

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

# **ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

**Сборник научных трудов II национальной  
научно-практической конференции**

**Санкт-Петербург**

**19 ноября 2020 г.**

**ИЗДАТЕЛЬСТВО  
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА  
2021**

**ББК 65.29**

**П78**

**П78 Проблемы и перспективы предпринимательства в России :** сборник научных трудов II национальной научно-практической конференции 19 ноября 2020 г. – СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2021. – 160 с.

ISBN 978-5-7310-5270-2

В сборнике представлены материалы исследований различных аспектов современного состояния, тенденций развития предпринимательства научной общественностью России. В научных работах проанализированы современные тенденции, проблемы развития современного малого и среднего бизнеса, состояние государственной политики в отношении предпринимательства, меры государственной поддержки и практика их реализации, налоговое окружение, ресурсное обеспечение, источники и объемы инвестиций, предпринимательские риски, социальная роль, инновационное развитие, а также отраслевые и региональные особенности современного предпринимательства.

**ББК 65.29**

**Редакторы:** д-р экон. наук, проф. **Е.В. Ялунер**,  
канд. техн. наук **М.И. Лубочкина**

**Рецензенты:** д-р экон. наук, проф. **С.В. Кузнецов** (руководитель лаборатории комплексного исследования пространственного развития регионов Института проблем региональной экономики РАН СПб)

д-р экон. наук, проф. **А.Г. Бездудная** (зав. кафедрой менеджмента и инноваций СПбГЭУ)

ISBN 978-5-7310-5270-2

© СПбГЭУ, 2021

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### **Секция 1: Экономика и организация предпринимательской деятельности**

Ялунер Е.В.

ПРОБЛЕМЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ..... 9

Гасанов Г.С.

РОЛЬ СТРАТЕГИИ КОНЦЕНТРИРОВАННОГО РОСТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ..... 12

Абрамов Г.А.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К МЕХАНИЗМАМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ..... 15

Иванов С.А.

РАЗВИТИЕ СЕТЕВЫХ СВОЙСТВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ..... 17

Шестакова Н.Н.

ФИНАНСИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ..... 21

Скворцова М.Б.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ ПО ЗАЩИТЕ И ПОДДЕРЖКЕ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19 ..... 23

Кузьмина Л.К.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ПРОЦЕССА ..... 25

Чистякова Н.Е.

ЦЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ КОМПОНЕНТЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА ..... 28

Демидова С.Е.

ФАКТОРЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ В АСПЕКТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ..... 31

Романенко Е.В.

Зуенок Е.А.

РОЛЬ IT-ТЕХНОЛОГИЙ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ..... 34

Романенко Е.В. Рыбакова К.Б. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ТРАНСПОРТНОЙ СФЕРЫ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМКИ .....	38
Эйхлер Л.В. ИННОВАЦИОННАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ .....	40
Гамиловская А.А. ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КОНТРАКТОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ .....	43
Родионова Е.В. РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ .....	46
Курочкина А.А. Орлова В.И. РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТЕНДЕЦИИ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ .....	50
Лукина О.В. Глазунова А. АСПЕКТЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z .....	53
Клочкова Е.Н. Львова Ю.Н. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ.....	56
Лазарева Н.В. Федорова Е.В. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ПАО «ГАЗПРОМ».....	59
Лубочкин М.М. МЕСТО МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	62
Семенов Р.И. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ СТРУКТУРЫ РЫНКА ТРУДА.....	64
Жукова Т.Л. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ .....	67

Гашко Д.В. НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПОДДЕРЖКА ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ»: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ .....	70
Королева Д.А. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ .....	74
<b>Секция 2: Учетно-аналитическое обеспечение деятельности субъектов предпринимательства</b>	
Каморджанова Н.А. Точинова Ю.С. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ .....	77
Темченко О.С. Ким Т.В. СБЛИЖЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА: ИТОГИ ЗА ПЕРИОД 1998-2020ГГ. ....	81
Трясцина Н.Ю. ОЦЕНКА ТЕХНИЧЕСКОГО УРОВНЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС- СУБЪЕКТОВ АПК.....	84
Житлухина О.Г. Джафарова А.Э. ПРОБЛЕМЫ ДОСТОВЕРНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В АСПЕКТЕ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ.....	87
Селезнева Е.Ю. Шебалков Н.Д. Утенкова Ю.А. ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЗАКАЗОВ НА ПРОИЗВОДСТВО И АНАЛИЗА СЕБЕСТОИМОСТИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ БУДУЩИХ ПЕРИОДОВ.....	90
Ракутько С.Ю. Кубагишева Е.С. ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ .....	92
Саталкина Е.В. Куликов И.А. Лагода М.Ю.	

ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА.....	95
Лазарева Н.В.	
АДМИНИСТРАТИВНО-НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ И ГОСПОДДЕРЖКА КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА .....	98
Попова Е.В.	
ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СУБЪЕКТАХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА..	101
Масино Н.Н.	
Кензеева И.А.	
ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ПУБЛИЧНЫХ КОМПАНИЙ .....	104
Сергушенкова В.Ю.	
Богачева А.А.	
СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ.....	106
Сергушенкова В.Ю.	
Шляхова Ю.В.	
СПЕЦИФИКА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА НИОКР .....	108
Шичалина В.А.	
ПОСЛЕДСТВИЯ МЕТОДОВ УЧЕТА ПРОИЗВОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ.....	111
Штыкова Е.Н.	
ОСОБЕННОСТИ ПРИЗНАНИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ ПО ДОГОВОРАМ УЧАСТИЯ В ДОЛЕВОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ .....	114
Чернова О.В.	
НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, КАК АКТУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ .....	117
Чекавинская Г.А.	
Курумханова Э.Р.	
УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ: УЧЁТНЫЕ АСПЕКТЫ И АУДИТ .....	119
<b>Секция 3: Новое поколение для экономики предпринимательства</b>	
Вилли Ленси Вольф	
ЭВОЛЮЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ .....	123

Григорьев К.В. ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ.....	125
Лю Мо ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ РОССИЕЙ И КИТАЕМ В ОБЛАСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА .....	128
Алексеенко А.В. Левитина И.Ю. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИДЕИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА .....	130
Аненкова А.В. Ялунер Е.В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ .....	132
Байрамов А.М. Левитина И.Ю. ИЗМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИЙ ИНВЕСТИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ .....	134
Григорян А.Г. Ялунер Е.В. ПРОБЛЕМЫ ЗАПУСКА НОВЫХ СТАРТАПОВ В СНГ (РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ) .....	135
Конон А.А. Швецова Д.Г. СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК КОМПАНИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ГАЗОМОТОРНОГО ТОПЛИВА .....	136
Копаница Е.В. Левитина И.Ю. ПОВЫШЕНИЕ АКТИВИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ ЧЕРЕЗ КРАУДФАНДИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	138
Дробнич Э.А. Ялунер Е.В. СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА КОЗЬЕГО СЫРА .....	142
Панов К.Д. Ялунер Е.В.	

ТЕНДЕНЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В УСЛОВИЯХ КОРОНАВИРУСА .....	144
Сорокина К.Ф. Ялунер Е.В.	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ: РОЛЬ В СОЗДАНИИ ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ .....	146
Сорокина К.Ф. Ялунер Е.В.	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ .....	148
Паршина Т.А. Лубочкина М.И.	
УСКОРИЛА ЛИ ПАНДЕМИЯ ЦИФРОВИЗАЦИЮ РОССИЙСКОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА .....	150
Фисак К.М. Левитина И.Ю.	
ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ.....	153
Храмченко К.П. Лубочкина М.И.	
ПРОБЛЕМА ПРОФОРИЕНТАЦИИ ДЕТЕЙ СИРОТ В РФ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ.....	156
Швецова Ю.И. Швецова Д.Г.	
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ .....	158

# СЕКЦИЯ 1: ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 338.242.2

ББК 65.050

*Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,  
гл.н.с. ИПРЭ РАН*

## ПРОБЛЕМЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

### АННОТАЦИЯ

Описаны тенденции формирования моделей пространственного развития территорий и инновационного развития малого предпринимательства

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, инновации, пространственное развитие территорий

Проблема устойчивого пространственного развития регионов продолжает волновать научное сообщество. Задача перехода на устойчивое развитие актуальна для РФ, в 1996 году была принята стратегия устойчивого развития страны, которая возможна только при обеспечении такого развития для каждого субъекта РФ.

В настоящее время имеет место высокий уровень социально-экономической дифференциации территорий, поляризация центра и регионов по уровню жизни, качеству жизни, доходам населения.

