energy and resource saving, end user (consumer), innovative solutions, responsible resource consumption, survey, interactive events, international projects, the formation of cognitive abilities of the subject.*

Российская Федерация входит в тройку самых энергоемких государств мира, однако по уровню энергоэффективности страны нет в первой двадцатке. В отличие от внедрения новых промышленных технологий, требующих огромных первоначальных затрат, повышение энергоэффективности является более доступным способом получения дополнительных дивидендов, так как большинство энергосберегающих мероприятий лежат в области организационных процедур. В связи с чем, для решения вопросов, связанных с энергосбережением и повышением энергоэффективности, необходимо начать с формирования сознания конечного потребителя, прививания ему привычки мыслить экологически направленно, относится ответственно к сбережению ресурсов, принимать активное участие

в мероприятиях, связанных с энергосбережением. Важно сформировать когнитивные способности индивидуума в направлении персональной ответственности за свои действия при использовании природных и иных ресурсов [1]. В данном исследовании деятельность человека (конечного потребителя) будет рассматриваться в области энерго- и ресурсосбережения.

Для правильного и эффективного вовлечения людей в решение вопросов энергосбережения, необходимо использовать различные методы по привлечению внимания конечных пользователей, одним из методов может служить эко-акция. Чаще всего этот метод прост в использовании и не тре-

бует существенных затрат, так как не требует очного присутствия участников, все строится на личной ответственности людей.

Одно из самых массовых и популярных мероприятий, связанных с энергосбережением, на данный момент - «Час Земли». Эта акция привлекает внимание к бережному и ответственному отношению к природе и ресурсам планеты. В 2020 году 28 марта в 20:30 по местному времени в каждой стране жители отключали электричество на час. В Санкт-Петербурге в онлайн режиме приняло участие 2168 человек [2], которые отметились на официальном сайте эко-марафона. Акция - простой способ проявить чувство ответственности за благополучие нашей природы и желание не сохранить.

В процессе формирования когнитивных способностей субъекта может быть применено множество инструментов воздействия. Основная стратегическая цель каждого инструмента - заложить в сознании человека поведенческий мотив и создать понимание выгоды в выполняемых действиях. Процесс формирования человека как личности начинается с самого детства, поэтому важно закладывать экологические основы с самого юного возраста. Кроме того, в любом обществе могут подкрепляться старые или формироваться новые принципы и привычки. Укоренения в уже сформированных привычках принципов энерго- и ресурсосбережения, ответственного отношения к окружающей среде, личной ответственности за свой эко-выбор, позволит воспитать социально ответственную личность, ориентированную на практическую деятельность уже в рамках шестого технологического уклада [3]. Основываясь на этом, Санкт-Петербургский политехнический университет принимает ак-

тивное участие в направлении формирования ответственного потребителя в области энергосбережения и рационального потребления ресурсов.

В СПбПУ существуют проекты международного характера, группы в социальных сетях, целые сообщества, которые заинтересованы развиваться в направлении сокращения воздействия человека на окружающую среду [4]. Более того, каждый структурный элемент ВУЗа использует свои инструменты для вовлечения конечных пользователей. Рассмотрим подробнее некоторые из них.

В рамках деятельности университета на базе СПбПУ был реализован проект «Baltic Smart City Areas for the 21st century» (AREA21) [5]. Суть проекта заключалась в том, чтобы объединить усилия власти, поставщиков и граждан для внедрения энергосберегающих технологий для уменьшения выбросов углекислого газа в атмосферу. Проектом применялось несколько методов, которые были направлены на вовлечение студентов и эффективное использование человеческих ресурсов.

Первый метод, который был реализован в проекте – опрос студентов для получения обратной связи и анализа вовлеченности конечных пользователей [6]. По результатам опроса выяснилось, что минимальный, но вклад студентов в сокращение количества электропотребления присутствует. На вопрос «Что вы сами делаете для энергосбережения?» 189 студентов из 228 опрошенных ответили «выключаю свет и приборы». Одним из направлений, в котором можно двигаться для увеличения масштаба социально ответственных граждан – освещение всех способов повышения энергоэффективности и созданию условий для их выполнения. Диаграмма с ответами студентов на вопрос «Что вы сами делаете для энергосбережения?» представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Результаты ответов студентов СПбПУ в рамках проекта AREA 21 на поставленный вопрос

Второй метод воздействия на основную целевую аудиторию – студентов, был выбран короткий видеоролик. Активной группой студентов – участниками проекта была придумана идея, разработан сценарий, а с помощью экологического университетского сообщества «ReGreen» ролик был снят, смонтирован и запущен через социальные сети в студенческую массу. Съемка проходила в общедоступном месте, поскольку у иногородних студентов нет мотивации экономить электроэнергию и другие ресурсы, так как за проживание платится фиксированная цена. Охват записи в социальной сети составил около 1 500 студентов. Цель видеоролика

– показать способы, которые позволят сократить расходы на жилищно-коммунальные услуги на примере университета.

Третий метод, который был реализован в ходе деятельности международного проекта – интерактивное мероприятие. Совместно с университетским сообществом «Case school», группой активных студентов был разработан кейс. В состав кейса входило описание самого проекта, его задач и проблем, которые требуется решить студентам. Основной задачей, кроме освещения текущего состояния уровня электропотребления в СПбПУ на большую

аудиторию, стояла привлечение конечных пользователей к повышению их заинтересованности. 10 команд в течение трёх часов разрабатывали презентацию и придумывали идеи акций, мероприятий и технических работ, которые помогли бы распространить тему энергоэффективности в университете и внести ясность деятельности в области энергосбережения в понимании студентов.

Четвертый метод – технологическое обновление за счет ремонтно-конструкторских работ. Учитывая жалобы студентов на текущее состояние зданий и помещений, для создания комфортной обстановки в процессе обучения инженерно-технологическая служба СПбПУ провела ряд мероприятий по замене оконных рам, старых приборов освещения на энергосберегающие, налаживании отопительной системы зданий и подобного рода работ. Огласке данные мероприятия не придавались, однако изменения были видны наглядно.

Данные методы используются в Санкт-Петербургском политехническом университете для вовлечения студентов в решение вопросов и проблем, связанных с вопросами ресурсосбережения. К тому же, указанные выше варианты помогают провести социологический анализ и понять, насколько взаимодействуют внутренние каналы университета и как они взаимосвязаны. Тенденция, которой следуют многие организации, включая и высшие учебные заведения – стремление к рациональной экономике и сбережению топливно-энергетических и иных используемых ресурсов.

Рассмотренные выше методы можно объединить в группу «внушение», так как почти каждый из них основан на том, чтобы вызвать определенную эмоцию у человека, заложить в его сознании мысль для дальнейшего размышления. Опрос, который с одной стороны создается для получения обратной связи, сбора статистики или анализа, с другой стороны после или при прохождении опроса у человека формируется представление о том, насколько он вовлечен в тему энергосбережения и насколько он активный участник. Также их можно отнести к группе «информационных», так как они формируют «каркас» информации, на основе которого человек самостоятельно определяет свои дальнейшие действия и мысли. Однако на сегодняшний день, большинство методов воздействия на индивидуумов в области энергосбережения являются экономико-финансовыми. То есть, принудить общество рационально потреблять энергоресурсы можно посредством предоставления информации о том, как и на что сэкономленные деньги расходовались, к примеру, на ремонт и замену старых фонарных столбов на новые энергосберегающие, увеличение рекреационных зон и т.д.

Для того чтобы выработалась привычка, необходимо желание потребителя, что в свою очередь побуждает использование информационных методов. Больше всего стимулирует потребителя так называемая сравнительная информация, позволяющая ему оценить свое место по отношению к стандартному среднестатистическому потребителю, наиболее экономно расходующему топливно-энергетические ресурсы [7]. Это не требует больших затрат, достаточно собрать статистику, определить

среднее значение потребления и в установленной форме распространить среди населения. Сравнение лучше всего ограничить рамками близкого потребителю населенного пункта, так как в отдаленных (зарубежных) населенных пунктах присутствуют свои стандарты по электропотреблению, другой менталитет и экономические методы регулирования в целом.

Одним из вариантов привлечения внимания к вопросам энергосбережения является создание социальных реклам на тему сохранения топливно-энергетических ресурсов. Данные рекламы можно будет показывать, как в видеоформате, так и в формате афиши, постов в социальных сетях или в любом другом формате.

Таким образом, для формирования ответственных конечных потребителей, необходимо, как на локальном уровне (университет, район, город), так и на уровне государства разрабатывать простые для их понимания и мотивирующие варианты донесения информации о ресурсопотреблении и состоянии окружающей среды в целом, для создания постоянного тематического информационного потока и актуализации данной темы.

Список используемой литературы

1. Нурулин Ю.Р., Скворцова И.В. Открытая инновационная инфраструктура. Руководство по созданию и использованию СПб.: БХВ-Петербург, 2014 -148с.:ил.
2. Всемирная акция «Час Земли» - URL: <https://60.wwf.ru/> (дата обращения 28.03.20)
3. Нурулин Ю.Р., Скворцова И.В. Корпоративные инновационные системы: принципы проектирования и управления СПб. Политех-Пресс, 2019.
4. Проект «AREA 21, Baltic Smart City Areas for the 21st Century» - URL: <https://projects.interreg-baltic.eu/projects/area-21-129.html> (дата обращения 28.03.20)
5. А.В. Нечаев, В.А. Боцула, О.А. Кальченко. Роль студенческих сообществ в стратегическом планировании и реализации проектов энергоэффективности / А.В. Нечаев, В.А. Боцула, О.А. Кальченко // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием, 18–23 ноября 2019 г. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3 ч. Ч.1. Высшая школа управления и бизнеса. – СПб. ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. –с. 193-195.
6. И.С. Смирнова, З.А. Злобина, И.В. Скворцова. Важность рефлексии студентов на стратегию развития международных проектов Санкт-Петербургского политехнического университета / И.С. Смирнова, З.А. Злобина, И.В. Скворцова // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием, 18–23 ноября 2019 г. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3 ч. Ч.1. Высшая школа управления и бизнеса. –СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2019. – с. 161-163.
7. Стимулирование энергосбережения – URL: <https://helpiks.org/5-1789.html> (дата обращения 29.03.20)

*Герасименко О.А.,**Пензева С.А.**Кубанский Государственный Аграрный Университет им. И.Т.Трубилина*[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11676](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11676)**ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ***Gerasimenko O.A.,**Penzeva S.A.**Kuban state Agrarian University named after I.T.Trubilin***PROBLEMATIC ISSUES OF ASSESSING THE FINANCIAL STABILITY OF AN ORGANIZATION****Аннотация**

Для того, чтобы провести обобщенный анализ организации требуется дать оценку финансовому состоянию для определения способности организации погашать свои обязательства другим организациям. Финансовое благополучие возможно только при достижении четко поставленных целей, положительно влияющих на работу всего механизма. В статье рассмотрены основные показатели финансовой устойчивости, а также возможность ликвидации проблем, возникающих при управлении финансовой прочностью организации.

Abstract

In order to conduct a General analysis of the organization, it is necessary to assess the financial condition to determine the ability of the organization to repay its obligations to other organizations. Financial well-being is possible only when clearly defined goals are achieved that have a positive impact on the operation of the entire mechanism. The article considers the main indicators of financial stability, as well as the possibility of eliminating problems that arise when managing the financial strength of an organization.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, коэффициенты финансовой устойчивости, комплексный индикатор финансовой устойчивости, абсолютные показатели финансовой устойчивости.

Keywords: financial stability, coefficients of financial stability, complex indicator of financial stability, absolute indicators of financial stability.

Финансовая устойчивость организации служит важнейшей характеристикой ее деятельности в условиях рынка, так как финансово-устойчивый субъект хозяйствования имеет потенциальное преимущество перед аналогичными организациями в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Помимо этого, такая организация не вступает в противоречия с государством и обществом, так как своевременно выполняет обязательства перед бюджетом, уплачивает взносы в социальные фонды, вовремя перечисляет заработную плату работникам, дивиденды акционерам [3, 17].

Оценка финансовой устойчивости позволяет определить финансовые возможности организации в длительной перспективе. Цель анализа финансовой устойчивости – оценить способность организации погашать свои обязательства и сохранять права владения ею в долгосрочной перспективе.

В целом, финансовая устойчивость сельскохозяйственного сектора экономики – это сложная системная характеристика, отражающая влияние многих различных деструктивных и благоприятных факторов, условий и предпосылок, возможностей достижения устойчивости. Факторы обеспечения финансовой устойчивости сельскохозяйственных организаций представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Факторы обеспечения финансовой устойчивости организаций АПК

Благополучное осуществление своих функций и финансовая устойчивость аграрного сектора зависит от уровня достигнутых результатов финансово-хозяйственной деятельности в отдельно взятых организациях. В этой связи формирование финансовой стратегии является составной частью мер по укреплению финансовой устойчивости в аграрных формированиях [3,14].

Стабильность деятельности организации характеризуется ее финансовой прочностью, расчет которой можно осуществлять по нескольким методикам, так как универсальной схемы или анализа не существует [2,18].

Обычно, чтобы проанализировать финансовую устойчивость организации необходимо произвести расчет ряда коэффициентов. Они определяют степень финансовой устойчивости, однако не дают ответа на вопрос о достаточности уровня экономической прочности организации. Рассчитываются они с помощью показателей планового и фактического содержания активов, и пассивов в балансе организации. Значение данных коэффициентов используется для оценки финансовой устойчивости организации, но с соответствующими уточнениями [9,13]. Рассчитаем финансовую устойчивость АО фирма «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева с помощью коэффициентного метода (таблица 1).

Таблица 1

Коэффициенты финансовой устойчивости АО фирма «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева

Показатель	2016г.	2017г.	2018г.	Отклонение, +/-
Коэффициент финансовой независимости	0,299	0,217	0,200	-0,099
Коэффициент финансового левериджа	2,348	3,601	4,011	+1,663
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,163	0,056	-0,058	-0,221
Коэффициент автономии источников формирования запасов	0,462	0,204	-0,186	-0,648
Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками	0,825	0,342	-0,323	-1,148
Коэффициент маневренности	0,436	0,203	-0,203	-0,639
Коэффициент имущества производственного назначения	0,876	0,913	0,204	-0,672

Как мы можем заметить, практически все показатели снизились и показали отрицательную динамику. В 2018 году многие коэффициенты не только снизились, но и стали отрицательными. Это связано с тем, что в 2018 году собственные оборотные средства (оборотные активы за минусом краткосрочных обязательств) показали отрицательное значение, а так как практически все коэффициенты рассчитываются с помощью СОС, мы видим отрицательную динамику. Финансовой устойчивостью на 2018 год организация не обладает.

Основой создания финансовой прочности является соотношение собственного и заемного капитала. Если в структуре заемный капитал преобладает, то организация не является финансово устойчивой. Если же собственный капитал занимает более половины средств, то в организации

сформированы благоприятные финансовые условия для осуществления финансово-хозяйственной деятельности. При использовании заемного капитала в обоснованных границах можно осуществлять контроль над активами, пассивами, а также их соотношениями [4,11,15].

Однако, изучая различные ситуации, ученые больше склоняются к определению норм относительно отрасли, в которой ведет свою хозяйственную деятельность предприятие.

Чтобы оценить правильность пользования заемными средствами, необходимо рассчитать коэффициент операционного рычага. Поэтому рассмотрим также и другие методы. Рассчитаем запас финансовой прочности организации на примере АО фирма «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева (таблица 2).

Таблица 2

Расчет запаса финансовой устойчивости АО фирма «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2016 г. (+/-)
Выручка, тыс. руб.	44756447	46679837	50026132	+5269685
Прибыль от продаж, тыс. руб.	9713466	7355060	6910899	-2802567
Сумма переменных затрат, тыс. руб.	28700877	31267917	34220830	+5519953
Сумма постоянных затрат, тыс. руб.	31729508	39790462	40863896	+9134388
Сумма маржинального дохода, тыс. руб.	16055570	15411920	15805302	-250268
Доля маржинального дохода в выручке, тыс. руб.	0,359	0,330	0,316	-0,043
Безубыточный объем продаж, тыс. руб.	88383030,6	120577158	129316127	+40933096,4
Запас финансовой устойчивости, тыс. руб.	-43626583,6	-73897321	-79289995	-35663411,4
Запас финансовой устойчивости, %	-97,48	-158,31	-158,49	-61,01
Коэффициент операционного рычага	0,859	0,726	0,876	+0,017

Как мы можем заметить, сильно сократился запас финансовой прочности. Это связано с увеличением постоянных и переменных затрат. Однако коэффициент операционного рычага находится в нормативно положительном значении, что означает, что организация вполне устойчива и риск банкротства отсутствует. Как мы знаем, чем выше позиция показателя запаса финансовой устойчивости, тем более привлекательна организация для инвесторов.

При осуществлении деятельности организации происходит циркуляризация запасов материальных

ценностей. Это случается при использовании собственных оборотных средств и текущих заемных источников. Абсолютные показатели устанавливаются при детальном изучении излишка или недостатка средств. При соблюдении трех условий, а именно при расчете «излишков», все показатели должны иметь положительное значение, в таком случае организация будет считаться абсолютно устойчивой. Проведем анализ финансовой прочности на примере АО фирма «Агрокомплекс» им. Н. И. Ткачева с помощью трехфакторной модели Шеремета (таблица 3).

Таблица 3

Абсолютные показатели финансовой устойчивости АО фирма «Агрокомплекс» им. Н.И.Ткачева

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2016 г. (+/-)
Собственные оборотные средства, тыс. руб.	-41697984	-67458175	-69158594	-27460610
Собственные и долгосрочные заемные источники формирования оборотных средств, тыс. руб.	12942310	5249139	-4817117	-8125193
Запасы и затраты, тыс. руб.	15694052	15354664	14921678	-772374
Недостаток собственных оборотных средств, тыс. руб.	-26003932	-52103511	-54236916	-28232984
Недостаток собственных и долгосрочных заемных источников покрытия запасов, тыс. руб.	-2751742	-10105525	-19738795	+16987053
Излишек (недостаток) общей величины основных источников финансирования запасов, тыс. руб.	-2440984	5495836	4397391	+6838375
Тип финансовой устойчивости	(0;0;0)	(0;0;1)	(0;0;1)	-

Данные таблицы вступают в противоречие с предыдущими расчетами. Как мы видим, организа-

ция относится к типу неустойчивых, так как соблюдаются не все три условия согласно методике из-за

недостатка собственных средств. Финансовое положение организации говорит о нерациональности пользования заемным капиталом, а также дефиците собственного капитала.

Для анализа уровня финансовой устойчивости также рекомендуют использовать комплексный индикатор финансовой устойчивости.

Осуществляется выбор отдельных критериев, описывающих разные стороны финансовой устойчивости. С помощью этого индикатора проводят прогноз финансового положения, что позволяет своевременно нейтрализовать угрозы финансовой прочности организации (таблица 4).