Сгладить данную ситуацию может создание и развитие локальных систем предпринимательства, способных предлагать различные формы организации бизнеса, инновационных процессов. В связи с этим в научном сообществе актуальна разработка определенного методологического подхода, основанного на применении сложной комплексной системы пространственных и временных координат (экономических, социальных, институциональных, технико-экономических), позволяющих учитывать все виды синергических эффектов, отражающих эффективность внедряемых программ по развитию предпринимательства.

Следует отметить, что всем происходящим в настоящее время процессам, если рассматривать их с позиции системного анализа и динамического развития присущи следующие свойства и закономерности:

– различные территории обладают разными способностями и возможностями приспособления и адаптации к негативным изменениям в социально-экономической ситуации, причем эти возможности системно взаимосвязаны;

– экономику страны можно представить, как сложную и комплексную полирегиональную систему с нарушенными связями соподчиненности между центром и регионами и горизонтальными (межрегиональными) связями, что косвенно связано с несопоставимостью федеральных и региональных программ развития, неэффективным применением инструментов государственного регулирования. В частности, Стратегией пространственного развития РФ до 2025 года, в которой сельские поселения остаются в стороне, несмотря на принятые стратегии развития сельских поселений (2,2 трлн. руб.). В связи с этим требуется разработка четкого методического сопровождения данных программ, комплекс мер по улучшению межбюджетных отношений.

– Методологический подход требуется и для решения проблемы обеспечения интеграции и комплементарности территориальных образований, разнородных по своему социально-экономическому положению, способностям, конкурентоспособным компетенциям территорий, поскольку данные территориальные образования объединены и составляют общее социально-экономическое и временное пространство страны, они ориентированы на общие социально-культурные и ценностно-политические ориентиры.

– любое территориальное образование следует рассматривать как сложную, достаточно открытую и эволюционирующую систему, подверженную динамическим изменениям в культурном, технологическом, институциональном пространствах.

– Данная эволюция и повышение конкурентоспособности территориальных образований возможна благодаря развитию малого и среднего предпринимательства посредством повышения компетентности и конкурентоспособности территорий, повышению их инвестиционной привлекательности.

– В большей части уровень развития малого и среднего предпринимательства зависит и определяется уровнем экономики знаний определенной территории, сложившимися национальными и культурно-ценностными ориентациями, которые существенно разнятся для отдельных территорий РФ.

Таким образом, можно говорить о прямой зависимости и влиянии эволюции форм и видов предпринимательской деятельности на состояние системы территориальных связей, состояние уровня инвестиционной привлекательности региона, что дает возможность говорить о территориальном аспекте развития экономики знаний, накоплении территориальным образованием коллективного интеллектуального и человеческого капитала. То есть можно говорить о появлении эффекта «кумулятивной причинности» - накопление интеллектуального капитала одних территорий не может происходить за счет ослабления других. То

есть отдельные территориальные образования не могут проигрывать своим областным центрам, которые, в свою очередь, всегда будут проигрывать центру. То есть может возникнуть эффект двойной периферии, что в настоящее время крайне негативно скажется на уровне развития РФ.

Если проследить эволюцию данного явления, то в скором времени можно будет говорить о предпринимательском таланте и интеллектуальном капитале фирмы как о полноценном активе, увеличивающем стоимость бизнеса и повышающим инновационный потенциал отдельной территории [5]. Данные инновационные процессы можно назвать нелинейными.

Таким образом, определим закономерности пространственного развития и экономической активности и малого предпринимательства.

1. Территориальные образования достаточно дифференцированы, им присущ разный уровень обладания ресурсами, уровень развития такой компетенции как экономика знаний, то есть различный уровень рефлексивности (способности к самообучению). Несмотря на эти порой существенные различия они составляют единую социально-политическую и экономическую систему, влияя своим различием на общий вектор инновационного развития страны.

2. Устойчивость и гибкость, способность к рефлексивности механизмов пространственного социально-экономического развития региона напрямую зависит от уровня развития и программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

3. Риск возникновения отрицательного синергического эффекта напрямую зависит от способности системы к восстановлению после определенного вызова, от сложного взаимодействия разнонаправленных сил в территориальном пространстве, влияющих в настоящее время в основном на перемещение или сохранение интеллектуального капитала отдельного региона.

4. В настоящее время ресурсная составляющая определенной территории имеет меньшее влияние на конкурентные преимущества и инвестиционную привлекательность, чаще стали говорить о предпринимательском таланте населения, интеллектуальном и человеческом капитале региона, что говорит о его инновационной привлекательности.

5. При переходе на новый экономический уклад роль ресурсных, природных и территориальных факторов в формировании конкурентного потенциала и преимуществ снижается, значимость приобретают инновационные, агломерационные факторы, уровень развития человеческого капитала и инфраструктуры региона.

6. В федеральных и региональных программах развития территориальных и муниципальных образований достаточно важным является методика проработки рыночных механизмов с учетом механизмов саморазвития, в противном случае риск отрицательного эффекта достаточно высок.

#### **Список литературы:**

1. Романенко Е.В., Ялунер Е.В. Особенности пространственного развития малого предпринимательства в условиях инновационной экономики / Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 6(126). С. 72-77.

УДК 334.7

ББК 65.29

*Гасанов Г.С., д.э.н., профессор, Азербайджанский  
Государственной Экономический Университет  
(UNEC)*

### **РОЛЬ СТРАТЕГИИ КОНЦЕНТРИРОВАННОГО РОСТА В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

#### **АННОТАЦИЯ**

В последнее время роль стратегии концентрации роста становится предельно важной для средних и крупных предприятий. В данной работе представлена попытка продемонстрировать связи между отдельными направлениями стратегии концентрации роста на основе практической деятельности конкретных компаний

**Ключевые слова:** стратегия, бизнес, концентрация, рост, конкурентоспособность, позиционирование, развитие, рынок

В реальном и финансовом секторах экономики Азербайджана существует большое количество организаций разных организационно-правовых форм, форм собственности, сфер деятельности, специализации и положения на рынке.

Масштаб деятельности, как известно, еще не свидетельствует об эффективной работе компании [1]. Это больше зависит от разработки и реализации бизнес-стратегии организации. Бизнес-стратегия – важная подсистема корпоративной стратегии.

В общем, стратегия определяется как план, принцип поведения, позиция, перспектива и маневр, а развитие бизнеса включает:

- 1) процесс увеличения объема бизнеса;
- 2) деятельность, направленная на удовлетворение рыночного спроса;
- 3) процесс создания новых направлений бизнеса;
- 4) стимулирование творчества и инициативы в организации с целью удовлетворения потребностей потребителей [2, с. 36].

Развитие бизнеса крупной корпорации предполагает развитие в отрасли, достижение лидерства в технологиях и других преимуществ перед конкурентами, предусматривает совершенствование правил взаимодействия с потребителями.

На практике чаще всего используется проверенная стратегия концентрированного роста [2; 3; 4]. Она имеет конкретные направления.

А. В стратегии позиционирования на рынке компания стремится занять хорошую и эффективную позицию на существующем рынке с помощью существующего продукта. Это требует усиления маркетинговой службы.

Компании «Сиязан-Бройлер» и «Мардакан-Бройлер», которые недавно начали свою деятельность в Азербайджане на новой основе, продемонстрировали успешную реализацию эту стратегию, эффективно организовав рекламную кампанию и пропагандистскую работу. В 1995 году предприятиями по производству всех видов мяса птицы в стране было произведено 14,3 тысячи тонн мяса птицы, в 2010 году этот показатель составлял 28 тысяч тонн, а в 2018 году – более 250 тысяч тонн. Сегодня отечественные производители контролируют 90% рынка. По мере роста внутреннего производства рос и импорт птицы. «Первой скрипкой» вступает Сиязань-Бройлер, которому принадлежит 25% рынка, у Мардакан-Бройлер – 20%. На такое изменение ситуации также существенно повлияли пятилетние налоговые каникулы для птицефабрик [5].

Б. Компания «Гарадаг-Цемент», в которое швейцарская компания NOLCIM инвестировала более \$18 млн, приобрело репутацию благодаря своей агрессивной маркетинговой политике, спонсорству различных культурных и спортивных мероприятий, а также эффективным связям с общественностью [5]. Доля ОАО «Гарадаг-Цемент» на рынке цемента Азербайджана увеличилась за 2017 год на 60%, и компания начала выплачивать дивиденды акционерам. Увеличение производства также произошло за счет увеличения объемов строительных работ в стране и ужесточения ввозных таможенных пошлин. Чтобы укрепить свои позиции на рынке, они также используют стратегию развития рынка, то есть поиск новых рынков для уже произведенного продукта. В частности, руководство «Гарадаг-Цемент» обратилось к правительству с просьбой импортировать строительный цемент.