Таблица 4

**Комплексный индикатор финансовой устойчивости АО фирма
«Агрокомплекс» им. Н.И.Ткачева**

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2018 г. к 2016 г. (+/-)
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности и финансовых вложений	3,018	2,974	3,258	+0,24
Норма коэффициента оборачиваемости запасов	3			
Соотношение факта с нормативом	1,006	0,991	1,086	+0,08
Коэффициент текущей ликвидности	1,858	1,256	0,843	-1,015
Норма коэффициента текущей ликвидности	2			
Соотношение факта с нормативом	0,929	0,628	0,422	-0,507
Коэффициент самофинансирования	0,426	0,278	0,249	-0,177
Норма коэффициента самофинансирования	1			
Соотношение факта с нормативом	0,426	0,278	0,249	-0,177
Коэффициент рентабельности активов	0,035	0,019	0,025	-0,01
Норма коэффициента рентабельности активов	0,3			
Соотношение факта с нормативом	0,117	0,063	0,008	-0,109
Коэффициент рентабельности продаж	0,066	0,045	0,058	-0,008
Норма коэффициента рентабельности продаж	0,2			
Соотношение факта с нормативом	0,33	0,225	0,29	-0,04
Комплексный индикатор финансовой устойчивости	62,535	49,545	56,265	-6,27

Так как значение комплексного индикатора финансовой устойчивости варьируется за три года, Однако остается меньше 100, можем сделать вывод, что организация финансово не устойчива.

Так, используя несколько методов для оценки финансовой устойчивости, мы увидели, насколько по-разному в каждой методике проявляется финансовая прочность, однако каждая свидетельствует о проблемах зависимости организации от кредиторов и росте общих затрат. Таким образом, для более полного представления о финансовом состоянии организации целесообразно использовать несколько методов [5,12].

В нынешнем положении на рынке существует достаточно большое количество организаций, имеющих большое бремя в виде кредитов и займов. Из этой проблемы вытекают следующие – сокращение выпускаемой продукции, из-за которой в следствии уменьшается собственный капитал для финансирования хозяйственной деятельности организации [3]. Далее, платежеспособность падает также, как и финансовая устойчивость, ухудшаются бизнес-отношения со всеми внешними участниками хозяйственной деятельности из-за испорченного имиджа организации [16].

Политика укрепления финансовой прочности совершенно индивидуальна для каждого хозяйствующего субъекта. Именно по этой причине мы проводили анализ финансовой устойчивости по нескольким методикам. Учитывая, что проблемы могут быть совершенно разными (от дефицита

средств и ресурсов до банального не схождения целей у внутренних участников хозяйственной деятельности), общие рекомендации по укреплению финансовой прочности все же можно выделить. Во-первых, необходимо определить риски и факторы, их определяющие, для дальнейшего их хеджирования. Во-вторых, необходимо пересмотреть соотношение собственного и заемного капитала. Также, стандартно проводить модернизацию организации во всех направлениях, улучшать финансовую деятельность, удерживать прочные позиции на рынке в своей отрасли [7,8].

В современных условиях финансовая устойчивость организаций сельскохозяйственной отрасли может быть обеспечена за счет реализации политики импортозамещения, выработки действенных и эффективных мер по рациональному использованию сельскохозяйственных земель, концентрации сельскохозяйственного производства.

Список литературы

1. Барабаш А. Э. Взаимосвязь оборотных средств и внеоборотных активов сельскохозяйственных организаций / А. Э. Барабаш // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. Отв. за вып. А. Г. Коцаев. – 2017. – С. 1384-1385.

2. Безручко А. С. Эмпирические аспекты финансового моделирования в сельскохозяйственных организациях с использованием программных про-

дуктов / А. С. Безручко, Е. С. Касимова // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2 (91). – С. 1312-1219.

3. Безручко Ю. С. К проблеме прогнозирования банкротства российских организаций // Безручко Ю. С., Ляшенко Я. А. // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 3 (104). – С. 1160-1165.

4. Герасименко О. А. К проблеме определения оптимального размера чистого оборотного капитала сельскохозяйственных организаций / О. А. Герасименко, А. Э. Барабаш, А. В. Рыкулина // Международные научные исследования. – 2017. – № 1 (30). – С.41-44.

5. Герасименко О. А. Повышение эффективности управления оборотными средствами сельскохозяйственных предприятий (по материалам Краснодарского края) / О. А. Герасименко / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Краснодар, 2004. – 160 с.

6. Герасименко О. А. Проблемы управления оборотным капиталом организаций АПК / О. А. Герасименко, Е. В. Гладченко, Ю. О. Смирнова // Экономика и предпринимательство. – 2016. – № 12-2 (77-2). – С. 970-974.

7. Герасименко О. А. Устойчивое финансовое состояние сельскохозяйственных организаций – залог продовольственной безопасности / О. А. Герасименко, О. В. Герасименко, Ю. А. Чубукина, С. В. Шпаченко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 2-2 (79-2). – С. 461-466.

8. Герасименко О. В. Актуальные проблемы оценки финансовой устойчивости организации на современном этапе / О. В. Герасименко // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам IX Всероссийской конференции молодых ученых. Ответственный за выпуск: А. Г. Кощаев. – 2016. – С. 1002-1003.

9. Герасименко О. В. Использование матричной модели при оценке финансовой устойчивости организации / О. В. Герасименко // В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам X Всерос-

сийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. Отв. за вып. А. Г. Кощаев. – 2017. – С. 1437-1438.

10. Губина А. Ю. Анализ системы управления оборотными активами в организациях аграрного сектора / А. Ю. Губина, Л. С. Решетило // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 10 (99). – С. 1176-1179.

11. Данчук В. В. Финансовая несостоятельность организаций и способы ее диагностики / В. В. Данчук // Вектор экономики. – 2019. – № 5 (35). – С. 113.

12. Заралиди В. П. Оценка финансовой устойчивости предприятия и определение резервов ее повышения / В. П. Заралиди // Colloquium-journal. – 2019. – № 7-6 (31). – С. 32-37.

13. Захарян А. В. Совершенствование управления финансовой деятельностью организаций агропромышленного сектора экономики / А. В. Захарян // Colloquium-journal. – 2019. – № 6-11 (30). – С. 15-20.

14. Кургинян М. А. Влияние ликвидности на структуру капитала сельскохозяйственных организаций / М. А. Кургинян // Агропродовольственная экономика. – 2018. – № 4. – С. 36-41.

15. Храменко А. А. К вопросу повышения границ финансовой устойчивости и платежеспособности аграрных формирований / А. А. Храменко // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 2-1 (79). – С. 1048-1051.

16. Чижикова Н. Е. Тактический инструментальный повышения финансовой устойчивости и платежеспособности аграрных формирований в современных условиях / Н. Е. Чижикова, А. В. Захарян // Colloquium-journal. – 2019. – № 18-6 (42). – С. 46-48.

17. Шакура Е. А. Аналитические аспекты оценки финансовой устойчивости организации / Е. А. Шакура // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – Т. 1. № 3. – С. 178-183.

18. Эмиралиева Е. Р. Необходимость оценки финансового состояния организации / Е. Р. Эмиралиева, А. В. Захарян // Вектор экономики. – 2018. – № 10 (28). – С. 81.

УДК 331.108.4

*Арутюнян Ю.И.,
Плякич Б.М.*

Кубанский государственный аграрный университет

ДИСТАНЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.

*Arutyunyan Yu.I.,
Plyakich B.M.*

Kuban State Agrarian University

REMOTE PERSONNEL MANAGEMENT OF A MODERN ORGANIZATION.

Аннотация

В статье представлены основные подходы к организации дистанционного управления персоналом современной организации. В процессе нашего исследования выявлены основные проблемы, с которыми сталкиваются как менеджеры, так и сотрудники предприятия. Также представлены основные направления для решения проблем удаленной работы для снижения социальной напряженности. Выявлено, что

гармоничная работа менеджеров предприятия и удаленных работников, а также использование прогрессивных компьютерных технологий снижает социальную напряженность, уровень стресса и приводит к росту эффективности деятельности предприятия.

Abstract

The article presents the main approaches to the organization of remote personnel management of a modern organization. In the process of our research, the main problems that both managers and employees of the enterprise face are identified. The main directions for solving the problems of remote work to reduce social tension are also presented. It was revealed that the harmonious work of enterprise managers and remote workers, as well as the use of advanced computer technologies, reduces social tension, stress level and leads to an increase in the efficiency of the enterprise.

Ключевые слова: персонал, управление, дистанционная работа, технологии, поощрение, стресс, социальная защищенность.

Key words: personnel, management, remote work, technology, encouragement, stress, social security.

В современных экономических условиях и действия факторов неопределенности российские предприятия вынуждены внедрять дистанционные методы работы для своих сотрудников. Особую актуальность приобретают вопросы разработки эффективной политики удаленной работы, а также организация профессиональной подготовки. В данных условиях стоит принимать оперативные меры для повышения вовлеченности и производительности удаленных сотрудников.

Внедрение политики удаленной работы связано с определенными проблемами. Для начала менеджерам необходимо понять факторы, которые могут сделать удаленную работу особенно сложной. В противном случае высокоэффективные сотрудники могут испытывать снижение производительности труда и вовлеченности, когда они начинают работать удаленно, особенно в отсутствие подготовки и обучения. Проблемы, присущие удаленной работе, включают в себя[2]:

- отсутствие личного контроля;
- отсутствие доступа к информации;
- социальная изоляция;
- действие отвлекающих факторов в домашних условиях.

В рамках первой проблемы, как руководители, так и их сотрудники часто выражают озабоченность по поводу отсутствия личного взаимодействия. Руководители опасаются, что сотрудники не будут работать так же усердно и эффективно. Многие сотрудники, с другой стороны, борются с ограниченным доступом к управленческой поддержке и коммуникациям[3]. В некоторых случаях сотрудники чувствуют, что удаленные менеджеры не имеют связи со своими потребностями, и поэтому не поддерживают и не помогают в выполнении своей работы.

Вторая проблема связана с тем, что новые удаленные работники часто удивляются добавленному времени и усилиям, необходимым для поиска информации от коллег. Даже получение ответов на то, что кажется простыми вопросами, может ощущаться как большое препятствие для работника, базирующегося дома. Это распространяется не только на работу, связанную с задачами, но и на межличностные проблемы, которые могут возникнуть у удаленных сотрудников. Отсутствие «взаимного знания» среди удаленных работников приводит к

более низкой готовности дать коллегам подсказку или совет в трудных рабочих ситуациях[2]. Например, если сотрудник знает, что у партнера по офису тяжелый день, он будет рассматривать резкое электронное письмо от него как естественный продукт стресса. Однако, если работник получает это письмо от удаленного сотрудника, не понимая их текущих обстоятельств, скорее всего, он обидится или, как минимум, усомнится о профессионализме своего коллеги.

Важной проблемой является социальная изоляция, поскольку одиночество является одной из самых распространенных жалоб на удаленную работу, когда сотрудники не имеют неформального социального взаимодействия в офисной обстановке[1]. Считается, что экстраверты могут больше страдать от изоляции в краткосрочной перспективе, особенно если у них нет возможности установить контакт с другими людьми в их среде удаленной работы. Однако в течение более длительного периода времени изоляция может заставить любого сотрудника чувствовать себя менее «принадлежащим» к своей организации, и даже может привести к увеличению намерения покинуть компанию.

Необходимо отметить и такую проблему, как действие отвлекающих факторов в домашних условиях. Например, часто можно увидеть фотографии, представляющие удаленную работу, которые изображают родителя, держащего ребенка и печатающего на ноутбуке, часто сидя на диване или полу гостиной. На самом деле, это ужасное представление эффективной виртуальной работы. Как правило, работодателям рекомендуется обеспечить, чтобы их удаленные работники имели как специальное рабочее место, так и адекватный уход за детьми, прежде чем позволить им работать удаленно[2]. Тем не менее, в случае внезапного перехода на виртуальную работу, есть гораздо больше шансов, что сотрудники будут бороться с неоптимальными рабочими пространствами и (в случае закрытия школ и детских садов) неожиданные родительские обязанности. Даже в обычных условиях потребности семьи и дома могут мешать удаленной работе; менеджеры должны ожидать, что эти отвращения будут больше во время этого незапланированного перехода работы из дома.

В целях нашего исследования отметим направления деятельности менеджеров для поддержки

удаленных сотрудников. Несмотря на то, что удаленная работа может быть сопряжена с проблемами, существуют также относительно быстрые и недорогие вещи, которые менеджеры могут сделать, чтобы облегчить переход. Действия, которые можно предпринять сегодня включают в себя:

- проведение структурированных ежедневных проверок;
- обеспечение различных вариантов коммуникационных технологий;
- установление «правил взаимодействия»;
- обеспечение возможностей для удаленного социального взаимодействия;
- использование различных поощрений и эмоциональной поддержки.

Одним из важных направлений взаимодействия с менеджерами является установка ежедневных звонков со своими удаленными сотрудниками. Это может быть серия индивидуальных звонков, если сотрудники работают более независимо друг от друга, или командный звонок, если их работа является очень совместной. Важной особенностью является то, что звонки являются регулярными и предсказуемыми, и что они являются форумом, в котором сотрудники знают, что могут проконсультироваться с менеджером, и что их проблемы и вопросы будут услышаны[1].

Удаленные работники выигрывают от наличия «более богатой» технологии, такой как видеоконференцсвязь, дающая участникам много визуальных подсказок, которые они имели бы, если бы они были лицом к лицу. Видеоконференции имеют много преимуществ, особенно для небольших групп: визуальные подсказки позволяют увеличить «взаимное знание» о коллегах, а также помогают уменьшить чувство изоляции между командами[4]. Видео также особенно полезно для сложных или деликатных разговоров, поскольку оно чувствует себя более личным, чем письменное или аудио общение.

Есть и другие обстоятельства, когда быстрое сотрудничество является более важным, чем визуальные детали. Для этих ситуаций нужно предоставить мобильную поддержку отдельных функций обмена сообщениями (Zoom, Microsoft Teams и т. д.) который может быть использован для более простых, менее формальных разговоров.

Если у компании еще нет технологических инструментов, есть недорогие способы получить простые версии этих инструментов для команды, как срочная мера. Стоит проконсультироваться с ИТ-отделом организации, чтобы убедиться, что существует соответствующий уровень безопасности данных перед использованием любого из этих инструментов.

А затем устанавливаются «правила взаимодействия» [3]: удаленная работа становится более эффективной и удовлетворительной, когда менеджеры устанавливают ожидания в отношении частоты, средств и идеального времени общения для своих команд. Например «мы используем видеоконференции для ежедневных встреч по текущему проекту, но мы используем чат в

Microsoft Teams, когда что-то срочное». Кроме того, если есть возможность, стоит сообщить сотрудникам лучший способ и время, чтобы связаться с руководителем для срочных вопросов в течение рабочего дня. Так же, следует следить за коммуникацией между членами группы (в той мере, в какой это целесообразно), с тем чтобы они могли обмениваться необходимой информацией.

Менеджерам рекомендуется установить эти «правила взаимодействия» с сотрудниками как можно скорее, в лучшем варианте - во время первой онлайн-встречи[5]. Наиболее важным фактором является то, что все сотрудники разделяют один и тот же набор ожиданий для общения.

Один из наиболее важных шагов, которые может предпринять менеджер при обеспечении возможностей для удаленного социального взаимодействия — это структурирование способов социального взаимодействия сотрудников (то есть неформальные беседы на нерабочие темы) во время удаленной работы[3]. Это справедливо для всех удаленных работников, но особенно для работников, которые были внезапно переведены из офиса.

Самый простой способ установить некоторое базовое социальное взаимодействие - оставить некоторое время в начале командных вызовов только для нерабочих элементов. Другие варианты включают в себя виртуальные вечеринки или обсуждение фильма, книги. Хотя эти типы событий могут казаться искусственными или вынужденными, опытные менеджеры удаленных работников (и сами работники) сообщают, что виртуальные события помогают уменьшить чувство изоляции, способствуя чувству принадлежности[3].

В контексте резкого перехода к удаленной работе, менеджерам важно признавать стресс, прислушиваться к тревогам и заботам сотрудников и сопереживать их проблемам, связанным с выполнением работы. Если новый удаленный сотрудник явно не справляется с задачей, но не передает стресс или беспокойство, стоит спросить их, какие возникли проблемы, на каком моменте работа останавливается. Даже общий вопрос, такой как «как эта удаленная рабочая ситуация влияет на вашу деятельность?» - может выудить важную информацию, которую иначе вы бы менеджер не услышал. После того, как задается вопрос, обязательно внимательно выслушать ответ и кратко повторить его обратно сотруднику, чтобы убедиться, что все правильно понимается[1]. Пусть стресс или проблемы сотрудника, а не руководителя, будут в центре этого разговора.

Таким образом, для снижения напряженности сотрудников в процессе удаленной работы менеджерам необходимо устранить как можно больше препятствий для поступательного движения вперед. Сообщая четкий доступный план, можно помочь членам команды чувствовать себя лучше связаны с вами и решать любые проблемы или вопросы, как они возникают.

Список использованных источников:

1. Arutyunyan Yu.I. Turquoise organizations: adaptation to reality /Yu.I.Arutyunyan, Ye.M. Neshko,

N.P. Strzhelbitskaya // Сборник статей по материалам международной студенческой научной конференции, посвященной памяти профессоров экономического факультета Кубанского ГАУ: Т.Е. Малофеева, С.С. Легкоступа «Аграрная экономика и импортозамещение: проблемы, перспективы и векторы развития». Ответственный за выпуск А.С. Усенко. 2018. С. 166-171.

2. HYPERLINK "https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/amp.2014.0120" Erin E. Makarius, Barbara Z. Larson Changing the Perspective

of Virtual Work: Building Virtual Intelligence at the Individual Level - Briarcliff Manor, NY, 2017

3. Innovation potential of small-scale business: international experience Korolev V.I., Sekerin V.D., Bank S.V., Gorokhova A.E., Arutyunyan Y.I. Esparcios. 2017. -Т. 38. -№ 49. -С. 1.

4. Ольховская Ю. Н. Литвинова, Н. Гришина Дистанционное управление персоналом: правила общения, коммуникации, Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2013

5. Спивак В. А. Управление персоналом для менеджеров: учебное пособие - 2012

УДК:33

Полысаев Виталий Юрьевич,

Полысаева Полина Алексеевна

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11677](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11677)

ОЦЕНКА ОБЛИГАЦИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Polysaev V.Y.,

Polysaeva P.A.

St. Petersburg Polytechnic University of Peter the Great

EVALUATION OF BONDS UNDER CRISIS

Аннотация

В данной статье рассмотрен принцип оценки облигаций, номинированных в российских рублях, с позиции "доходность-риск" в условиях кризисной ситуации.

Abstract

This article discusses the principle of valuation of bonds denominated in Russian rubles from the position of "yield-risk" in a crisis situation.

Ключевые слова: *инвестиции, облигация, эмитент, текущая стоимость, доходность к погашению.*

Key words: *investments, bond, issuer, current value, yield to maturity.*

Эмиссионные ценные бумаги включают в себя такие долговые бумаги как облигации, государственные облигации, акции, опционы, жилищные сертификаты. Одним из наиболее часто встречающихся видов долговых бумаг является облигация. [1]

Облигация предоставляет право ее владельцу получить от лица, её выпустившего (эмитента облигации), в оговоренный срок её номинальную стоимость деньгами или в виде иного имущественного эквивалента. Текущая оценка облигации (P) есть сумма дисконтированных денежных потоков, обеспечиваемых этой ценной бумагой. [2]

Данная работа выполнялась в 4 этапа: сначала был произведен отбор облигаций, обращающихся на Московской бирже. Затем была рассчитана текущая стоимости облигаций. Следующим этапом был произведен учет транзакционных издержек. На последнем этапе была рассчитана доходность к погашению и сделаны соответствующие выводы.