В. Уместно привести пример Бакинского нефтедобывающего завода, входящего в состав Azersun Holding. Завод начал работу в 1938 году, в 1952 году начал выпуск маргарина. После распада СССР экономические связи завода ослабли и в 1996 году полностью остановились. В том же году компания была приватизирована, и 70% акций завода были приобретены группой компаний Intersun, а 30% остались в руках

государства. Фабрика смогла представить одни и те же виды продукции на разных географических рынках и рынках покупателей, независимо от доходов, интенсивности потребления и поведения покупателей, что в результате позволило увеличить производство в 10 раз за 5 лет [5]. В результате увеличился фонд оплаты труда и прибыль компании. Ежегодный рост прибыли позволил увеличить средства, направляемые в фонды сбережений. У компании есть возможность закупать новые производственные единицы и применять новую тактику.

Г. Некоторые крупные предприятия рассматривают разработку нового продукта как главный инструмент своей стратегии позиционирования на рынке. Этот тип поведения предполагает производство нового продукта и его внедрение на уже развитых рынках.

Примером тому является ОАО «Баку-Табак», созданное в 1999 году. Иностранным инвестором предприятия выступает European Tabacco inc. Компания работает в 35 странах мира. Из них только семь стран производят сигареты.

Аукцион по продаже акций Компании был проведен 16.08.1999, а инвестиционный конкурс – 17.08.1999, в обоих тендерах победила компания European Tabacco inc. За два года компания обязалась инвестировать в завод \$49,8 млн. Это означает, что компания является крупнейшим иностранным инвестором в ненефтяном секторе Азербайджана.

В 1999-2002 годах в реконструкцию завода и на приобретение нового оборудования было инвестировано более \$60 млн. На фабрике работает 371 чел., и еще привлекаются 343 временных работника. На социальную программу за эти годы было потрачено более \$370 тыс. [5].

Что касается ассортимента, то стоит отметить, что, предлагая новые продукты, компания смогла выйти на новые рынки (в основном в Украине, России, Средней Азии), захватив существующие. На данный момент компания производит 23 вида сигарет.

Таким образом, стратегию концентрированного роста каждая деловая организация достигает разными путями. Однако, это стратегия дает возможность, не используя затраты на диверсификацию, достичь нужные результаты в увеличении доли на рынке и достичь конкурентные преимущества.

#### **Список литературы:**

1. Растова Ю.И. Успешность бизнеса: трактовка понятия // Стратегии развития предпринимательства в современных условиях : Сборник научных трудов II международной научно-практической конференции. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 45-48.
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Изд-во «Питер», 1999. – 416 с.

3. Петров А.Н. Теория стратегического менеджмента : монография. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 209 с.
4. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
5. Гасанов Г.С.о. Особенности корпоративного управления в компаниях Азербайджана // Корпоративное управление: вопросы теории, проблемы практики : коллективная монография. – СПб.: СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. – С. 191-200.

УДК 334.72  
ББК 65.050

*Абрамов Г.А., аспирант, СПбГЭУ*  
**ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА К  
МЕХАНИЗМАМ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ  
ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
АННОТАЦИЯ**

Условия для развития инновационного предпринимательства рассматриваются в виде механизма с возможностью комплексного подхода управления

**Ключевые слова:** инновационное предпринимательство, регулирование, формирование механизма управления и поддержки предпринимательства

В настоящее время в России, несмотря на экономическую изоляцию и глобальный экономический кризис, в целом сложились условия как для развития традиционного бизнеса, так и для поддержки инновационной предпринимательской инициативы. Следует отметить, однако, что условия для последнего вида бизнеса только начинают складываться из-за сложной и не во всем отработанной системы для регулирования и поддержки. В связи с этим возникают серьезные проблемы. В статье «Социально-экономическая среда предпринимательства: опыт северо-западного региона» авторы выделяют ряд системных проблем, а именно:

1. Проблемы в области земельных и кадастровых отношений
2. Проблемы в области отношений предприятий малого и среднего бизнеса с естественными монополиями
3. Проблемы в осуществлении контрольно-надзорной деятельности в отношении предпринимателей с нарушением действующего законодательства
4. Проблемы в сфере организации государственных и муниципальных закупок
5. Проблемы, связанные с легальным принуждением предпринимателей к финансированию проектов региональной и муниципальной власти [1].

Следует выделить набор (комплекс) обязательных условий (механизмов), без наличия которых инновационное предпринимательство не сможет эволюционировать. Данные механизмы можно систематизировать по областям воздействия и уровням управления, по компенсаторным характеристикам национальных программ, нивелирующим отсутствие в настоящее время возможности привлекать иностранные инвестиции. Причем, существующие механизмы необходимо рассматривать как целиком, так и в комплексе, отдельно останавливаясь на каждой составляющей. В данном механизме должна быть выделена система управления (финансирования, контроля, стимулирования, штрафных санкций). Данная система функционирует и проявляет себя через определенные рычаги, экономический смысл которых заложен в банковских ставках, нормах и нормативах льготного финансирования или отложенного налогообложения. Причем, нормативное обеспечение должно опираться на законы, регламенты, постановления в заданной области. К нормативному обеспечению должны быть даны четкие инструкции, методики, обучающий контент. Также серьезное внимание следует уделять мощной информационной поддержке, сформированной на современных методах и приемах организации системы информирования и регулирования и организации упрощенного доступа и возможности пользования данной системой. Все вышеперечисленные элементы представляют собой структуру механизма экономического управления и поддержки предпринимательской деятельности.

Причем, в данном механизме целесообразно выделить предмет и субъект управления, уровни управления и области воздействия. Если более детально рассмотреть предмет управления, то с точки зрения области воздействия можно выделить рынок, технологии и инфраструктурное обеспечение, ресурсное информационное обеспечение, кадровое и финансовое обеспечение. Каждый уровень и область воздействия предмета управления можно структурировать по уровням управления. Таким образом, мы сформируем матрицу механизма, позволяющую более детально, обоснованно и максимально направлять финансовые ресурсы и управленческие воздействия.

Среди уровней управления предлагается выделять субъектов инновационной деятельности (фирмы, реализующие инновационное предпринимательство и стартап-проекты), стейкхолдеров (клиенты, поставщики, банки, инвесторы, конкуренты, технопарки и инкубаторы, бизнес-сообщества), субъектов территориального управления (исполнительные органы территориального и местного самоуправления, суд и прокуратура, организации, осуществляющие контрольную и надзорную деятельность, инфраструктура развития и поддержки

предпринимательства) и субъектов влияния глобального уровня (транснациональные корпорации и сети, всемирное торговое объединение, международный валютный фонд, торгово-промышленные палаты, рейтинговые и информационные агентства).

Более детально можно рассмотреть действие данного механизма на примере того, как воздействует рынок (предмет управления) на субъект управления (инновационная деятельность). В данном случае следует подключать механизмы изучения потребителей, формирования и развития спроса, организацию каналов сбыта и условия и приемы взаимодействия с клиентами. Если в качестве субъекта управления рассматриваются стейкхолдеры, то с точки зрения предмета управления (рынок) будут исследованы клиенты, поставщики, банки и инвесторы, конкуренты, технопарки и инкубаторы, бизнес-сообщества.

На основе анализа всех используемых механизмов можно сформировать институциональные опционы, используемые для количественной оценки качества институциональной среды. Практика показывает, что проблемы чаще всего возникают из-за несогласованности или отсутствия отдельных элементов, в результате чего экономические агенты не могут его использовать по юридически предлагаемой схеме, ищут обходные пути решения возникающих проблем. Это ведет к росту издержек и времени реализации проекта, сокращает вероятность успешного его завершения.

#### **Список литературы:**

1. Иванов С.А., Ялунер Е.В., «Социально-экономическая среда предпринимательства: опыт северо-западного региона» // Экономика северо-запада: проблемы и перспективы развития. 2019. № 1-2 (58-59). С. 121-130
2. Romanenko E.V., Yaluner E.V., Strinkovskaya A.S., Loubochkin M.M., Kurochkina A.L., AN EDUCATIONAL METHODOLOGY FOR STUDYING CULTURE AS AN ORGANIZING CENTER IN ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT, APUNTES UNIVERSITARIOS. 2021. T. 11. № 2. С. 144-158.