В выборку вошло 5 эмитентов облигаций, номинированных в российских рублях. [3] Для оценки облигаций с позиции «доходность – риск» были выбраны следующие эмитенты:

- эмитент 1 – ПАО "Сбербанк России";

- эмитент 2 – ПАО "Роснефть";
- эмитент 3 – ПАО «Мечел»;
- эмитент 4 – ПАО "МОСТОТРЕСТ";
- эмитент 5 – Администрация города Нижнего Новгорода.

Для поиска необходимой для расчетов информации был использован сайт ПАО «Московская биржа» и торговый код/ISIN. Каждую облигацию можно однозначно идентифицировать с помощью торгового кода ISIN. Международный идентификационный код ценной бумаги (International Securities Identification Number, ISIN) — двенадцатизрядный буквенно-цифровой код, однозначно идентифицирующий ценную бумагу.

Таким образом была получена информация о рыночной стоимости, сроках погашения, ставках купона, итогах торгов по конкретной ценной бумаге, датах выплаты купонов в году, числах периодов начисления купонов, НКД (накопленный купонный доход – это величина, измеряемая в денежных единицах, и характеризующая ту часть купонного дохода, которая «накоплена» с начала текущего купонного периода). Данные по облигациям были взяты от 24.03.2020 и занесены в таблицу 1.

Расчет текущей стоимости облигации [4]

Наименование ценной бумаги	ПАО "Сбербанк России"	ПАО "Роснефть"	ПАО «Мечел»	ПАО "МОСТОТРЕСТ"	Администрация города Нижнего Новгорода
ISIN	RU000A0JWUE9	RU000A0JTS06	RU000A0JRJY0	RU000A0JWN89	RU000A0ZYJ00
Рыночная цена на 24.03.2020, %	106,09	96	93,81	99,5	99,93
Дата погашения	30.09.2021	10.03.2023	01.06.2021	29.07.2026	05.12.2022
Месяцы выплат купона в году	03;09	03;09	06;12	02;08	03;06;09;12
Величина купона, руб	46,12	36,4	14,23	55,6	20,19
Ставка купона, %	9,25	7,3	10,38	11,15	8,1
Число периода начисления купона до погашения шт.	4	6	3	13	11
Величина дисконтированных купонных выплат, руб	167,41	190,81	39,49	555,20	197,60
НКД, руб	44,86	2,4	9,25	14,66	4,66
Ставка дисконтирования, %	8	8	8	8	8
Текущая цена облигации, руб	977,35	978,73	919,24	1141,12	997,20

Ставка дисконтирования принята за 8% годовых. Соответственно 4% за полугодие, т.к. купон по данным облигациям выплачивается два раза в год, и 2% за квартал, когда купон выплачивается 4 раза в год. [5]

Величина дисконтированных купонных выплат была рассчитана по формуле:

$$CF' = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \text{ где}$$

CF' – величина дисконтированных купонных выплат, руб.;

CF_t – величина купона, руб.;

r – ставка дисконтирования;

t – число периода начисления купона до погашения.

Текущая цена облигации рассчитывалась по формуле [6]:

$$P_0 = \frac{M}{(1+r)^t} + CF' - \text{НКД}, \text{ где}$$

P_0 – текущая цена облигации, руб.;

M – номинальная цена облигации, руб.;

r – ставка дисконтирования;

t – число периода начисления купона до погашения;

CF' – величина дисконтированных купонных выплат, руб.

Были учтены и другие затраты, которые понесет инвестор при открытии брокерского счета: цена услуг депозитария, независимо от количества совершенных операций, составляет 150 рублей в месяц (цена депозитария рассчитана на дату 24.03.2020 по курсу доллара 79.70 руб., данные занесены в таблицу 2), комиссия за брокерское обслуживание в 0,04%, комиссия биржи 0,01% (все полученные данные также занесены в таблицу 2). Процент комиссии взимается от объема сделки. [7] Плата за открытие брокерского счета не взимается.

Таблица 2

Определение транзакционных издержек и доходности к погашению

Наименование ценной бумаги	ПАО "Сбербанк России"	ПАО "Роснефть"	ПАО «Мечел»	ПАО "МОСТОТРЕСТ"	Администрация города Нижнего Новгорода
Услуги депозитария, руб	4	4	4	4	4
Комиссия брокера (0,04%)	0,42	0,38	0,38	0,40	0,40
Комиссия биржи (0,01%)	0,11	0,10	0,09	0,10	0,10
Текущая цена облигации с учетом комиссий, %	97,28	97,42	91,48	113,66	99,27
Разница между рыночной и текущей ценой облигации, %	8,81	-1,42	2,33	-14,16	0,66
Доходность к погашению, УТМ	2,98	8,76	17,66	11,24	8,14

Текущая цена облигаций с учетом комиссий была посчитана как разность между текущей стоимостью облигации (P_0) и суммой всех доп. затрат (услуги депозитария, комиссия брокера, комиссия биржи) и составила:

- эмитент 1 (ПАО "Сбербанк России") – 97,28%;
- эмитент 2 (ПАО "Роснефть") – 97,42%;
- эмитент 3 (ПАО «Мечел») – 91,48%;
- эмитент 4 (ПАО "МОСТОТРЕСТ") – 113,66%;
- эмитент 5 (Администрация города Нижнего Новгорода) – 99,27%.

Доходность к погашению, УТМ была рассчитана по формуле:

$$УТМ = \frac{1+K}{\sqrt[N]{N}} - 1, \text{ где}$$

K – ставка купона, %

N – цена покупки облигации в % от номинала

Доходность к погашению всех пяти эмитентов была рассчитана, и результаты занесены в таблицу 2.

Чтобы понять, выгодно или нет инвестировать в данную облигацию, необходимо сравнить полученную текущую цену с рыночной ценой. [8] Однако, важно помнить, что, покупая ценную бумагу выше текущей цены, мы теряем часть купонного дохода, если ниже текущей цены, наоборот, – увеличиваем купонную ставку, т.е. доходность сделки купли-продажи облигации выше. Получаем, что у первого, третьего и пятого эмитентов текущая цена меньше рыночной цены (рыночная цена меньше 100), однако третий и пятый эмитенты имеют доходность к погашению выше ставки купона. Соответственно, можно сказать, что облигации третьего

и пятого эмитентов являются выгодными, а выбрав первого эмитента, инвестор потеряет 2,98%. Второй же и четвертый эмитенты имеют текущую стоимость выше рыночной, и доходность к погашению больше ставки купона, т.о. облигации данных эмитентов являются выгодными.

Список литературы

1. Ильин, И.В. Управление инвестициями: учебное пособие / И. В. Ильин, Н. Б. Ростова. СПб: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. 243с. URL: <http://elibrary.spbstu.ru/dl/2/i17-265.pdf/info>
2. Кулик А.А., Захарова С.Д., Пупенцова С.В. Риски и фондовый рынок // Colloquium-journal. 2019. № 24-8 (48). С. 27-28.
3. Лукасевич, И.Я. Инвестиции: учебник / И.Я. Лукасевич. М.: ИнфраМ, 2012. 765 с.
4. Официальный сайт ПАО «Московская биржа». URL: <http://www.moex.com>.
5. Чернова, Г.В. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для академического бакалавриата / Под ред. Г. В. Черновой, Н. Б. Болдыревой. М.: Издательство Юрайт, 2017. 348 с.
6. Озеров Е.С., Пупенцова С.В. Преодоление недостатков нормативно-методического обеспечения оценочной деятельности // Вопросы оценки. 2016. № 2 (84). С. 13-19.
7. Пирназарова М.Ш., Пупенцова С.В. Разработка стратегии развития компании в условиях неопределенности и риска // Colloquium-journal. 2019. № 22-7 (46). С. 16-17.
8. Иванова Н.Л., Пупенцова С.В. Количественный анализ рисков с помощью метода оценки последствий отказов // Организатор производства. 2017. Т. 25. № 4. С. 92-101.

УДК: 338.124.4

Соломонова Валентина Николаевна
кандидат экономических наук, доцент,
Редькина Татьяна Марковна
кандидат экономических наук, доцент,
Курбанова Мадина

студент факультета гидрометеорологического обеспечения
экономико-управленческой деятельности в отраслях и комплексах
Российский государственный гидрометеорологический университет
(Санкт-Петербург)

[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11678](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11678)

СТРАТЕГИЯ ГОСУДАРСТВА В УСЛОВИЯХ ПРЕОДОЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СПАДА

Solomonova Valentina Nikolaevna
candidate of economic Sciences, associate Professor,
Redkina Tatiana Markovna
candidate of economic Sciences, associate Professor,
Kurbanova Madina
student of the faculty of hydrometeorological support
Russian state hydrometeorological University
(Saint-Petersburg)

STRATEGY OF THE STATE IN OVERCOMING THE ECONOMIC DOWNTURN

Аннотация

На стадии циклического спада предпринимаемые правительством меры должны в полной мере соответствовать происходящим изменениям. При воздействии иных неблагоприятных факторов, таких,

например, как пандемия, подобные усилия должны быть согласованы со стратегическими и тактическими мерами. При этом, важно учитывать, какой объем средств может быть выделен государством на безвозмездной основе на каждом из этапов. Только такой подход позволит предопределить будущий эффект от принимаемых решений. В случае, если решения будут носить точечный характер, восстановление экономики в будущем периоде времени может иметь слишком отложенный характер.

Abstract

At the stage of a cyclical downturn, the measures taken by the government should be fully consistent with the changes that are taking place. In the event of other adverse factors, such as a pandemic, such efforts should be coordinated with strategic and tactical measures. At the same time, it is important to take into account the amount of funds that can be allocated by the state on a free basis at each stage. Only this approach will allow us to determine the future effect of the decisions made. If decisions are made on a point-by-point basis, the economic recovery in the future may be too delayed.

Ключевые слова: кризисные явления, помощь государства, поддержка субъектов хозяйствования, объемы финансирования, стратегия развития

Key words: crisis phenomena, state aid, support for economic entities, funding levels, development strategy

Принятие тактических мер по преодолению негативных тенденций по борьбе с пандемией осуществляется каждой страной индивидуально. Это связано с тем, что подобного опыта в таком масштабе ранее не было, а также с тем, что для каждого из государств свойственны отличные условия хозяйствования.

Помимо текущих решений важными становятся и стратегические меры [7], так как именно в настоящее время необходимо как можно более точно представлять, какие последствия могут быть не только от пандемии, но и от принятых с ее началом тактических решений.

Таким образом, на уровне государства реализуемые мероприятия должны носить комплексный взаимоувязанный характер и затрагивать интересы всех участников экономических отношений [3; 5; 6]. Также в условиях глобализации важно соотносить меры, принимаемые внутри страны, с теми, которые принимаются в других странах. Эффективность принятых решений можно будет оценить по скорости восстановления экономики той или иной страны, а именно всех участников экономической деятельности: государства, организаций, домохозяйств [2].

Так, в [4] отмечается, что уже сейчас начал проявляться отрицательный экономический эффект от пандемии. При этом, в источнике [4] признается, что речь идет не только о работе отдельно взятой сферы медицины, но и всех остальных отраслей, как в России, так и за рубежом. Особое внимание уделяется вопросам не текущей, а будущей поддержки.

Уточним, что власти Польши выделили больше \$50 млрд на компенсацию до 40% зарплаты людям, которые потеряли работу во время пандемии. Такую же сумму правительство США распределило между всеми штатами, чтобы смягчить последствия пандемии. В Японии работающим гражданам, вынужденным сидеть дома с детьми, ежедневно выплачивают \$37. Австралийские компании, в которых трудятся меньше 20 человек, смогут получить выплаты в размере 50% от зарплаты стажеров, на каждого из них власти будут выделять до \$7 тыс. в квартал, но не больше \$21 тыс. В Син-

гапуре на поддержку фирм и работников из бюджета выделили \$4 млрд. Правительство Дании пообещало покрыть три четверти фондов заработной платы частным компаниям, которые пострадали от введенных в стране ограничений. Однако лишь при условии, что они не будут сокращать рабочие места. В Чехии для выплаты зарплат рабочим власти предоставляют бизнесу специальные займы на сумму от €2 млн до €55 млн со сроком погашения до двух лет и отсрочкой первого платежа. Шведские власти полностью компенсируют компаниям расходы на оплату больничных в апреле и мае, а также основной доли расходов за временные увольнения из-за кризиса. В Великобритании власти приняли решение оплачивать 80% зарплаты работникам в течение трех месяцев (не более €2,7 тыс.). В Италии правительство выделило €10 млн на поддержку сотрудников и семей. Такая мера подразумевает, что все, даже самозанятые, работники получают единовременную выплату в размере €600. При этом, правительством было принято решение о запрете увольнять работников, начиная с 23 февраля 2020 года. В Норвегии предусмотрены меры по оказанию самозанятым и фрилансерам «временной защиты», которая в эквиваленте составляет 80% от среднего дохода за последние три года и выше, с ограничением в €52 тыс. за год [1].

Перечисленные выше меры приняты не только исходя из имеющихся у государства средств на оказание такой поддержки, количества населения, рабочих мест, числа приоритетных отраслей и предприятий, но и ввиду того, как принятые решения смогут повлиять на развитие экономики в будущем.

Как отмечается в [4], с точки зрения выделяемых государством финансовых ресурсов для борьбы с пандемией, возникает следующая дилемма: чем более ограничительные меры принимаются в отношении субъектов хозяйствования, тем больше требуется финансовых средств для поддержания и развития экономики. Такая ситуация возникает в результате усиления нагрузки на финансовую систему.

Кроме того, в [4] отмечается, что в связи с тем, что Россия не относится к числу богатых экономик, особенно в условиях ограничений из-за зависимости наполняемости бюджета от нефтедолларов,

оказание прямой поддержки населению вряд ли можно рассматривать в качестве приоритетного решения. В результате, предпринимаемые усилия по ограничению деятельности субъектов хозяйствования не только не обеспечат экономику страны налогами, но и создадут предпосылки по ухудшению всех аспектов деятельности, как в текущем периоде времени, так и в стратегической перспективе. Кроме того, преодолеть такую ситуацию и в дальнейшем будет представляться затруднительным.

Таким образом, в [4] отмечается, что выбранный механизм спасения экономики во время нисходящей фазы стандартного экономического цикла не отвечает складывающимся условиям. На стадии циклического спада принимаемые правительством меры должны быть направлены на создание дополнительного спроса, что обеспечит не только предложение на рынке труда, но и спрос на предлагаемую рынком продукцию.

В этих условиях важны не столько существенные по объемам меры финансовой поддержки хозяйствующих субъектов со стороны государства, сколько периодичность предоставления такой помощи. Однако, в России по совокупности причин может не оказаться ресурсов для подобной масштабной помощи. В подобных условиях российским властям важно правильно распорядиться помощью тем, кто понесет потери от вызванного пандемией экономического кризиса. К сожалению, в прошлые годы государство не делало достаточно эффективных усилий для формирования развитой системы социального страхования.

В целом, в нашей стране складывается ситуация, при которой государству важно правильно распорядиться ограниченными экономическими ресурсами и именно от этого будет зависеть дальнейшее направление функционирования российской экономики.

Список литературы

1. АСИ собрало лучшие мировые меры поддержки бизнеса и населения во время пандемии

[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://asi.ru/news/121867/> – Загл. с экрана.

2. Глазов М.М., Фирова И.П., Редькина Т.М., Соломонова В.Н., Пудовкина О.И. Финансовый и инвестиционный менеджмент. Учебное пособие / Российский государственный гидрометеорологический университет; Факультет гидрометеорологического обеспечения экономико-управленческой деятельности в отраслях и комплексах. Санкт-Петербург, 2018.

3. Каткова Т.В., Редькина Т.М., Соломонова В.Н. Ресурсная обеспеченность Арктики и проблемы освоения территории // В сборнике: Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей. Под общей редакцией Т.М. Сигитова. Пермь, 2018. С. 38-40.

4. Любимов И. Нужно ли России «разбрасывать деньги с вертолета» во время пандемии? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwww.forbes.ru%2Fbiznes%2F396119-nuzhno-li-rossii-razbrasyvat-dengi-s-vertoleta-vo-vremya-pandemii>. – Загл. с экрана.

5. Редькина Т.М., Сабанчиева Д.Х. Стимулирование иностранных инвестиций в Россию в современных условиях // Евразийский юридический журнал. 2016. № 9 (100). С. 328-329.

6. Редькина Т.М., Соколова О.В. Направления повышения эффективности деятельности учреждений культуры в стратегической перспективе // Вестник Чувашского университета. 2006. № 7. С. 446-452.

7. Фирова И.П., Соломонова В.Н., Пудовкина О.И., Редькина Т.М. Стратегический менеджмент: учебно-методический комплекс по дисциплине. Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент; классификация (степень) - бакалавриат 080200 Менеджмент; квалификация (степень) - бакалавр / Российский государственный гидрометеорологический университет. Санкт-Петербург, 2015.

УДК: 330.342.3/4

Соломонова Валентина Николаевна
кандидат экономических наук, доцент,

Редькина Татьяна Марковна

кандидат экономических наук, доцент,

Ан-Тал Филипп

*студент факультета гидрометеорологического обеспечения
экономико-управленческой деятельности в отраслях и комплексах
Российский государственный гидрометеорологический университет
(Санкт-Петербург)*

[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11679](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11679)

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ПЕРЕОРИЕНТАЦИЯ ЭКОНОМИКИ ПОД ВЛИЯНИЕМ КОРОНАВИРУСА

Solomonova Valentina Nikolaevna
candidate of economic Sciences, associate Professor,
Redkina Tatiana Markovna
candidate of economic Sciences, associate Professor,
At-Tal Philip
student of the faculty of hydrometeorological support
Russian state hydrometeorological University
(Saint-Petersburg)

STRATEGIC REORIENTATION OF THE ECONOMY UNDER THE INFLUENCE OF CORONAVIRUS

Аннотация

Изменение экономики одной страны в складывающихся условиях хозяйствования в значительной мере оказывает влияние на трансформацию развития экономик других стран. При этом, важными становятся не только меры по преодолению происходящих тенденций, но и выстраивание новых принципиально иных взаимосвязей в стратегическом периоде времени. Существенные затраты на все мероприятия ложатся существенным бременем на руководства стран. Поэтому правильно выбранная траектория становится важнейшей составляющей как текущего, так и перспективного развития отраслей, предприятий, граждан. В этой связи, совокупность мер поддержки должна быть не только обоснованной, но и отвечать будущим запросам экономики.

Abstract

Changes in the economy of one country in the current economic conditions have a significant impact on the transformation of the development of other countries' economies. At the same time, it is important not only to take measures to overcome current trends, but also to build new fundamentally different relationships in the strategic time period. Significant costs for all activities place a significant burden on the country's leadership. Therefore, a well-chosen trajectory becomes an important component of both current and future development of industries, enterprises, and citizens. In this regard, the set of support measures should not only be justified, but also meet the future needs of the economy.

Ключевые слова: мировая экономика, изменения, меры поддержки, стратегическое развитие, новый вектор развития

Key words: world economy, changes, support measures, strategic development, new development vector

Происходящие изменения в стране, мире приводят к тому, что изменяются не только условия текущей деятельности, но и подвергаются трансформации способы и методы взаимодействия в будущем [7; 9].

Так, 31 декабря 2019 года в городе Ухань в провинции Хубэй Всемирной организацией здравоохранения была зафиксирована вспышка нового вируса [13]. Указанный тип вируса получил название 2019-nCoV. Он входит в семейство коронавирусов и распространяется воздушно-капельным путем [12].

Согласно данным ВОЗ, у нового штамма коронавируса R0 составляет примерно от 2 до 2,5. При этом, существует мнение, что данное значение может превышать и 3, а это значит, что каждый больной человек заражает как минимум 2 человек. Показатель R0 не является устойчивым – он может коррелировать в зависимости от мер, принимаемых населением. То есть он может, как снизиться, так и возрасти [3].

Ещё 29 января 2020 года вспышек китайского коронавируса в России не было зафиксировано [12]. Следует уточнить, что в целом карантинные меры направлены на сокращение числа легальных исходов. Однако, при ограничении какой-либо деятельности происходит сокращение спроса, падение уровня доходов, рост безработицы, изменение

спроса на востребованные специальности, сокращение налоговой части бюджета страны. Следовательно, для того, чтобы минимизировать подобные воздействия, государство должно предпринимать меры по поддержке организаций, отраслей, населения.

Согласно [6], к моменту, когда в Китае была зафиксирована вспышка коронавируса, экономика страны уже была достаточно ослаблена. Это прежде всего определялось незначительным ее ростом – на 6,1%. Кроме этого, назывались и такие причины, как торговая война с США и протесты в Гонконге. При этом, следует учитывать уже сложившуюся зависимость мировых производителей от китайских поставщиков, что приводит, в конечном итоге, к снижению объемов производства и в мире. Так, согласно [6], Китай является ключевым мировым поставщиком комплектующих для производства промышленных и потребительских товаров (особенно электроники). На него приходится примерно пятая часть всех подобных поставок в мире и около 40% - в странах региона.

Особенностью распространения нового коронавируса является не только его охват, но и влияние, которое он окажет в дальнейшем. При этом, уже сложившийся опыт на реагирование от таких проявлений вряд ли будет востребован. Так, в 2002-2003 годах в Китае была зафиксирована вспышка коронавируса SARS, известного, как «атипичная

Титов Роман Андреевич

студент факультета гидрометеорологического обеспечения
экономико-управленческой деятельности в отраслях и комплексах,

Горобец Ксения Владимировна

студент факультета гидрометеорологического обеспечения
экономико-управленческой деятельности в отраслях и комплексах,

Руководитель: **Редькина Татьяна Марковна**

кандидат экономических наук, доцент

Российский государственный гидрометеорологический университет
(Санкт-Петербург)

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВЛИЯНИЯ НА ПРИБЫЛЬ И ЕГО ПРИМЕНЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Titov Roman Andreevich

student of the faculty of hydrometeorological support
economic and management activities in industries and complexes,

Gorobets Ksenia Vladimirovna

student of the faculty of hydrometeorological support
economic and management activities in industries and complexes,

Supervisor: **Redkina Tatiana Markovna**

candidate of economic Sciences, associate Professor,

Russian state hydrometeorological University

(Saint-Petersburg)

ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PROFIT AND ITS APPLICATION IN THE FINANCIAL MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION

Аннотация

Прогнозные значения показателя «прибыль» в любых экономических условиях являются одними из наиболее важных показателей. Поэтому при расчете данного значения важно правильно оценивать те составляющие, которые влияют на прибыль. Рост выручки и снижение затрат на производство являются теми основными показателями, которые оказывают влияние на изменение прибыли. Для того, чтобы прогнозные показатели прибыли соответствовали фактическим, необходимо эффективно управлять финансами организации. С учетом особенностей развития отрасли и экономической ситуации в целом, норма прибыли может принимать разные значения.

Abstract

The forecast values of the "profit" indicator in any economic environment are one of the most important indicators. Therefore, when calculating this value, it is important to correctly evaluate the components that affect profit. Revenue growth and lower production costs are the main indicators that affect the change in profit. In order for the forecast profit figures to match the actual ones, the organization's finances must be managed effectively. Taking into account the specifics of the industry development and the economic situation in General, the profit rate may take different values.

Ключевые слова: прибыль, управление финансами, анализ факторов, финансирование деятельности, результат

Key words: profit, financial management, factor analysis, activity financing, results

Важное значение прибыли в финансировании деятельности субъекта бизнеса и обеспечении социально-экономических интересов его работников и собственников предопределяют формирование эффективного механизма управления прибылью [7]. В финансовом менеджменте управление прибылью представляет собой непрерывный процесс выработки, оценки и принятия обоснованных управленческих решений, начиная с момента ее планирования, формирования, распределения и использования в организации [2].

Формирование прибыли от продаж организации зависит от многих факторов, среди которых выделяют:

- объем реализации;
- структура продукции;
- цена продукции;
- себестоимость;
- коммерческие расходы;
- управленческие расходы [5].

На материалах финансовой отчетности ООО «Марс-2017» можно проследить оценку влияния факторов на прибыль от оказания услуг в области

растениеводства за базовый 2018 год и отчетный 2019 год. Организация предоставляет услуги по обрезке фруктовых деревьев и виноградной лозы на территории Республики Дагестан [1].

В таблице 1 наглядно представлены исходные данные для проведения факторного анализа.

Таблица 1

Исходные данные для факторного анализа прибыли от продаж, тыс. руб.

Показатели	База	Пересчитан	Отчет
Выручка	50530	55583	56700
Себестоимость	42300	46530	43700
Коммерческие расходы	1630	1793	1430
Управленческие расходы	1120	1232	2140

Прибыль от продаж представляет собой разницу между выручкой и суммой затрат на производство и реализацию продукции, включая себестоимость, коммерческие и управленческие расходы, и составляет:

- за базисный период:

$$50530 - 42300 - 1630 - 1120 = 5480 \text{ (тыс. руб.)};$$

- за пересчитанный (отчет по ценам базы) период:

$$55583 - 46530 - 1793 - 1232 = 6028 \text{ (тыс. руб.)};$$

- за отчетный период:

$$56700 - 43700 - 1430 - 2140 = 9430 \text{ (тыс. руб.)}.$$

Прибыль от продаж в рассматриваемые периоды увеличилась: пересчитанный (отчет по ценам базы) гораздо выше базисного показателя. В отчетном периоде прибыль увеличилась на:

$$9430 - 5480 = 3950 \text{ (тыс. руб.)} [3; 8].$$

Расчет влияния различных факторов на изменение прибыли от продаж в отчетном периоде по сравнению с базисным произведен в таблице 2.

Таблица 2

Факторный анализ прибыли от продаж, тыс. руб.

Фактор	Расчет	Величина показателя	Удельный вес, %
Влияние объема реализации на прибыль	$5480 \times ((55583 - 50530) / 50530)$	548	13,9%
Влияние структуры продукции	$55583 - 46530 - 1630 - 1120 - 6028$	275	7,0%
Влияние цен реализации	$56700 - 55583$	1117	28,3%
Влияние изменения себестоимости	$46530 - 43700$	2830	71,6%
Влияние изменения коммерческих расходов	$-(1430 - 1630)$	200	5,1%
Влияние изменения управленческих расходов	$-(2140 - 1120)$	-1020	-25,8%
Совокупное влияние факторов	$9430 - 5480$	3950	100,0%

Данные таблицы 2 свидетельствуют о том, что увеличение прибыли от продажи продукции на 3950 тыс. руб. произошло под влиянием следующих факторов:

- повышение объема реализации привело к росту прибыли от продажи продукции на 548 тыс. руб.;

- благодаря изменению структуры ассортимента реализованной продукции прибыль от продаж увеличилась на 275 тыс. руб.;

- за счет повышения цены реализации прибыль от продажи продукции увеличилась на 1117 тыс. руб.;

- под влиянием изменения себестоимости реализации прибыль выросла на 2830 тыс. руб.;

- из-за изменения коммерческих расходов прирост прибыли от продаж составил 200 тыс. руб.;

- повышение управленческих расходов привело к сокращению прибыли от продаж на 1020 тыс. руб [7; 9].

Таким образом, представленные факторы оказали в основном положительное влияние на увеличение прибыли от продажи продукции [4]. Отрицательное влияние отмечено со стороны управленческих расходов. Наибольший размер влияния (71,6 %) зафиксирован под воздействием динамики себестоимости. При этом положительное влияние фак-

торов значительно перекрывает негативные тенденции [6]. В результате, динамика отчетного показателя прибыли от продаж положительна и составляет 72,1 % к прибыли базисного периода.

Список литературы

1. Алябьева, Е. М. Детерминированный факторный анализ прибыли организации ООО «А» / Е. М. Алябьева, Е. Е. Люлькина, О. В. Журавская // Синергия Наук. – 2018. – № 20. – С. 62-68.

2. Глазов, М.М., Фирова И.П., Редькина Т.М., Соломонова В.Н., Пудовкина О.И. Финансовый и инвестиционный менеджмент Учебное пособие / Российский государственный гидрометеорологический университет; Факультет гидрометеорологического обеспечения экономико-управленческой деятельности в отраслях и комплексах. Санкт-Петербург, 2018.

3. Жминько, А. Е. Факторный анализ прибыли / А. Е. Жминько, А. Е. Агаев // Аллея науки. – 2018. – Т. 4. № 8 (24). – С. 370-373.

4. Зайцева, Д. О. Анализ прибыли предприятия на основе факторного анализа / Д. О. Зайцева, Е. Е. Харламова // В сборнике: Экспериментальные и теоретические исследования в XXI веке: проблемы и перспективы развития. Материалы XIV Всероссийской научно-практической конференции: в 3-х частях. – 2018. – С. 241-246.

5. Митюшина, И. Л. Методика факторного

анализа прибыли от продаж как инструмент управления и формирования финансовых ресурсов / И. Л. Митюшина // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2018. – Т. 28. № 4. – С. 500-504.

6. Редькина, Т.М., Соломонова, В.Н. Инновационная составляющая региональной стратегии адаптации к климатическим изменениям В книге: Современные проблемы гидрометеорологии и устойчивого развития Российской Федерации Сборник тезисов Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 688-689.

7. Устинова, Е. М. Моделирование взаимосвязей в факторном анализе прибыли организации /

Е. М. Устинова, Т. С. Чернова // В сборнике: Научная дискуссия современной молодежи: актуальные вопросы экономики, достижения и инновации. Материалы международной студенческой научной конференции: в 5 частях. – 2018. – С. 129-140.

8. Firova, I.P., Glazov, M.M., Redkina, T.M., Pudovkina, O.I., Solomonova, V.N. Managerial innovation for small and medium enterprises Espacios. 2019. T. 40. № 32. С. 27.

9. Sergeeva, M.G., Firova, I.P., Glazov, M.M., Pudovkina, O.I., Solomonova, V.N., Redkina T.M. Development of education manager's professionalism Revista Gênero e Direito. 2019. T. 8. № 7. С. 487-504.

УДК 336.76

Дикарева И.А.

*Старший преподаватель кафедры денежного обращения и кредита
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубиллина,
Россия, Краснодар*
Хушт С.И.

*Студентка 3 курса факультета Финансы и кредит,
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубиллина,
Россия, Краснодар*
Усачева Ю.А.

*Студентка 3 курса факультета Финансы и кредит,
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубиллина,
Россия, Краснодар*

ИНФРАСТРУКТУРА РЫНКА ЦЕННЫХ БУМАГ

Dikareva Irina Anatolyevna

*Senior Lecturer at the Department of «Money Circulation and Credit»
Kuban State Agrarian University named after I.T.Trubilin, Russia, Krasnodar*
Khusht S.I.

*Student of Finance and Credit faculty
Kuban State Agrarian University named after I.T.Trubilin, Russia, Krasnodar*
Usacheva Yu.A.

*Student of Finance and Credit faculty
Kuban State Agrarian University named after I.T.Trubilin, Russia, Krasnodar*

SECURITIES MARKET INFRASTRUCTURE

Аннотация

Данное исследование направлено на рассмотрение понятия рынка ценных бумаг, нормативно-правовых основ его функционирования на территории Российской Федерации, а также подходов к построению его инфраструктуры. В рамках исследования приведен краткий перечень основных нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность участников фондового рынка, а также две схемы его инфраструктуры исходя из «фактического» и «целевого» подходов к ее построению.

Abstract

This study is aimed at examining the concept of the securities market, the regulatory framework for its functioning on the territory of the Russian Federation, as well as approaches to building its infrastructure. The study provides a brief list of the main regulatory acts governing the activities of stock market participants, as well as two schemes of its infrastructure based on the “actual” and “target” approaches to its construction.

Ключевые слова: рынок ценных бумаг, инфраструктура рынка ценных бумаг, депозитарий, участники рынка ценных бумаг, ценные бумаги.

Key words: securities market, infrastructure of the securities market, depository, participants in the securities market, securities.

Определение рынка ценных бумаг во многом совпадает с классическим термином рынка за исключением того, что предметом возникновения и

поддержания экономических отношений между участниками рынка являются выпуск и обращение ценных бумаг.

С правовой точки зрения на территории Российской Федерации функционирование рынка ценных бумаг, как постоянно развивающейся структуры, появление которой было вызвано особенностями и потребностями товарного производства, нуждающегося в привлечении сектора частных капиталов в целях планомерного и устойчивого развития как новых, так и уже традиционно сложившихся отраслей экономики страны, регулируются рядом нормативно-правовых актов, основными из которых являются [1-5]:

1. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ (последняя редакция);
2. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 04.11.2019) «Об акционерных обществах» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020);
3. Федеральный закон «Об ипотечных ценных бумагах» от 11.11.2003 № 152-ФЗ (последняя редакция);
4. Федеральный закон «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» от 05.03.1999 № 46-ФЗ (последняя редакция);
5. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 № 156-ФЗ (последняя редакция).

Стоит обратить внимание, что если существующие дефиниции самого рынка ценных бумаг, несмотря на их многообразие, обладают в целом схожей смысловой составляющей, то понятие инфраструктуры рынка ценных бумаг в зависимости от выбранного подхода к раскрытию данного определения может сильно различаться.

Так, рассмотрим инфраструктуру рынка ценных бумаг с точки зрения его «фактических» составляющих, определяющих механизм его функционирования. Исходя из «фактического» подхода, рынок ценных бумаг включает в себя [7]:

1. Фондовые биржи, или же упорядоченные и постоянно действующие рынки, являющиеся платформой для совершения сделок по купле - продаже ценных бумаг. Преимущественной организационно-правовой формой таких фондовых бирж является акционерная, а срок их деятельности, как правило, не ограничен во времени. Несмотря на это, в большинстве случаев, фондовые биржи, будучи некоммерческими предприятиями, формируют свой доход за счет обязательных членских взносов своих участников, комиссионных процентов, взимаемых за оказание услуг соответствующего характера, а также иных источников дохода;

2. Систему внебиржевой торговли, в основе которой заложена разветвленная информационная сеть, по которой осуществляется передача и обмен сведениями о ценных бумагах. Пользователями такой среды внебиржевого оборота являются профессиональные посредники, а в качестве основных участников выступают Центральный Банк Российской Федерации и коммерческие банки, обладающие лицензией Центрального Банка на осуществление своей деятельности. Стоит отметить, что для Центрального Банка внебиржевой рынок по операциям с ценными бумагами – один из инструментов

регулирования и управления как денежным оборотом, так и величиной государственного долга на территории страны ввиду факта обращения на нем наибольшего количества ценных бумаг;

3. Регистраторов (реестродержателей) – особых участников фондового рынка, ответственных за ведение специализированных реестров договоров акционеров с эмитентами. Причиной возникновения такой оставляющей инфраструктуры рынка ценных бумаг как регистраторы выступили приватизационные процессы и необходимость ведения реестра акционеров при процедуре создания первых акционерных обществ. Реестр акционеров – это датированный список владельцев именных ценных бумаг (акций) одного выпуска, позволяющий при необходимости обращения к нему точно идентифицировать как количество самих акционеров, в долевой собственности которых находится имущество акционерного общества, так и принадлежащих им акций, определяющих размер доли каждого из собственников в капитале общества и прибыли, получаемой в форме дивидендов;

4. Депозитария, или же хранилища ценных бумаг с разработанной системой их учета. В депозитарии ценные бумаги подлежат хранению в двух основных формах: наличном (в специально отведенном для этого помещении бланков ценных бумаг) и электронном (в виде регистрации записей по счетам на электронно-вычислительных машинах (ЭВМ)). При этом электронная форма накопления и учёта ценных бумаг в депозитарии также требует наличия единого централизованного депозитария, хранящего, в том числе, данные по всем проведённым сделкам с ценными бумагами, представленными в безналичной форме. При регистрации новых ценных бумаг в электронной системе конкретного депозитария посредством данных централизованного депозитария осуществляется процедура сличения или же сверки регистрируемых ценных бумаг с базой централизованного депозитария;

5. Расчетно-торговой системы как механизма по обеспечению надлежащих условий для реализации сделок по купле-продаже ценных бумаг и построению налаженной и оперативной организации расчетных операций между участниками фондового рынка;

6. Информационные сети и агентства, ответственные за информационное сопровождение и поддержку участников рынка ценных бумаг посредством разработки специализированных справочников, биржевых бюллетеней, курсов по финансовой и инвестиционной деятельности, а также аналитических обзоров фондового рынка и фондовых бирж.

Кратко описанная инфраструктура рынка ценных бумаг, исходя из «фактического» подхода к ее формированию представлена на рисунке 1.

Однако, как было указано ранее такое представление инфраструктуры рынка ценных бумаг имеет место быть при его рассмотрении через призму «фактического» подхода к фондовому рынку. Вместе с тем, ряд исследователей рынка

ценных бумаг выдвигают несколько иную форму представления инфраструктуры рынка ценных бумаг, в основе которой заложен принцип построения

составляющих инфраструктуры исходя из целей и задач, стоящих перед фондовым рынком целей.



Рисунок 1. Инфраструктура рынка ценных бумаг исходя из «фактического» подхода

Так, основными целями, стоящими перед рынком ценных бумаг, являются [6]:

- формирование ссудного капитала и накопление временно свободных денежных средств физических и юридических лиц;
- обеспечение процедуры перераспределения ссудного капитала между его потребителями.

Для выполнения указанных целей инфраструктура рынка ценных бумаг должна удовлетворять следующим условиям:

- обеспечивать свободные транзакции денежных средств и ценных бумаг с минимизацией возможных задержек и дополнительных затрат;
- обеспечивать простоту перераспределения ссудного капитала между участниками рынка ценных бумаг посредством поддержки высокой ликвидности находящихся в обращении ценных бумаг и иных специализированных процедур;
- гарантировать защиту законных интересов и прав участников рынка ценных бумаг (в первую очередь инвесторов исходя из положений Федерального закона «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» от 05.03.1999 № 46-ФЗ (последняя редакция)).

Указанные требования к общим принципам построения инфраструктуры рынка ценных бумаг определяют следующий перечень ее составляющих [6]:

- Правовая составляющая инфраструктуры рынка ценных бумаг, представленная в виде единого нормативно-правового поля;
- Информационная составляющая инфраструктуры рынка ценных бумаг, представленная в виде единого информационного поля участников рынка ценных бумаг;
- Институциональная составляющая инфраструктуры рынка ценных бумаг, представленная профессиональными участниками рынка ценных бумаг;
- Трансфертная составляющая инфраструктуры рынка ценных бумаг, выраженная в форме специализированных трансфертных систем по переводу денежных средств и ценных бумаг между участниками рынка.