УДК 331.5:314.15

ББК 65.04

*Иванов С.А., д.э.н., доцент, с.н.с., зав.  
лабораторией, ИПРЭ РАН, СПбГУ*

## **РАЗВИТИЕ СЕТЕВЫХ СВОЙСТВ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье анализируются проблемы формирования сетевых свойств человеческого капитала. Приводятся статистические и социологические данные о наличии цифровых навыков у населения. Дается определение

сетевых свойств человеческого капитала. Определяются задачи системы профессионального образования по развитию сетевых свойств человеческого капитала

**Ключевые слова:** человеческий капитал, сетевые свойства, цифровая экономика, цифровые навыки, профессиональное образование

Задача развития человеческого капитала, как главного приоритета, пронизывает «красной нитью» все стратегические документы, принятые в Российской Федерации за последние годы. Развитию человеческого капитала и созданию для его воспроизводства необходимых условий подчинены все пять национальных целей, утвержденных Указом Президента России от 21 июля 2020 г. № 474 [1]. Человеческий фактор выведен на суперпозицию в Стратегии научно-технологического развития России до 2035 года [2, с.14]. Особая роль человеческому капиталу, его новым свойствам отведена в программе «Цифровая экономика Российской Федерации» [3].

Говоря о новых свойствах человеческого капитала, потребность в которых стремительно растет в условиях реализуемого страной курса на цифровую экономику, мы, прежде всего, имеем в виду т.н. сетевые свойства, сетевые компетенции работника, необходимость в которых, наряду с профессиональными и универсальными знаниями и умениями, определяет способность и готовность человека работать в дистанционном формате, распределенном режиме взаимодействия.

Сразу подчеркнем, что наличие сетевых свойств - это нечто большее, чем владение цифровыми технологиями, хотя последнее, безусловно, является необходимой предпосылкой для их развития и реализации. Под сетевыми свойствами человеческого капитала мы понимаем различные совокупности способностей человека, «реализация которых опосредована использованием тех или иных цифровых технологий», которые обеспечивают как на уровне индивидов, так и отдельных групп, решение различных задач (производственных, управленческих и др.) в формате сетевого взаимодействия, а также способствуют ускорению решения этих задач. Развитие цифровых технологий формирует при этом новое пространство коммуникаций, превращая его в компонент среды экономической деятельности [4, с. 75].

Что касается собственно цифровых навыков, готовности работать с цифровой техникой, использовать цифровые технологии, то в этом вопросе у нашей страны тоже пока еще много нерешенных задач. Согласно данным статистики, в 2018 году только 41,1% жителей России в возрасте 15 лет и старше обладали навыками работы на компьютере с самыми простыми текстовыми редакторами (Word и т.п.). А обращаться, например, с электронными таблицами (Excel и т.п.) могло еще в два раза меньшее число россиян [5, с. 24].

Разумеется, в крупных городах, уровень владения населения цифровыми навыками значительно выше, чем в среднем по России. В Санкт-Петербурге, например, как показали результаты опроса взрослого населения, проведенного при участии автора, доля горожан, владеющих навыками работы с текстовым редактором, составила в целом 73%, а среди молодёжи 18-29 лет – 98%.

Однако владение даже продвинутыми цифровыми технологиями, не говоря уже о простейших бытовых «девайсах» типа смартфона, не говорит о том, что человек будет способен выполнять трудовые функции в сетевом формате взаимодействия.

Сетевой характер взаимодействия, в том числе в производственной сфере, не просто инкорпорирует работника в более широкую сеть коммуникации, он делает его субъектом производственного, инновационного, управленческого процесса, реализуемого в дистанционном формате. При этом стираются, а иногда полностью исчезают, цепи соподчиненности, поскольку все участники этого процесса становятся элементами единой системы, но распределенной в виртуальном пространстве. Максимально прозрачная позиция каждого из участников процесса распределенной коммуникации способствует трансформации традиционных социальных статусов и ролей, превращая работников скорее в партнеров, чем соподчинённых друг другу членов трудового коллектива в его традиционном понимании.

Свободный, динамичный характер общения, являющийся родовой чертой сетевого взаимодействия, стимулирует генерацию идей, смыслов, новых решений, формируя у работников новые компетенции, причем не только сетевые, но и дополнительные профессиональные, функциональные, социальные компетенции. Получает развитие профессионально-квалификационный профиль работника, существенной составляющей которого становится сетевая компонента, сетевые компетенции [4, с. 75].