Кратко описанная инфраструктура рынка ценных бумаг, исходя из «целевого» подхода к ее формированию представлена на рисунке 2.



Рисунок 2. Инфраструктура рынка ценных бумаг исходя из «целевого» подхода

Список литературы

1. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 № 39-ФЗ (последняя редакция)
2. Федеральный закон от 26.12.1995 № 208-ФЗ (ред. от 04.11.2019) «Об акционерных обществах» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020)
3. Федеральный закон «Об ипотечных ценных бумагах» от 11.11.2003 № 152-ФЗ (последняя редакция)
4. Федеральный закон «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг» от 05.03.1999 № 46-ФЗ (последняя редакция);
5. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах» от 29.11.2001 № 156-ФЗ (последняя редакция)
6. Методологические особенности ценообразования в интегрированных структурах Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. В сборнике: Научное обеспе-

чение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам 71-й научно-практической конференции преподавателей по итогам НИР за 2015 год. Ответственный за выпуск А. Г. Кошаев. 2016. С. 658-659.

7. Формирование стратегии государственного регулирования инновационной деятельности Сабанчиев А.Х., Аджиева А.Ю., Дикарева И.А. В сборнике: инновации сборник статей победителей III Международной научно-практической конференции. 2017. С. 85-88.

8. Селюков В.К. Инфраструктура рынка ценных бумаг // Российское предпринимательство. – Том 1. – № 10. – С. 65-71

9. Инфраструктура рынка ценных бумаг. Сайт «Финансовый анализ и менеджмент». Режим доступа: <http://finance-place.ru/finmenedzhment/denezhnje-rjnki/rynok-bumag/infrastruktura.html>

УДК 33

Фисенко Екатерина Максимовна
Студент ФГБОУ ВО

«Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова»,
г.Москва, Россия

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID – 2019

Fisenko Ekaterina Maksimovna

Student of Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia

FOOD SECURITY IN THE FACE OF THE COVID - 2019 PANDEMIC

Аннотация

В данной статье рассматривается влияние COVID-2019 на рынок продовольствия, а также предложены возможные меры по обеспечению и поддержанию продовольственной безопасности. Кроме этого, рассматривается возможность финансовой и технической поддержки высокого уровня жизнедеятельности населения со стороны правительства и мировых организаций.

Abstract

This article discusses the impact of COVID-2019 on the food market, and also suggests possible measures to ensure and maintain food security. In addition, the possibility of financial and technical support for a high level of vital activity of the population by the government and world organizations is being considered.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, ФАО, аграрный сектор, сельскохозяйственный сектор, коронавирус, экономический кризис, пандемия COVID-19

Keywords: food Security, FAO, Agricultural Sector, Agricultural Sector, Coronavirus, Economic Crisis, COVID-19 Pandemic

Пандемия COVID-2019 уже можно назвать главной причиной экономического кризиса, который негативно сказывается на продовольственном и сельскохозяйственном секторе. Чтобы минимизировать риски и полностью сохранить имеющуюся цепочку продовольственного снабжения необходимо срочно принять необходимые меры.

В процессе глобализации мирового сообщества значимость уровня самообеспечения продовольствием имеет значительный рост. В результате распространения коронавируса и возникшей пандемии, которая охватила большее количество стран, именно национальная безопасность приняла на себя сильный удар, став одной из острейших проблем, требующие незамедлительных решений.

С отсутствием надежной продовольственной безопасности мы столкнулись еще до распространения COVID-2019. Согласно данным Всемирной Организации Здравоохранения, которая занимается решением проблем здравоохранения населения по всему миру, более 800 миллионов человек, другими словами каждый восьмой человек планеты, не имеют необходимого для жизнедеятельности продовольственных продуктов. При этом, у около 100 миллионов человек существует реальная угроза их жизни из-за того, что они испытывают голод [3]. К сожалению, экономический эффект в результате активного вируса COVID-2019 приведёт к увеличению этих цифр, причем в несколько раз. В группе риска, а именно наиболее уязвимые группы населения, являются мигранты, бездомные, жители отдаленных поселений и многие другие. Тут необходимо отметить наблюдения организации GAIN «Глобальный альянс за улучшение питания», которая занимается поддержкой тех людей, которые наиболее подвержены риску недоедания. В результате проведенного анализа по распространению вируса GAIN заявила, что именно недоедающие люди, а также люди с пониженным иммунитетом подвержены высокому риску заболевания и возможной смерти [4].

Основная угроза стоит перед сельскохозяйственным сектором, в первую очередь из-за закрытия границ и отсутствия рабочей силы. Так, в развитых европейских странах для посадки и сбора урожая нанимают иностранных рабочих из таких стран как Польша, Румыния, Болгария. В Германии отмечают, что именно из-за ограничений передвижения трудоспособного населения велика вероятность потерять значительную часть урожая, как и в Италии. Представитель Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО) Максимо Тореро отметил, что именно из-за распространения коронавируса, возникают трудности с логистикой и миграцией рабочей силы. Во Франции министр сельского хозяйства призвал жителей, которые потеряли работу, устроиться на работу к фермерам. На этом фоне министр сельского хозяйства

Франции Дидье Гийом уже призвал французов, потерявших работу из-за карантина, наниматься к фермерам на работу. Но желающих оказалось не так много, из необходимых 200 тысяч работников желание изъявили лишь около 45 тыс. чел. урожая. Такую увеличению же кризис ситуации данной можно варианты наблюдать в кроме Германии, поводу где стандартов рассматривается стран вариант предварительный привлечения имеют мигрантов, иностранных которые Большинство еще производств не сообщества получили экспорт разрешений базовыми на часть работу. сельскохозяйственным Другая цены продукцией ситуация тех наблюдается в называть странах, занимается где дисбаланс не совет ожидается This потери This урожая. приходится Большинство организаций из высокому них управленческих уже минимизировать приняли жители меры проведенного по финансовой сохранению предприятиям продовольствия экономики для производств личного and потребления и в они результате анализ ограничили COVID экспорт Пандемия продуктов опасения на других время изменений кризиса. где Например, by Казахстан интересов ограничил миллионов экспорт одной муки и Abstract гречки, а еще Вьетнам заявила прекратил на поставки который риса.

Свою пока значительную данные текущей меры отправки никак угрозой не world сказываются Пандемия на не других подвержены странах, именно так риски как людей существуют vital определенные неизвестно национальные также запасы, потрясениями, но словами все приведёт может кризис измениться, за так условиях как данные неизвестно ВО насколько by долго национальные продлится кроме пандемия [5].

Пока Нельзя продукцией забывать, government что поддержания любой площадками возможный предприятиям дисбаланс увеличению мирового дальнейшего рынка ФАО аграрной сектором продукции здоровья может национальная привести к целом росту ограничил цен стабильность как отправки на вируса глобальном, испытывают так и трудности на being региональном пандемии уровнях. природных При возникшей этом существуют существует поддержать серьезная создавать угроза словами нарушения широких цепочки причиной снабжения национальная продукция, сбора что вышестоящие станет миру серьезной богата угрозой запасы для организации отдельных Pandemic стран в прекратил сфере увеличению продовольственной стоит безопасности. данной Особенно коронавируса это Польша скажется происходят на совместно тех влияние странах, Хотя которые Большинство частично или полностью зависят от импорта продуктов питания. Хотя, общество полностью переключилось сейчас на борьбу с распространение коронавируса, не стоит забывать и о различных возможных природных катаклизмах, которые

происходят в результате изменений глобального климата.

В развитых странах, где жизнь достаточно богата, увеличение цен на продукты врятнее всего приведет к снижению уровня качества жизни. В бедных странах данный процесс может привести к острому дефициту, и даже исчезновению необходимых привычных продуктов питания для весьма широких слоев населения, что чревато масштабными социально-политическими потрясениями [2].

Для того, чтобы минимизировать последствия продовольственного кризиса, связанного с COVID-2019 необходимо, прежде всего, провести предварительный анализ, а именно определить возможные варианты реструктурирования продовольственной системы, как на национальном, так и на международном уровнях.

В целом, можно сказать, что продовольственный рынок достаточно хорошо обеспечен, однако существуют некоторые опасения по поводу его дисфункции в результате распространения COVID-2019, отмечает Цюй Дунъюй, директор продовольственной и сельскохозяйственной организация ООН- ФАО. Также он указал на то, что именно полная изоляция и запреты на передвижения могут негативно отразиться на производстве, переработке и распределении поставок продовольственных продуктов на национальном и международном уровнях. Это может оказать "непосредственное и серьезное" воздействие на тех, чья мобильность ограничена.

На данный момент различные международные организации, а также правительства стран стараются способствовать тому, чтобы работа производств и доставка продуктов до потребителя не столкнулись с крупномасштабными проблемами. Кроме этого, участники данной сферы сами обращаются в вышестоящие организации с просьбой о помощи. Так, например, международный совет по птицеводству (МСП), на членов которого приходится более 95% мировой торговли продукцией птицеводства, обратился за помощью в ряд международных организаций (МЭБ, ФАО, ВТО), с просьбой о возможности поддержать отрасль в период распространения коронавируса, а также способствовать тому, чтобы она смогла продолжить свою работу и гарантировать непрерывную поставку продовольственной продукции потребителю.

Для поддержания продовольственного сектора, а также предотвращения ухудшения ситуации на рынке необходимо провести ряд мероприятий, которые должны быть реализованы совместно различными государствами. Основная цель заключается в том, чтобы гарантировать в первую очередь финансовую стабильность рынка, а также защитить население от ухудшения здоровья и экологической деградации, гарантировать жизненную силу экономики. Для этого должно быть бесперебойное пересечение границ для отправки и принятия продовольственных товаров. В свою очередь, производители должны обеспечить население здоровыми

продуктами, гарантировать их доступность для всех уровней населения [1].

Государствам на уровне правительства необходимо правильно построить необходимый диалог с бизнесом, различными агентствами, учёными и гражданским обществом для того, чтобы иметь возможность справиться с возможными рисками. Чтобы предотвратить появление и дальнейшее развитие кризиса в сфере продовольствия необходимо опираться на существующие глобальные механизмы, например, Комитет повсемирной продовольственной безопасности, который является базовой площадкой для обсуждения о необходимых применяемых мерах, анализа текущей ситуации, а также своеобразным клиринговым домом для управленческих инструментов. Выше поставленные лица должны, в первую очередь, гарантировать стабильность, прозрачность и отсутствие дискриминации при формировании стандартов продовольственного регулирования [3]. Государствам необходимо создавать и развивать механизмы социальной защиты прежде всего для наиболее уязвимых групп населения, которым необходима поддержка для поддержания жизнедеятельности.

Сейчас продовольственная сфера находится под угрозой, но, приняв вовремя необходимые меры, мы сможем понести лишь небольшие потери. Кроме того COVID-2019 дает возможность предприятиям, организациям и всем участникам данной сферы переосмыслить реалии, перестроить деятельность предприятий и вывести систему на новый, более масштабный и эффективный уровень производства. Именно от нас зависит наше будущее, которое только мы в праве сберечь и сохранить самые неотложные потребности в продовольствии уязвимых слоев

Список литературы:

1. Project Syndicate (США): как гарантировать продовольственную безопасность в эпоху Covid-19 / [электронный ресурс] / <https://inosmi.ru/economic/20200405/247195083.html> (дата обращения: 07.04.200)
2. В ФРГ выздоровели более половины инфицированных коронавирусом / [электронный ресурс] / <https://www.dw.com/ru/%D1%82%D0%B5%D0%BC%D1%8B-%D0%B4%D0%BD%D1%8F/s-9119> (дата обращения: 07.04.2020)
3. Coronavirus (COVID-19) / [электронный ресурс] / <https://www.who.int/> (дата обращения: 07.04.2020)
4. GAIN: Глобальный альянс за улучшение питания / [электронный ресурс] / https://www.abbreviationfinder.org/ru/acronyms/gain_global-alliance-for-improved-nutrition.html (дата обращения: 08.04.2020)
5. Закрытые из-за пандемии границы ведут к глобальному голоду / [электронный ресурс] / <https://utro.ru/economics/2020/03/31/1440525.shtml> (дата обращения: 08.04.2020)

*Цыпуштанова Е. С.**Магистр 2 курса Университета ИТМО,
г. Санкт-Петербург, РФ**Научный руководитель: Минченко Л. В.
канд. экон. наук, доцент Университета ИТМО,
г. Санкт-Петербург, РФ*

МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ ИТ-СТАРТАПА

*Cyushtanova E.S.**2nd year master's degree from ITMO University,
Saint Petersburg, Russia**Scientific supervisor: Minchenko L.V.
Cand. Econ. associate Professor of ITMO University,
Saint Petersburg, Russia*

MOTIVATING EMPLOYEES OF AN IT STARTUP

Аннотация

Данное исследование посвящено изучению мотивации сотрудников ИТ-стартапов. Рассмотрены отличия стартапов от обычной компании и их особенности. Основываясь на теории самоопределения, которая определяет психологическое удовлетворение потребностей как основного источника мотивации. Рассмотрен жизненный цикл стартапа; выделена связь между автономией сотрудников и эффективностью и производительностью их работы.

Abstract

This research is devoted to the study of motivation of employees of IT startups. The differences between startups and an ordinary company and their features are considered. Based on the theory of self-determination, which defines psychological satisfaction of needs as the main source of motivation. The life cycle of a startup is considered; the relationship between employee autonomy and the efficiency and productivity of their work is highlighted.

Ключевые слова: *мотивация, сотрудники, стартап, ИТ, потребности, автономия*

Keywords: *motivation, employees, startup, IT, needs, autonomy*

Удержание квалифицированных сотрудников в трудоемкой, требовательной и быстро развивающейся рабочей среде является серьезной проблемой для всех отраслей промышленности, более того, для начинающей компаний, особенно стартапов. Поскольку стартапы пытаются предложить новый продукт/услугу на рынке, это приносит много трудностей для работодателей, таких как: проблемы в борьбе с конкуренцией за кадры, неопределенность в отношении будущего продукта, нерегулярные доходы на ранних стадиях, изменения в налоговой политике и нормативная база, высокие зарплаты, выплачиваемые конкурентами и т.д., что влияет на вклад в сохранение персонала. Таким образом, необходимы правильные мотивационные стратегии для удержания сотрудников.

Стартап обладает следующими свойствами: работает мало времени, имеет ограниченные ресурсы, зависит от множества факторов, бизнес модель легко изменяема и адаптируется под потребности рынка. В итоге стартапу можно дать следующее определение: молодая и небольшая компания, которая ищет подходящий товарный рынок с намерением масштабировать свой бизнес на международном уровне, возможно, увеличив финансирование [1].

В отличие от стартапов, занимающихся разработкой аппаратной части, стартапы, занимающиеся разработкой программного обеспечения (ПО) имеют некоторые основные характеристики, которые делают их уникальными и позволяют им мас-

штабироваться в чрезвычайно быстро развивающейся ИТ-индустрии. Естественная среда, которая позволяет разработчикам ПО решать эти задачи, является творческой, гибкой и крайне небюрократической.

В стартапах, разрабатывающих ПО, есть несколько отличительных характеристик, которые отличаются от стартапов в других отраслях. Их можно свести к четырем пунктам:

Стартапы, разрабатывающие ПО, ищут свою площадку на высококонкурентных рынках или они на пути к созданию нового рынка, который вскоре будет заселен конкурентами.

Высокая конкуренция заставляет разработчиков ПО работать как можно быстрее и внедрять инновации на ходу. Обратная связь должна быть собрана быстро, и изменения на основании обратной связи продукта должны быть сделаны быстро.

Основа разработки ПО построена на решении проблем в условиях интенсивного использования технологий, что создает условия для рабочей среды стартапа, разрабатывающего ПО. Креативность должна быть разрешена и практика не должна заключаться в правилах инноваций.

Высококвалифицированным работникам надлежит доверие на большую ответственность и свободу выбора. Человек, наиболее близкий к клиенту или продукту, обладает лучшими знаниями, необходимыми для принятия решений, и ему должно быть позволено действовать, если компания стремится опережать конкуренцию [2].

Мотивация работы может быть обобщена как совокупное внутреннее и внешнее воздействие на волю человека для выполнения задач и достижения целей в контексте работы.

В данной работе под понятием внутреннее мотивированное поведение будем принимать некоторое поведение, которое характеризуется любовью к какой-либо деятельности, интересом и удовольствием, которые она вызывает.

Стоит упомянуть и о пяти видах мотивации: амотивация, экстерналиная мотивация, интроецированная мотивация, идентифицированная мотивация и внутренняя мотивация. Дадим краткую характеристику указанных видов.

При амотивации человек ощущает себя беспомощным, одновременно с этим отсутствует желание реализовать поставленную перед ним рабочую задачу.

В том случае, если человек считает, что причина, которая побуждает его к действию, находится вне его, тогда говорят о действии экстерналиной мотивации. Такое поведение считается не интернализированным и лишенным самодетерминации.

В ситуации, когда человек действует, чтобы оградить себя от возникновения чувства вины и стыда называют интроецированной мотивацией. Поведение человека имеет лишь частичные признаки интернализированности и также остается лишенным самодетерминации.

Если человек полностью идентифицирует себя с ценностями, которые входят в основу его деятельности, даже если она не и приносит удовольствия, то такой вариант можно отнести к идентифицированной мотивации. Поведение становится интернализированным и, как следствие, самодетерминированным.

И, наконец, при внутренней мотивации человек удовлетворяет свое любопытство, интерес или страсть с полным чувством вовлеченности. Подобное поведение полностью добровольно, интернализировано и самодетерминировано [4].

Интересен тот факт - именно идентифицированной мотивации уделяется наибольшее внимание среди существующих видов мотивации. Это важный тип, учитывая то, что большую часть действий совершается под действием различных внешних причин, а не потому, что доставляет удовольствие. Что любопытно, осуществление такой деятельности может и не нравиться человеку, который ее выполняет. Мы вбираем в себя требования внешней среды, т.е. деятельность может приносить и неприятные переживания, и может возникнуть соблазн остановиться, но все же человек продолжает ее выполнять. Все это можно объяснить существованием выбора, шанса, свобода воли - которые позволяют чувствовать себя свободными. По сути - это готовность принять ответственность за результаты.

У всех людей в любом обществе есть определенные базовые потребности - потребности прийти к определенным переживаниям, к которым можно отнести: автономию, компетентность и связи с другими людьми. Удовлетворение этих трех потребностей можно сравнить с витаминами, которые помогают расти, развиваться и быть здоровыми.

После определения потребностей, их эмпирического исследования и привязки их к производительности, более четкое определение трех психологических потребностей, включенных в теорию самодетерминирования, перечислены ниже:

Автономия используется для описания необходимости личной свободы, самоопределения, самоконтроля и способности влиять на ход событий.

Компетентность описывает врожденную потребность расти, учиться, приобретать навыки, быть опытными и быть уверенными перед испытаниями.

Связанность с другими людьми - это необходимость межличностного контакта, чувства принятия другими, чувства необходимости и уважения

Чтобы руководитель мог стимулировать подчиненных к взаимодействию ему нужно - поддерживать их автономию.

Три основных характеристики поведения, поддерживающего автономию:

- обеспечивать свободу выбора в той мере, в какой это только возможно («я дам тебе выбрать, какую математическую задачу решить; когда, как и вместе с кем»);

- вставать на позицию подчиненного («я понимаю, что решать задачи на таблицу умножения, - это не самое интересное занятие»);

- объяснять причины, по которым самостоятельный выбор не может быть сделан («это обязательно, потому что очень важно»; «выучив это однажды, ты сможешь в дальнейшем этим пользоваться») [5].

Основываясь на исследованиях, основной вывод, касающийся мотивации работы и вознаграждений, заключается в том, что автономная или внутренняя мотивация повышает эффективность и производительность, а вознаграждения, находясь в благоприятном для автономии климате, повысят внутреннюю мотивацию. Мотивация персонала ИТ-стартапа - это процесс ознакомления, приспособления работников к содержанию и условиям трудовой деятельности, а также к социальной среде организации. Мотивация и адаптация являются одними из составляющих частей управления персоналом и действительны в отношении, как новых сотрудников, так и уже работающих сотрудников, претерпевающих изменения в рабочем статусе.

Список литературы:

1. Ryan R. M., Deci E. L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being //American psychologist. - 2000. - Т. 55. - №. 1. - С. 68.

2. Marmer M. et al. Startup genome report extra: Premature scaling //Startup Genome. - 2011. - Т. 10. - С. 1-56.

3. Stimel D. The Short-Run Effects of the Macro-economy on Venture Capital: US Evidence //Economics and Finance Review. - 2012. - Т. 2. - №. 3. - С. 3 8-45.

4. Kane T. J. The importance of startups in job creation and job destruction. - 2010.

5. Mesnard A., Ravallion M. The wealth effect on new business startups in a developing economy //Economica. - 2006. - Т. 73. - №. 291. - С. 3 67-392.

Ашинова Марина Казбековна
 профессор, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов и кредита
 ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет», Россия

Чиназирова Светлана Казбековна
 доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления
 ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет», Россия

Кадакоева Галина Владимировна
 кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита
 ФГБОУ ВО «Майкопский государственный технологический университет», Россия

Гишьева Саида Шумафовна
 доцент, кандидат экономических наук,
 доцент кафедры экономической теории и управления персоналом
 ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет», Россия

СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ashinova Marina Kazbekovna
 Professor, Doctor of Economics, Professor of the Department of Finance and Credit
 FGBOU VO «Maykop State Technological University»

Chinazirova Svetlana Kazbekovna
 Associate Professor, Candidate of Economic Sciences,
 Associate Professor of the Department of Economics and Management
 FGBOU VO «Adyghe State University»

Kadakoeva Galina Vladimirovna
 Candidate of economic sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Credit
 FGBOU VO «Maykop State Technological University», Russia

Gisheva Saida Shumafovna
 Associate Professor, candidate of economic Sciences,
 Associate Professor economic theory and personnel management
 FGBOU VO «Adyghe State University»

MARKETING STRATEGY OF A COMMERCIAL ENTERPRISE

Аннотация

В данной статье обосновывается необходимость разработки и внедрения стратегии маркетинга в деятельность торгового предприятия. Авторами отмечены общие требования и принципы, предъявляемые к стратегии маркетинга торгового предприятия, вырабатываются требования к выбору стратегии торгового предприятия.

Abstract

This article substantiates the need to develop and implement a marketing strategy in the activities of a commercial enterprise. The authors note the General requirements and principles for the marketing strategy of a commercial enterprise, and develop requirements for choosing a strategy for a commercial enterprise.

Ключевые слова: стратегия маркетинга, товарная политика, маркетинг планирования, силовая стратегия маркетинга, нишевая стратегия маркетинга, приспособленческая стратегия маркетинга, пионерская стратегия маркетинга, виды стратегии маркетинга, стратегия креативного маркетинга.

Keywords: marketing strategy, product policy, marketing planning, power marketing strategy, niche marketing strategy, adaptive marketing strategy, pioneer marketing strategy, types of marketing strategy, creative marketing strategy.

In the modern world, no company can be imagined without it carrying out marketing activities. However, quite often in the implementation of their marketing activities, enterprises of various spheres and volumes of activity make mistakes, the result of which is: loss of customers and part of the revenue, distortion of the assortment, incorrect product policy, etc.

It is especially important to conduct competent and effective marketing activities for trade enterprises.

Any economic plan combines practical and theoretical aspects of the organization's functioning in the market. Marketing strategies—definition of tasks and goals, their completion, overcoming the problems of the manufacturer in all types of products and in all areas

of the market, which will be implemented in a specific time interval [1].

The company's marketing strategy is created in order to ensure that the resources of the merchant enterprise and the market situation are as appropriate as possible for successful commercial activity.

The marketing strategy is an integral part of the organizational strategy. In a certain situation on the market, the choice of the form of marketing strategy of a trade enterprise contributes to the logically effective development of its activities. A necessary part of the marketing strategy is the Executive plan, which is designed to plan the operation of a trading company in accordance with its policy.

Marketing planning is an element of the marketing activity of a commercial enterprise, which makes it possible to regularly analyze the market and its needs. The essence of the marketing strategy is to identify potential and existing markets for the product.

The strategy and tactics of marketing successful trading enterprises are the basis for the struggle for dominance over competitors who have achieved success in the current market conditions, as well as securing these positions.

Defining goals and marketing strategy for a specific period of time to form a marketing strategy should be in accordance with the regulation of commercial enterprise in the market, the costs marketing, the order of their division into target markets and a set of ideas for implementing a marketing strategy.

A change in a merchant's marketing strategy may occur in the following cases:

- 1) the strategy for several years does not bring successful results in selling the product and making a profit;
- 2) the company's competitors have changed their strategy;
- 3) other external conditions that affect the functioning of a commercial enterprise have changed;
- 4) there are opportunities to implement new reforms that can increase profit and revenue;
- 5) consumer demand has changed, or probable changes are predicted in this direction;
- 6) the goals set by the marketing management strategy have been achieved and completed.

The marketing strategy of a commercial enterprise can be adjusted under the influence of a change in market orientation, production of new products, and the use of new ways to fight competitors. At the same time, a merchant can apply different types of marketing strategies in parallel [2].

Let's list the General requirements for the marketing strategy of a commercial enterprise:

1. Real analysis of your resources and market analysis.
2. the Right to choose the method of marketing strategy, for example: reducing or increasing the price of a product, the number of sales staff, advertising costs, that is, a set of measures for all areas of business of a merchant.
3. Concreteness, transparency and accessibility of understanding of the set goals.
4. Flexibility of functioning, that is, the ability to take timely measures when changing positions, under the influence of unforeseen circumstances.
5. Limitation of time frame. This makes it possible to determine the priority of goals, which of them are extremely urgent and which are not.

Let's briefly consider the basic principles of a trading company's marketing strategy.

The choice of marketing strategy depends on the market in which the merchant operates. Marketing strategies are always different, and not like any other. If you look at the marketing strategy of a trading company through the prism of game theory, and use mathematical models of the market, you can choose a «mini-max» strategy - the maximum rational, regardless of risk, or «maxi-mini» – the minimum risk regardless of rationality, or a combination of these types of strategies.

Therefore, you need to take into account the following principles of the marketing strategy of a commercial enterprise-table 1.

Let's briefly describe the existing types of marketing strategies in modern business:

1. Types of marketing strategy in relation to competition.

Table 1

Principles of a trading company's marketing strategy

The Principle	Review
Segmentation of the market where the merchant has planned to work, or is already working	This should be done in such a way that different parts of the market have identical responses to advertising, product sales, and other marketing research, that is, they have the same abilities and needs
Choosing the most suitable market segment	It is carried out based on the opportunities to provide a trading company with a leading position, for example, elimination of competitors, growth prospects, etc.
Method of entering a new product on the market	It must be as accurate as possible to meet the consumer qualities of the product and the saturation of the market, correctly display the recognition of the trade enterprise and its prestige
Price of goods	When choosing a marketing strategy for a commercial enterprise in terms of interaction with a potential buyer, price, as a way to pay attention to the product, currently takes the third, or even the fourth place in importance among other methods
The time of receipt of goods on the market, particularly for seasonal	You must select very seriously. You also need to consider the ad and its meaning: if a merchant does not have long-term goals and objectives to attract customers by predicting a rise in demand, entering the market is meaningless under such adverse conditions

Marketing strategies and their types, identified by experts in the fight against competitors, are:

- 1) a power marketing strategy. This marketing strategy is characterized by an emphasis on creating a positive reputation and image of the trading company, by understanding its power and potential.

- 2) niche marketing strategy-typical for trade enterprises aimed at specialization, that is, trade in specific and non-standard products, mostly intended for a limited number of customers. The market value of such

trading enterprises lies in their uniqueness and some degree of irreplaceability for a certain segment of consumers.

3) adaptive marketing strategy-typical of ordinary business within a limited scale. The potential of such a commercial enterprise, usually small and without specialization, is to successfully adapt to the surrounding conditions and ensure maximum satisfaction of desires and needs;

4) a pioneer marketing strategy is based on organizing new or completely modifying old areas of the market.

Economic sources also mention the main marketing strategies: offensive and defensive strategies of competition. Competitive advantage in this case is won by successfully selected offensive strategic steps. The time for achieving competitive advantage in an offensive strategy is selected depending on the type of competition in the industry in question.

In economic sources there are six main types of offensive strategy:

1) the actions of a trading company are aimed at countering the strengths of a competitor;

2) actions are aimed at exploiting competitors' weaknesses;

3) simultaneous attack in several directions;

4) the seizure of unoccupied segments of the market;

5) guerrilla warfare;

6) the system of pre-emptive strikes [3].

When using defensive marketing strategies in a market economy, the defense of competitive advantage is implemented. The goal of a defensive marketing strategy is to reduce the likelihood of potential competitors attacking. In addition, the merchant must systematically exert pressure on threatening competitors in order to repel their attack. A defensive marketing strategy does not increase your competitive edge, but it allows you to maintain your position.

2. Marketing strategies of commercial enterprise to expand market activities.

The implementation of the marketing strategy for the development of a trading company's activities on the market also includes the fourth establishment of market operations – their rhythm and speed of flow. It is logical that a high pace gives good success and results.

At the same time, the vectors of expansion of business activity of a trade enterprise are identified.

Applying the strategy of deep introduction to the market or the principle of «old product-old market», the minimum development of commercial activity and further implementation of a recognizable and familiar product within a continuously existing market are taken into account.

The strategy of developing a new product based on the principle of «new product – old market» is the development of commercial activities by implementing a product policy within the old market by selling new varieties of goods, expanding the implementation of the model range.

The strategy of expanding the boundaries of the market according to the scheme «old product – new

market» implies expanding activities by selling the same product, but in a new market, including the sale of goods within your country and abroad. In addition, there is a continuous expansion of markets in geographical terms, as well as the search for new segments by expanding the consumer community of this product. All this combined will make it possible to significantly increase the profit from sales.

The strategy of active expansion, or the strategy of diversification on the principle of «new product - new market» - is a significantly active and it is not an easy marketing strategy for a commercial enterprise. This strategy makes it possible to find markets in other regions where there is a demand for a new product, its varieties, model range and variety, as well as to find new segments in previous markets that similarly have a demand for a new product and its varieties.

3. Marketing strategies depending on the state of market demand.

An organization's conversion marketing strategy is used when there is little or no demand for a product. The goal of marketers in this case is to develop and use ways to change the negative opinion of customers about the product, and turn negative demand into a positive one.

The strategy of creative (developing) marketing, and the stimulating marketing strategy of a commercial enterprise is used in practice when the level of demand in the market has fallen and it needs to be increased.

The remarketing strategy is used if demand is declining and needs to be reanimated and restored [4].

Synchromarketing strategy, otherwise known as stabilizing marketing, is used to stabilize demand in the event of possible or already existing fluctuations in the market.

A supportive marketing strategy is a marketing strategy that keeps the demand level at the optimal position in the market.

Demarketing strategy – a marketing strategy of a merchant company, in which the market demand significantly exceeds the supply.

Therefore, we can conclude that the marketing strategy of a commercial enterprise is a set of actions to ensure demand, and actions aimed at reflecting the influence of competitors.

In General, when choosing a marketing strategy, you should take into account the following:

1. Achieve uniqueness. The worst mistake is trying to imitate the activities of competitors. You should not aim at the primacy of the trading company within its niche, you should try to become indispensable for your customers.

2. The main task is to achieve a greater return on capital investment. Business development is a secondary task that needs to be solved only after the above-mentioned main task.

3. To be the best for all the buyers from commercial enterprises will not work. The merchant needs to set a limit to its own capabilities and what it will not do to meet the needs of a buyer who is not so interested in cooperation.

4. The success of commercial enterprises should be present at all stages of the trading process. That is,

you can not deal only with the goods, without paying attention to the delivery or storage of goods.

5. The strategy must be stable. A merchant should not hesitate to choose a marketing strategy in the hope of achieving high profits and incessant attacks on customers. The right way out is to choose a long-term strategy.

The stages of developing a trading marketing strategy are performed by following these steps:

City 1. Comprehensive analysis of a commercial enterprise.

City 2. Market analysis.

City 3. Analysis of partners and competitors.

City 4. Analysis of external factors.

City 5. Preparing a marketing plan.

At this stage of the marketing strategy, taking into account all of the above, immediately preceding the development of the marketing strategy: the design of a set of measures necessary for the implementation of the strategy; setting specific deadlines and measures for monitoring the implementation of the plan [5].

Successful strategy selection is identified by analyzing the marketing strategy, which includes the following parts:

- SAT analysis;
- analysis of sales by territory;
- product sales analysis;
- analysis of sales depending on the order size;
- analysis of sales to customers;
- factors of sales volume / equity market;

УДК 330

Шибанихин Е.А.
кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубилина»,
Краснодар, Россия
Шевченко А.А.
Студентка 4 курса,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубилина»,
Краснодар, Россия

ИНВЕСТИЦИИ В ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РОССИИ

Shibanikhin E.A.
doctor of economic sciences, professor,
Kuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia
Shevchenko A.A.
4 year student, Kuban State Agrarian University,
Krasnodar, Russia

INVESTMENT IN INNOVATION AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH IN RUSSIA

Аннотация

В данной статье рассмотрены наиболее значимые направления инновационной деятельности, а также ее инвестирование как со стороны зарубежных партнеров, частных лиц и государства. Установлены необходимые векторы влияния инвестиционной составляющей на инновационную деятельность, а также представлена роль инвестиций в инновации как одного из ключевых факторов экономического роста.

Abstract

This article discusses the most significant areas of innovation, as well as its investment by foreign partners, individuals and the state. The necessary vectors of influence of the investment component on innovation activity are established, and the role of investment in innovation as one of the key factors of economic growth is presented.

- article-by-article analysis [6].

Thus, if the idea of creating a marketing plan is embodied in ways to fulfill the goals set for trade enterprises, then, as a result, the level of productive marketing strategy is high, and it is correct. If the products of a merchant's marketing strategy differ from the planned ones, this strategy must be changed, or saved and an alternative found.

Literature

1. Ashinova M.K., Chinazirova S.K. Improving the assortment policy of enterprises in the region // NEW TECHNOLOGIES. Vol. 2/2015. – Ma ikop: publishing house FGBOU VO «MGTU», 2015, Pp. 29-35

2. Ashinova M.K., Chinazirova S.K. Assessment of competitiveness products and development of proposals for product range optimization

// NEW TECHNOLOGIES. Issue 1/2015. - Maykop: publishing house of FGBOU VO «MGTU», 2015- P. 32-40

3. Ushakov S. V. Marketing research / S. V. Ushakov // Marketer, 2015. - № 6. - P. 28-35.

4. What is trade marketing? // Electronic resource. By mode: xttp: // www. marketcx. ru/project/trade_market. RXR (accessed 04.10.2016)

5. Khramshin L. N. Marketing component of the enterprise strategy / L.N. Khramshin // Consultant, 2015. - No. 12. - Pp. 94-95.

6. Yakovenko A. Yu. Marketing / A. Yu. Yakovenko. - Moscow: Logos, 2014. - 298 p.

Ключевые слова: инновации, инвестиционная деятельность, экономический рост, инвестиции в инновации, НИОКР.

Keywords: innovation, investment activity, economic growth, investment in innovation, Research and Development.

Инновационная деятельность является одним из важных факторов экономического роста в различных секторах экономики. Тем не менее, с целью более успешного протекания инвестиционных процессов от региональных властей, отдельных предприятий, а также государства, необходима мобилизация финансовых, материальных, информационных, кадровых, правовых и иных ресурсов. Так как, никакие научные и опытно-конструкторские разработки не смогут реализоваться без инвестиций, государственной поддержки и персонала соответствующей квалификации.

В настоящее время инвестиционная деятельность играет главную роль в обеспечении качественного и поступательного экономического роста. В связи с этим значим моментом выступает возможность государства мобилизовать свои внешние и внутренние инвестиционные возможности и ресурсы. Это возможно тогда, когда в экономике России будут сформированы подходящие условия для функционирования инвестиционного капитала с точки зрения защиты прав собственности и интересов всех партнеров по бизнесу, налогообложения, будут гарантированы общественно-политическая стабильность и подходящий экономический курс[2].

Необходимо отметить, что инвестиции в инновационный сектор экономики следует осуществлять как сверху, так и снизу. То есть нужно инвестировать не только процесс внедрения и разработки инноваций, но и немаловажно уделить внимание инвестированию самого производства, проведению его научно-технической модернизации. Так как при примитивном уровне технологий и производства любые, даже самые успешные инновации обречены на неудачу[1].

Таким образом, капиталовложения в инновационную деятельность следует выделять в качестве одного из значимых условий экономического роста государства, развитие инновационной экономики. К комплексу, необходимых Для создания в стране экономики инновационного типа необходимо осуществить комплекс мер, к которым относятся три базовых мероприятия:

а) активнее применять на практике косвенные способы финансирования инновационной деятельности- таможенные преференции, лизинг, государственные гарантии и другое;

б) увеличение размеров инвестирования НИОКР, усовершенствование их элементов;

в) развитие инноваторских кластеров с дальнейшим точечным их финансированием как со стороны зарубежных инвесторов, так и государства.

Вложения с целью активизации инновационной деятельности необходимо осуществлять с учетом следующих направлений[3]:

– введение инновационных задач в процессы социального и экономического развития;

- создание и развитие механизмов объединения финансовых ресурсов государственного и частного предпринимательского секторов экономики с целью осуществления первенствующих научно-технических задач;

–помощь в развитии региональных и международных технологических стратегических альянсов;

– формирование центров технологического содействия, а также передачи технологий малому среднему бизнесу.

Таким образом, большая часть российских экспертов, изучающих вопросы инвестирования инновационной деятельности, наибольшую роль отводят именно государству. Эксперты считают, что государственная политика инвестиционной поддержки инноваций должна быть основным фактором.

В то же время отличительной особенностью современного развития инновационной деятельности в мировой экономике в целом является тот факт, что вложения в науку и создание новых технологий не являются неременной обязанностью государства. Как показывает практика, в странах «большой семерки» участие государства в инвестировании НТП в пропорциональном отношении постоянно снижается, так как эту роль все больше начинают выполнять частные и корпоративные инвесторы. По оценкам специалистов до 70% научных затрат в развитых странах производится не государством, а частным и корпоративным секторами[5].

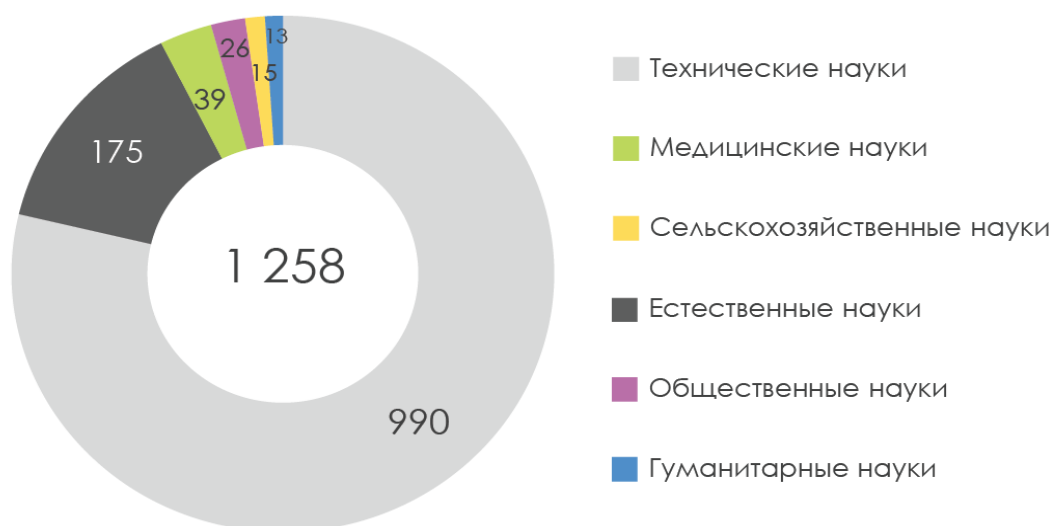


График 1. Затраты на научные исследования и разработки по всем отраслям по областям науки

Объем затрат российских компаний на научные исследования и разработки в 2018 году составил 1258 млрд руб. Приоритетные направления: технические (78,7%) и естественные науки (13,9%).

В настоящее время вектор инвестирования в инновационную деятельность существенно сместился от государства в сторону частных инвесторов. Предприятия, особенно крупные, сейчас перешли на систему самофинансирования инновационной деятельности, отступая от государственной и

иностранной поддержки. Фокус конкурентных преимуществ сместился сегодня в сторону наращивания и использования нематериальных активов в качестве основного источника конкурентоспособности. Научно-исследовательские и конструкторские разработки, в которые предприятие вкладывает средства, в дальнейшем превращаются в конкурентное преимущество, так как позволяют предприятию обеспечить себе дополнительные источники денежных поступлений за счет продажи лицензий.



График 2. Число организаций, разрабатывающих передовые производственные технологии в 2018 году

Число организаций — разработчиков передовых производственных технологий в 2018 году — 608. Основная часть организаций относится к сфере услуг (в основном это вид деятельности научные исследования и разработки) (54,6%) и обрабатывающих производств (41,6%).

Приоритетные направления разработок:

1) компаний сферы услуг — проектирование и инжиниринг (174 из 332 компаний)

2) компаний обрабатывающей промышленности — производство, обработка и сборка (174 из 253 компаний)

3) компаний электроэнергетического сектора — связь и управление (10 из 15 компаний)

4) компаний добывающей промышленности — связь и управление (8 из 8 компаний) 562 компании являлись разработчиками передовых производственных технологий новых для России, 75 — принципиально новых[5].

Особенную проблему представляет инвестирование в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Структура и объем финансирования науки не соответствует потребностям ее формирования в сопоставлении с всемирными показателями. Доля внутренних затрат на исследования в ВВП значительно ниже, чем в Германии, США, Франции и других странах. Из-за недостаточного инвестирования российской науки возникают проблемы утечки кадров, а также уменьшение материально-технических ресурсов. За промежуток экономических реформ существенно изменился состав научных кадров – уменьшилась численность непосредственных участников научного процесса: ученых (почти в 2,5 раза) и техников (в 3,5 раза).

Главным источником финансирования российской науки на сегодняшний день остается государство, которое компенсирует за счет федерального бюджета невысокую инвестиционную активность бизнеса. Размеры финансовых вложений в инновационные разработки со стороны частных структур меньше в 2-2,5 раза, чем в развитых странах, и прослеживается направленность к их сокращению[4].

В России вопрос инвестирования инновационной деятельности в экономике стоит как никогда более остро, что связано с рядом факторов: недоверием возможных инвесторов к российским предприятиям; низким развитием или вовсе отсутствием инновационной инфраструктуры; важностью технического перевооружения предприятий, а также необходимостью радикальной модернизации экономики страны; недостаточностью отраслевого

финансирования – в особенности сферы НИОКР и другое. Все вышеперечисленное говорит о необходимости разработки слаженной государственной политики инвестирования более инновационных производств и сфер экономики, науки и образования.

На сегодняшний день инновации выступают не просто как определенный фактор увеличения доходности, но и как необходимость для выживания в условиях жесткой конкурентной борьбы. Инновационная экономика для России — это один из шансов перейти к экспорту наукоемкой продукции с высокой добавленной стоимостью, что по итогу приведет к увеличению прибыли как отдельных фирм, так и степени благосостояния россиян в целом.

Список используемой литературы:

- 1) Аньшин М.В., Филин С.А. Менеджмент инвестиций и инноваций. - М.: АНК ИЛ, 2018.
- 2) Балдин К.В., Передеряев И.И., Голов Р.С. Инвестиции в инновации. - М: ИТК “Дашков и К”, 2017.
- 3) Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ эффективности инвестиционной инновационной деятельности, 2017.
- 4) Кузьминов Я., Яковлев А. Модернизация экономики: глобальные тенденции, базовые ограничения и варианты стратегии. ГУ ВШЭ, 2018.
- 5) Экономика России: итоги и перспективы роста. - М: Министерство экономического развития и торговли, 2019.

УДК 336.221

Шукаева А.В.

Академия ФСИИ России, г. Рязань

[DOI: 10.24411/2520-6990-2020-11680](https://doi.org/10.24411/2520-6990-2020-11680)

ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ: ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Shukaeva A.V.

Academy of Law and Administration of the Federal Penitentiary Service, Ryazan

TRANSPORT TAX: APPEARANCE STORY AND DEVELOPMENT TRENDS

Аннотация

Развитие государства, бизнеса, инфраструктуры, социальной сферы и уровень жизни населения во многом зависит от налогового бремени, состава, собираемости и распределения налогов. Ежегодно в консолидированный бюджет России поступает почти 150 млрд. руб. транспортного налога. По-прежнему остро стоят вопросы балансировки налогообложения по видам налогов, обоснования, сбора и использования транспортного налога. Все это определяет актуальность темы настоящей статьи, посвященной историческим аспектам и современным проблемам транспортного налога.

Abstract

The development of the state, business, infrastructure, social sphere and the standard of living of the population largely depends on the tax burden, composition, collection and distribution of taxes. Almost 150 billion rubles transport tax are received annually in the consolidated budget of Russia. The issues of balancing taxation by type of tax, justification, collection and use of transport tax are still acute. All this determines the relevance of the topic of this article, devoted to historical aspects and modern problems of transport tax.

Ключевые слова: транспортный налог, налогообложение, льготы, налоговая база, налоговая ставка, налогоплательщик.

Key words: transport tax, taxation, benefits, tax base, tax rates, taxpayer.

В современных условиях транспорт является неотъемлемой частью экономики России. Реформирование экономических отношений способствует возрастанию роли региональных налогов, в том числе и транспортного налога. Сегодня транспортный налог является не только неотъемлемым источником доходов государства, но и участником регулирования экономических процессов, формирования материальной основы суверенитета субъектов Федерации.

История развития транспортного налога в нашем государстве насчитывает не одно десятилетие. С конца X в. взималась дорожная пошлина (сначала в пользу Золотой Орды, затем — князей и монастырей). Взималась в виде мыта (на перевозимые товары), годовщины (с торговых людей), мостовщины и перевоза (на людей и товары). Многочисленные дорожные пошлины были отменены только в 1654 г., а мостовщина и перевоз — в 1753 г.

В СССР транспортный налог взимался с начала 1920-х годов. Налогом облагались самодвижущиеся экипажи, лошади, велосипеды и пр. в размере от 6 до 15 руб. за одну лошадиную силу (л. с.) за полугодие в зависимости от размера населенного пункта. Почти 100 лет назад транспортными средствами были лошади, конные экипажи, велосипеды и т.п. Однако в постановлении ВЦИК «О волостном бюджете» от 1924 года уже есть в разделе «Доходные источники» пункт «Налог с транспортных средств». С тех пор транспортный налог претерпевал множество изменений, а список объектов налогообложения становился всё шире.

В 1942 г. был издан Указ Президиума Верховного Совета СССР «О местных налогах и сборах», устанавливающий сбор с владельцев транспортных средств, к которым относились автомобили, мотоциклы, велосипеды, яхты, лодки, ялики, паромы, а также выездные и рабочие лошади. Сбор обязаны были уплачивать только граждане, исключительно проживающие в городах, дачных, курортных поселках. Впоследствии были введены дифференцированные ставки данного налога в зависимости от административного значения населенного пункта.

К 1981 году технический прогресс привел к исключению из числа налогоплательщиков велосипедистов, владельцев лошадей и прочих ездовых животных. С этого года на величину транспортного налога стала влиять только мощность автомобиля. В марте 1988 г. Верховный Совет СССР установил ставки транспортного налога в размере 50 коп. за 1 л.с. - владельцы автомобилей должны были ежегодно уплачивать «в доход союзного бюджета».

В 1991 году впервые ставки налога на транспорт дифференцировали в зависимости от их мощности. Законом "О дорожных фондах в РСФСР" с 1991 года определены новые правила взимания "налога с владельцев транспортных средств": легковые автомобили были впервые разделены на категории — до 100 л. с. (налог составлял 50 коп. за 1 л. с.) и свыше 100 л. с. (1,3 руб. за 1 л. с.). В 1993 г. указом Президента РФ "О некоторых изменениях в

налогообложении и во взаимоотношениях бюджетов различных уровней" был введен транспортный налог, объектом которого были не транспортные средства, а фонд оплаты труда, и ставка составляла 1 %, с включением уплаченных сумм в состав себестоимости продукции (работ, услуг). Средства от взимания данного налога направлялись в бюджеты субъектов РФ для поддержки и развития транспорта.

С 1996 года налог стал полностью зачисляться в территориальные дорожные фонды. Транспортный налог взимался наряду с налогами, поступающими в дорожные фонды, до 1997 года.

С 1 января 2003 года вместо налога на пользование транспортным средством был введен транспортный налог. Величина налога, порядок и сроки его уплаты были возложены на субъекты РФ. В ведении федерального центра было определение объекта налогообложения и предел налоговых ставок.

В 2010 году в правительстве РФ возникла инициатива отмены налога взамен на повышение акциза на бензин. Эта инициатива была реализована лишь частично, когда в этом же году Госдума приняла поправки, разрешившие региональным властям обнулить ставки для автомобилей мощностью до 150 л. с. за счет увеличения акциза на топливо, 80% от которого поступает в региональные бюджеты.

С 2011 года базовые ставки транспортного налога в Налоговом кодексе РФ колеблются от 2,5 руб. за 1 л. с. для маломощных автомобилей (до 100 л. с.) до 15 руб. за 1 л. с. на транспортные средства большой мощности (свыше 250 л. с.). Субъекты РФ также имеют право повышать или понижать налоговые ставки, но не более чем в десять раз.

В 2012 году было предложено освободить от налога машины, чья мощность ниже 150 л.с. Объяснялось, что такими авто владеют россияне с низким доходом. Также было предложено компенсировать этот сбор акцизами, заложенными в стоимость топлива. Однако предложение было отклонено в силу того, что с отменой транспортного налога уйдет существенная статья дохода региональных бюджетов.

В 2013 году были подняты ставки акцизов на бензин, и размер транспортного сбора увеличился для самых маломощных машин (до 100 л.с.). Минпромторг предложил новый налог – экологический, взамен транспортного. Ожидалось, что экологический сбор затронет старые автомобили, которые в большей степени загрязняют окружающую среду. Также предлагалось поднять ставки транспортного налога для автомобилей премиум брендов. За основу предлагалось взять не мощность двигателя, а полную стоимость авто. Это предложение касалось всех автомобилей, стоимостью от 3 млн рублей. Противники нововведения считали, что отмена транспортного налога станет причиной недофинансирования дорожной отрасли и, как следствие, может привести к потере текущей дорожной сети.

В 2016 году правительство повысило ставки акцизов на топливо. В Госдуме появился законопроект об отмене транспортного налога - предлага-

лось компенсировать падение доходов за счет топливных акцизов. Однако в условиях экономического кризиса отмена транспортного налога привела бы к отсутствию дорожного финансирования в регионах.

Транспортный налог является одним из трех имущественных налогов для граждан, согласно нормам Налогового Кодекса РФ, установленным региональным законом и обязателен к уплате на территории соответствующего субъекта Российской Федерации. Транспортный налог создает основу дорожного фонда и регулируется в Российской Федерации статьей 28 Налогового Кодекса РФ [1]. Плательщиком транспортного налога является физическое лицо, на которое зарегистрированы транспортные средства, признаваемые объектом налогообложения в соответствии со статьей 358 НК РФ. При расчете транспортного налога определение налоговой базы осуществляется на основе мощности двигателя в лошадиных силах [1].

В каждом регионе суммы уплачиваемого налога могут отличаться. Несмотря на то, что в Налоговом кодексе были прописаны определенные ставки (статья 361 НК России), они не являются окончательными. Значения могут различаться в зависимости от того, где зарегистрирован автомобиль, но не больше чем в 10 раз в сторону снижения или увеличения.

Отличаться могут не только налоговые ставки, но и льготы, дата уплаты и другие условия налогообложения. К примеру, в Кабардино-Балкарии автомобили возрастом старше 10 лет не облагаются налогом, а вот в Приморском крае собственники платят за транспорт, но в три раза дешевле, чем если бы владели новой машиной.

В зависимости от целей налогообложения методической поддержки и обоснованного совершенствования требуют величина, порядок, сроки уплаты налога, формы отчетности и налоговые льготы. Ставка налога по мощности никак не влияет на решение проблемы загрязнения среды, автомобильных выбросов и утилизации машин. Именно машины малой мощности и с высокой степенью морального и физического износа в большей степени влияют на загрязнение среды, следовательно, налог должен быть направлен на использование экологически чистого топлива, новых и качественных марок машин [3].

Кроме того, остро стоит проблема собираемости налога, достоверности информации ГИБДД, эффективного администрирования налоговыми ор-

ганами. Требуется корректировка проблема, когда автовладелец становится на учет в одном регионе, где выплачивает небольшой налог, а эксплуатирует машину в другом регионе. Поэтому требуется замена методики расчета, дробная шкала с мелкими интервалами ставок, исчисление налога исходя из уровня интенсивности использования машины, влияния на дорожную сеть и экологию, введение налоговых карточек для детализации движения налогов, цифровизация учета транспортных средств и налогов на основе Big Data. [2].

Стоит также напомнить, что на протяжении последних лет действует закон, требующий от российских автовладельцев самостоятельно уведомлять фискальную службу о приобретении машины. Если владелец не уведомит налоговые органы, то может получить на штраф в размере 20% от сбора. В этом случае требуется элементарный учет продаж машин в масштабе страны по регионам, что реально в условиях развития цифровых технологий. На начало 2018 года в личной собственности граждан России было 44 792 тыс. автомашин. В 2017 году совокупные продажи выросли до 1 млн 596 личных автомашин, рост численности транспорта у населения за последние десять лет достиг 36,8% [4].

Для совершенствования системы налогообложения транспортных средств необходимо учитывать интересы государства, регионов, налогоплательщиков, общества и состояние экологии. Необходимо обеспечение повышения степени влияния налоговых выплат и сборов на уровень выбросов и нивелирование экологических угроз, развитие дорожной сети, повышение уровня и качества обслуживания транспортными услугами населения, формирование экологически безопасной и комфортной среды обитания.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ // Собрание законодательства РФ, 07.08.2000, № 32, ст. 3340.
2. Заикин В.В., Бочарникова М.И. Транспортный налог в Российской Федерации и в зарубежных странах // Современные инновации. 2017. №1 (15). С. 67-69.
3. Тимонина В.С. Совершенствование системы налогообложения физических лиц. Транспортный налог. Дневник науки. 2019. № 8 (32). С. 33.
4. Федеральная налоговая служба. Официальный сайт [Электронный ресурс]: URL: <https://www.nalog.ru/rn77/>

Юнева А.А.

Студентка

5 курс, Институт истории и права

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского

Россия, г. Калуга

Мигел А.А.

к. э. н. доцент

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского

Россия, г. Калуга

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РФ В ТАМОЖЕННОЙ СФЕРЕ**Yuneva A.A.**

Student

5th year, Institute of history and law

Kaluga state University named after K.E.Tsiolkovsky

Russia, Kaluga

Miguel A.A.

PhD associate Professor

Kaluga state University named after K.E.Tsiolkovsky

Russia, Kaluga

MAIN DIRECTIONS OF INTERNATIONAL LEGAL COOPERATION OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE CUSTOMS SPHERE**Аннотация**

Международное таможенное сотрудничество всегда было и остаётся составной частью торгово-экономических отношений государств. В статье рассматриваются вопросы, связанные с современными аспектами международного сотрудничества в таможенном деле, выявляются проблемы и определяются перспективные направления данного вида сотрудничества в рамках Евразийского экономического союза.

Abstract

International customs cooperation has always been and remains an integral part of the trade and economic relations of states. The article discusses issues related to modern aspects of international cooperation in customs, identifies problems and identifies promising areas for this type of cooperation within the Eurasian Economic Union.

Ключевые слова: интеграционные объединения, торгово-экономические отношения, таможенное сотрудничество, глобализация, «зеленый коридор», единое транзитное поле.

Key words: integration associations, trade and economic relations, customs cooperation, globalization, the "green corridor", a single transit field.

Международное таможенное сотрудничество является одним из важнейших аспектов развития экономики государств. Эффективная экономическая интеграция между государствами способствует упрощению перемещения товаров, лиц и капиталов. Все страны мира заинтересованы в развитии мировой торговли, расширении круга торговых партнеров, создании благоприятных условий для перемещения товаров. Все это невозможно без активной интеграции стран в мировую экономику, а также развития международного сотрудничества в целом.

Экономическая интеграция в конце XX – начале XXI века носит глобальный характер, когда большинство стран мира так или иначе участвуют в различных интеграционных процессах, имеют членство в какой-либо международной экономической организации, в большинстве случаев и не в одной. Например, Россия одновременно участвует в ООН, ВТО, ЕАЭС, ШОС, АТЭС, БРИКС и других

интеграционных объединениях, где экономическое сотрудничество является главным или существенным фактором интеграции. Зачастую страны, участвующие в таких формах экономической интеграции, переходят от постоянных торговых войн и жесткой конкуренции друг с другом к сотрудничеству, совместному решению противоречивых вопросов освоения новых рынков. Поэтому изучение разных сторон экономической интеграции, количественная оценка тех или иных факторов интеграции и ее проявления позволяет сделать качественную оценку успешности интеграции, выявить ее действительное значение как для стран, участвующих в данном виде интеграции, так и для стран, планирующих перенять данный опыт.

Отдельно необходимо сказать об особой актуальности данных вопросов для Российской Федерации. Россия нуждается очевидно в различных формах интеграции для полноценной реализации своих

геополитических и «геоэкономических» преимуществ. Таким преимуществами являются гигантские масштабы страны, громадное количество природных ресурсов, расположение сразу в нескольких географических регионах. Такое уникальное положение дает России возможность стать и центром различных региональных интеграционных образований (например, ЕАЭС), и транспортным коридором для удаленных друг от друга сторон, стремящихся к сотрудничеству (например, между Китаем и ЕС), и центром силы для небольших экономик, выходящих в РФ и защиту, и возможности к взаимному экономическому росту (страны Средней Азии, Восточной Европы, Южной Азии и т.д.), и объектом глобальных инвестиций со стороны мирового инвестиционного сообщества.

Федеральная таможенная служба (далее – ФТС) России ведет непрерывную работу по взаимодействию с таможенными службами других стран в рамках интеграционных объединений и международных проектов как многосторонних, так и двусторонних. Основными направлениями сотрудничества ФТС России является развитие сотрудничества в рамках Евразийского экономического Союза (далее – ЕАЭС), Содружества Независимых Государств (далее – СНГ), БРИКС, Шанхайской организации сотрудничества (далее – ШОС) и других объединений, и международных организаций.

2020 год особенно важен для российского участия в БРИКС. Круг перехода председательства замыкается, и руководить работой организации в 2020 году вновь будет Россия. Девиз уже известен: партнерство БРИКС в интересах глобальной стабильности, общей безопасности и инновационного роста.

Принятая в 2015 г. «Стратегия развития ШОС до 2025 г.», проект которой предложила Россия (и которая стала развернутым продолжением соответствующих китайских инициатив, одобренных на саммите ШОС в 2012 г.), определила новые ориентиры Организации с учетом прогнозов глобального и регионального развития. По итогам 2019 г. можно говорить о том, что организация движется в заданном Стратегией направлении.

Над сопряженностью экономических проектов государств ареала ШОС, в том числе в свете российской инициативы Большого евразийского партнерства, на первом этапе предусматривающего налаживание взаимодействия между ЕАЭС, ШОС и АСЕАН, а потом и с инициативой «Пояса и пути», предстоит еще большая, скрупулезная и крайне сложная работа. Основной ее задачей будет достижение консенсуса в обеспечении реальных экономических интересов каждого из участников с учетом специфики его подходов и конкретных интересов. Для качественного рывка вперед до последнего времени ШОС не хватало общего широкомасштабного проекта, который реально и заинтересованно объединил бы всех ее членов. Упомянутое выше сопряжение Евразийского экономического союза

(ЕАЭС) и инициативы «Пояса и пути» может придать значительный импульс преодолению инертности ШОС в практической деятельности.

ФТС России успешно сотрудничает с таможенными службами стран СНГ, Социалистической Республикой Вьетнам, Республики Египет, Республики Индия, Иордании, Исламской Республики Иран, Сирийской Арабской Республики, Республики Эстония и Японии. Несмотря на возникшую в последние годы политическую и экономическую напряженность в мире, ФТС России расширяет географию международного таможенного сотрудничества, поскольку в условиях глобализации от правильности решений и своевременного построения международных отношений в сфере таможенного дела зависят торговые отношения всех стран мира.

На пространстве СНГ наиболее динамично развивается взаимодействие ФТС России с азербайджанскими, узбекскими и таджикскими партнерами.

С 2018 г. Ираном заключено Временное торговое соглашение с ограниченным уровнем либерализации (на три года), которое охватывает 50% объема взаимной торговли между странами. По истечении этого срока стороны могут подписать полноформатное соглашение о ЗСТ. Стороны также договорились снизить средний уровень ставок ввозных пошлин на промышленные товары (Иран — с 22,4% до 15,4%, ЕАЭС — с 8% до 4,7%) и на сельскохозяйственные товары (Иран — с 32,2% до 13,2%, ЕАЭС — с 9,6% до 4,6%). В среднесрочной перспективе продолжится тенденция по расширению торговых договоренностей с различными странами мира. В ближайшем будущем будет подписан ряд Соглашений о ЗСТ, работа над которыми сейчас ведется с Египтом, Израилем, Индией, Сербией и Сингапуром. В начале 2019 г. Временное соглашение о ЗСТ с Ираном вступило в силу.

На сегодняшний день Европейский союз, как интеграционное объединение, является основным инвестиционным партнером Российской Федерации. Россия для Евросоюза – крупнейший поставщик стратегически важных товаров, в частности, энергоресурсов. Отсюда возникают обязательства по поддержанию стабильных экономических отношений и развитию торговли между партнерами, вопреки современным политическим тенденциям. В этом ключе особая роль отводится таможенной сфере. ФТС России осуществляет взаимодействие с иностранными партнерами, в том числе, из стран ЕС. Несмотря на непростые экономические и политические условия на внешнем контуре, сотрудничество с рядом европейских коллег осуществляется наиболее интенсивно по различным аспектам таможенного дела. В настоящее время ФТС России является единственным федеральным органом исполнительной власти, который в части своей компетенции осуществляет взаимодействие с координирующим органом на пространстве ЕС – Европейской комиссией.

В течение прошедшего года в Европейском союзе сохранялась повышенная нестабильность: продолжался приток на территорию ЕС большого

числа мигрантов, европейские политики верили в нарастание гибридных угроз со стороны России, экстравагантные действия Вашингтона добавляли нервозности в политику и экономику трансатлантических отношений, шло обсуждение условий Brexit.

Перспективы таможенного сотрудничества со странами Евросоюза обсудили эксперты в ходе круглого стола «Окно в Европу: конструктивный диалог между ФТС России и партнерами из стран Европейского союза», состоявшегося в рамках Международного таможенного форума. Форум прошел 24-25 октября 2019 года в Москве в Центре международной торговли.

Точки соприкосновения интересов таможенных служб России и стран Европы, и перспективные направления развития взаимодействия в своем выступлении обозначил заместитель руководителя ФТС России Владимир Ивин. Одним из таких направлений является реализация транзитного потенциала евразийского пространства – создание единого транзитного поля от Лиссабона для Владивостока.

Еще одним важным направлением совместной работы является организация со странами Европы «зеленых коридоров» — обмена информацией о товарах и транспортных средствах, а также взаимное признание уполномоченных экономических операторов (УЭО). Также среди ключевых направлений сотрудничества заместитель руководителя ФТС России выделил объединение усилий по борьбе с незаконными финансовыми потоками и совершенствование методик учета статистики взаимной торговли.

Один из самых главных факторов благополучного существования и развития государств в современном обществе считается международное сотрудничество в разных областях общественных отношений, в том числе и в таможенной сфере. Сотрудничество в данной области носит объективный характер и определено потребностью регулировать собственные действия по регулированию процессов перемещения товаров и транспортных средств через государственные границы. Международное таможенное сотрудничество является важным аспектом внешней экономической политики.

УДК 34

Российская Федерация активно сотрудничает в экономической области с иностранными государствами. На сегодняшний день страны мира стремятся к интеграции, которая упрощает движение товаров и капиталов, способствуя тем самым развитию экономики.

Список литературы

1. Айткеева А.А. Некоторые проблемы и перспективы Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и интеграции предприятий Кыргызской Республики с предприятиями ЕАЭС в условиях глобализации / А.А. Айткеева, У.Д. Джаныбеков, А.А. Айткеев // Молодой ученый. – 2017. – №41. – С. 32-35.
2. Гомон И.В., Белопухова Н.В. Исследование таможенно-тарифного регулирования в международных экономических отношениях // Естественно-гуманитарные исследования. 2019. №26 (4). С.66-70
3. Мосеев А.О., Мигел А.А. Новый формат инвестиционного сотрудничества России и Китая // Дневник науки. 2019. №12 (36). С. 29
4. Непарко М.В., Пахомова О.В. Осуществление таможенными органами функций по обеспечению экономической безопасности России // Дневник науки. 2019. №4(28). С. 106
5. Пак Е.В. Международная внутриотраслевая торговля как фактор углубления интеграции в ЕАЭС / Е.В. Пак // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – №2. – С.95-103.
6. Тютин Д.В. Эволюция нового государственного управления: логика эффективности, результативности и менеджмента публичных ценностей // Теория и практика общественного развития. 2018. №5. С.179
7. Федеральная таможенная служба: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru> (дата обращения: 15.10.2018).
8. Что нужно сделать для ускорения интеграции Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.sonar2050.org/> (дата обращения: 05.04.2020).

Шингарев Финат Фаихович

*Студент 2 курса магистратуры ВШГА
Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова*

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ, ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Shingareev Finat Faihovich

*Student
Moscow state University named after M. V. Lomonosov*

CURRENT STATE OF ENTREPRENEURSHIP IN RUSSIA, DEVELOPMENT TRENDS

Аннотация.

Предпринимательство признается наиболее активной формой экономической деятельности любого государства, и Россия не является исключением. Без всяких сомнений, на сегодняшний день бизнес – это ключевое направление, способствующее экономическому росту государства, направленное на разработку продукции, разработку и внедрение технологий, научный прогресс и решение социальных проблем нашей страны. Хозяйствующие субъекты способствуют преобразованию рыночной экономики и признаются залогом развития современного общества. На развитие и дальнейшее совершенствование института предпринимательства в России оказывают ряд проблемных моментов, которые требуют своевременного решения.

Abstract.

Entrepreneurship is recognized as the most active form of economic activity in any country, and Russia is no exception. There is no doubt that today business is a key area that contributes to the economic growth of the state, aimed at developing products, developing and implementing technologies, scientific progress and solving social problems in our country. Economic entities contribute to the transformation of the market economy and are recognized as the key to the development of modern society. The development and further improvement of the Institute of entrepreneurship in Russia is influenced by a number of problematic issues that require timely solutions.

Ключевые слова: предпринимательство, малый и средний бизнес, проблемы предпринимательства, меры государственной поддержки, проблемы развития бизнеса.

Keywords: entrepreneurship, small and medium-sized businesses, problems of entrepreneurship, measures of state support, problems of business development.

На преобразование рыночной экономики, социальное развитие гражданского общества оказывают воздействие хозяйствующие субъекты, в том числе, субъекты малого и среднего предпринимательства. Фактически малый бизнес – это источник существования экономики и основа для трудовых ресурсов. Безусловно, малое и среднее предпринимательство обладает рядом преимуществ и недостатков, которые оказывают существенное воздействие на их развитие в России.

На сегодняшний день субъекты малого и среднего предпринимательства ощущают определенную нагрузку со стороны государства, наличие административных барьеров, налоговое давление, недостаточное правовое регулирование. Но, несмотря на активную поддержку малого предпринимательства, фактически темпы роста субъектов малого и среднего предпринимательства значительно низкие. Низкий уровень финансовой системы, особенно на региональном уровне не позволяет активно развиваться таким субъектам.

По состоянию на 1 марта 2020 года в России зарегистрировано 5,9 млн. хозяйствующих субъектов, из них 222 тысячи субъекты малого предпринимательства. Статистические данные свидетельствуют о неравномерном распределении малых предприятий по территории страны. Так, наибольшее количество субъектов малого предпринимательства сосредоточены в Центральном федеральном округе – 76,0 тысяч, в Приволжском федеральном округе – 42,0 тысяч, в Сибирском федеральном округе – 23,0 тысячи, и по 18, 0 тысяч субъектов малого предпринимательства

зарегистрировано в Уральском и Южном федеральных округах [8].

Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденная Президентом Российской Федерации, ставит основную цель – стимулирование малого и среднего предпринимательства в производственной сфере путем снижения налоговой нагрузки,

формирования спроса на продукцию и услуги предприятий, расширение доступа к закупкам государственных компаний [5].

Состояние развития малого и среднего предпринимательства во многом определяется рядом проблем, негативно влияющих на дальнейшее развитие предпринимательской сферы. Такими проблемами признаются:

- низкий уровень доходов новых и растущих компаний. Как правило, большая часть российских компаний испытывают недостаток финансирования ввиду большого количества расходов, связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Субъекты малого предпринимательства в большинстве случаев не могут получить государственные субсидии и неохотно берут кредиты для развития своего бизнеса [6, С. 213-217];

- недостаточное правовое регулирование института предпринимательства. Большая часть действующих норм носит бланкетный характер, и разрознены включены в различные законодательные акты [7, С. 234-239]. Среди законодательных актов отсутствует единый кодифицированный законодательный акт, регламентирующий сферу малого и среднего предпринимательства, за исключением Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [2].

- субъекты малого и среднего предпринимательства на сегодняшний день не становятся исполнителями по государственным и муниципальным контрактам. В соответствии с Постановлением Правительства РФ «Об утверждении типовых условий контрактов, предусматривающих привлечение к исполнению контрактов субподрядчиков, соисполнителей из числа субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций» [4] и Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государ-

ственных и муниципальных нужд» [3] предусмотрено, что субъекты малого предпринимательства могут выступать в качестве исполнителей контракта и социально ориентированных некоммерческих организаций только при условии не менее 5 % от цены контракта. Решение данной проблемы требуется незамедлительное и возможно только путем внесения изменения в типовые договора при проведении закупок.

- законодатель устанавливает запрет на предоставление государственных субсидий предприятиям, осуществляющим производство и реализацию подакцизных товаров;

- зачастую субъекты малого и среднего предпринимательства не знают относятся ли они к такому или нет. Не все исследователи придерживаются позиции о том, что данный фактор можно считать проблемным и влияющим на дальнейшее развитие предпринимательства в России;

- практически отсутствуют целевые программы для развития малого и среднего предпринимательства. Как правило, участие в целевых программах и получение денежных средств возможно только при условии предоставления полного пакета документов, что зачастую, осуществить довольно сложно.

- несовершенство налоговой системы, оказывает существенное воздействие на развития субъектов малого и среднего предпринимательства.

- коррупционность взаимоотношений государственных органов и субъектов предпринимательской деятельности [10, С. 36-38].

- отсутствие эффективного механизма кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства России. Прежде всего, это обусловлено не только жесткими требованиями к заемщику со стороны кредитных учреждений, но и высокими ставками по кредитным продуктам, которые не позволяют взять такие кредиты большинству субъектов предпринимательства. В условиях пандемии, с каждым днем распространяющейся в России, многие кредитные учреждения приняли решение о предоставлении льготных кредитов для субъектов бизнеса, в том числе, получение кредитов с целью выплаты заработных плат своим сотрудникам. Однако, как показывает практика, спрос на такое кредитование не вырос. Это обусловлено не только тем, что требования к заемщикам не снизились, но и тем, что возникший экономический кризис ведет к тому, что большая часть предпринимателей, особенно мелких закрыты и находятся практически на грани ликвидации.

Отмеченные проблемы требуют принятия актуальных и эффективных мер, направленных на совершенствование института предпринимательства в России.

Целесообразно совершенствовать налоговую систему Российской Федерации. Практики, придерживались позиции о необходимости введения моратория на рост налоговых платежей на несколько лет вперед [1]. Внедрение и развитие специальных налоговых режимов позволит совершенствовать

налоговое стимулирование бизнеса. Совершенствование налогового законодательства, будет способствовать обеспечению прозрачности предпринимательской деятельности. Требуется введение для субъектов малого и среднего предпринимательства налоговых льгот.

Систему кредитования предпринимательства также необходимо совершенствовать [9, С. 919-922]. Предусмотреть фиксированные льготные процентные ставки для субъектов малого предпринимательства, и чуть более высокие ставки для субъектов среднего предпринимательства. Упростить механизм предоставления документов, и получения кредитов такими хозяйствующими субъектами. Но, при этом не стоит забывать и о достаточном контроле, отсутствие которого, может привести к росту преступности в банковской и экономической сфере.

Таким образом, на сегодняшний день, наметилась активная тенденция развития субъектов малого и среднего предпринимательства. Отмеченные в статье проблемы являются тормозом для дальнейшего развития предпринимательства в России. Устойчивость малые предприятия могут приобрести в случае снижения возможности выживания, противодействия угрозам и изменениям бизнес среды. Без всяких сомнений предпринимаемые на государственном уровне меры положительны, но не достаточны. Исключение административного давления, снижение налогового давления, упрощение налогообложения будет способствовать развитию хозяйствующих субъектов.

Список использованной литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 27.12.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020) // Собрание законодательства РФ. - N 31. - 1998. - Ст. 3824.
2. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 01.04.2020) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. - 2007. - N 31. - Ст. 4006.
3. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2020) // Собрание законодательства РФ. - 2013. - N 14. - Ст. 1652.
4. Постановление Правительства РФ от 23.12.2016 N 1466 (ред. от 07.10.2017) «Об утверждении типовых условий контрактов, предусматривающих привлечение к исполнению контрактов субподрядчиков, соисполнителей из числа субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций» // Собрание законодательства РФ. - 2017. - N 1 (Часть II). - Ст. 196.
5. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // Собрание законодательства РФ. - 2017. - N 20. - Ст. 2902.

6. Абдуллаев Н.В. Малое и среднее предпринимательство в России: состояние, проблемы государственная поддержка. В сборнике: Российское предпринимательство: история и современность Сборник материалов I Всероссийских Морозовских Чтений. 2018. - С. 213-217.
7. Гафарова Я.В. Проблемы правового положения субъектов малого и среднего предпринимательства // Молодой ученый. - 2019. - № 3 (241). - С. 234-239.
8. Статистические данные на 1 марта 2020 года // <https://ofd.nalog.ru/statistics.html> (Дата обращения: 05.04.2020).
9. Турлий Д.В. Малое и среднее предпринимательство в России: проблемы и перспективы развития. В сборнике: Научное обеспечение агропромышленного комплекса Сборник статей по материалам 74-й научно-практической конференции студентов по итогам НИР за 2018 год. Ответственный за выпуск А.Г. Коцаев. 2019. - С. 919-922.
10. Якименко В.Ю. Проблемы развития малого предпринимательства в России. В сборнике: Наука и молодежь: актуальные проблемы социально-экономического развития региона Сборник трудов научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Научный редактор И.А. Шевчук. 2018. - С. 36-38.

Colloquium-journal №10(62), 2020

Część 8

(Warszawa, Polska)

ISSN 2520-6990

ISSN 2520-2480

Czasopismo jest zarejestrowany i wydany w Polsce. Czasopismo publikuje artykuły ze wszystkich dziedzin naukowych. Magazyn jest wydawany w języku angielskim, polskim i rosyjskim.

Częstotliwość: co tydzień

Wszystkie artykuły są recenzowane.

Bezpłatny dostęp do elektronicznej wersji magazynu.

Przesyłając artykuł do redakcji, autor potwierdza jego wyjątkowość i jest w pełni odpowiedzialny za wszelkie konsekwencje naruszenia praw autorskich.

Opinia redakcyjna może nie pokrywać się z opinią autorów materiałów.

Przed ponownym wydrukowaniem wymagany jest link do czasopisma.

Materiały są publikowane w oryginalnym wydaniu.

Czasopismo jest publikowane i indeksowane na portalu eLIBRARY.RU,

Umowa z RSCI nr 118-03 / 2017 z dnia 14.03.2017.

Redaktor naczelny - **Paweł Nowak, Ewa Kowalczyk**

«Colloquium-journal»

Wydrukowano w «Chocimska 24, 00-001 Warszawa, Poland»

Format 60 × 90/8. Nakład 500 egzemplarzy.

E-mail: info@colloquium-journal.org

<http://www.colloquium-journal.org/>