Формирование у молодежи первых навыков работы с цифровыми, сетевыми устройствами начинается сегодня с освоения ими простейших цифровых устройств, со знакомства с ними, в общем-то, на бытовом уровне. Это, безусловно, имеет важное значение для вовлечения человека с новое для него цифровое пространство, однако, как мы уже отмечали, является лишь первым шагом к развитию сетевых свойств человеческого капитала.

Но еще важнее отметить следующее. Развитие сетевых свойств человека должно идти одновременно, сопряженно с формированием ключевых социальных компетенций. Более того, в основе развития самих сетевых свойств лежат способности именно социальной коммуникации в

ее традиционном понимании, а цифровые навыки выступают при этом лишь приложением к этим компетенциям.

Отметим и то, что формирование у молодёжи навыков социальной коммуникации, опосредованной цифровыми технологиями, является задачей подчас более сложной, чем развитие просто коммуникабельности. То, что называется «работой в команде», в условиях, когда члены команды находятся в распределенном режиме, а не «лицом к лицу», является особым видом командной работы, обучать которому сегодня в системе профессионального образования необходимо наряду с обучением профессиональным знаниям и умениям, развитием традиционных социальных компетенций.

Таким же особым видом деятельности в условиях цифровой экономики является и управленческий процесс, реализуемый в дистанционном режиме. Способность принимать и реализовывать управленческие решения в отношении распределенного человеческого капитала является еще одной из новых задач теории управления, которую тоже надо начинать решать в стенах профессиональных образовательных организаций.

В заключении отметим, что переход нашей страны к цифровой экономике поставил принципиально новые задачи перед всеми членами общества. Особую роль этот переход отвел системе профессионального образования, отвечающей за формирование человеческого капитала с новыми свойствами, необходимыми для цифровой экономики, для нового цифрового общества.

#### **Список литературы:**

1. «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. №474. Российская газета - Федеральный выпуск № 159 (8213) от 22 июля 2020г.
2. Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 г. № 642  
«Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р.
3. Иванов С.А., Светлов К.В. Сетевые модели человеческого капитала в цифровой экономике // Актуальные проблемы труда и развития человеческого потенциала: Вузовско-академический сборник научных трудов. Выпуск №2 (18) / Под редакцией В.И. Сигова и С.В. Кузнецова. - СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. с. 77-85.
4. Цифровая экономика: 2020: краткий статистический сборник / Г.И.Абдрахманова, К.О.Вишневский, Л.М.Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т

УДК 332.1:331.54

ББК 65.04: 74.40

*Шестакова Н.Н., к.т.н., доцент ИПРЭ РАН*

## **ФИНАНСИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ КАК ИСТОЧНИК ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА<sup>1</sup>**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье на основе данных официальной статистики проанализирована динамика финансирования системы образования в целом и профессионального образования, в частности. Установлено, что основными источниками финансирования расходов на образование являются федеральный, региональные и муниципальные бюджеты. Внебюджетные средства (от предпринимательской деятельности, средства спонсоров, добровольные пожертвования и целевые взносы) в финансировании образования играют незначительную роль

**Ключевые слова:** система образования финансирования системы образования; динамика финансирования образования в целом; динамика финансирования образования по уровням бюджетной системы

Эффективность функционирования системы образования, как, впрочем, и любой другой сферы, в значительной степени определяется объемами и регулярностью ее финансового обеспечения.

Ретроспективную информацию о финансировании системы образования вообще и профессионального образования, в частности, можно почерпнуть из различных источников и, в том числе – в обобщенном виде - из статистических сборников, издаваемых НИУ ВШЭ.

Сводное описание расходов на образование по системе в целом можно обнаружить, например, в Сборнике «Индикаторы образования: 2020» [1, с.98-99].

Официальные данные, приведенные в [1, с.98-99], свидетельствуют о последовательном нарастании объемов финансирования за рассматриваемый период как в целом, так и части государственных, и внебюджетных расходов – если его рассматривать в текущих ценах. Однако при пересчете показателя в цены постоянные, первое благоприятное впечатление оказывается обманчивым: при определенном росте общих объемов финансирования и расходов государства до 2013 года, в дальнейшем по этим показателям наблюдается постепенный спад. Расходы же, осуществляемые за счет внебюджетных источников, стабильно уменьшаются года от года.

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках плановой темы НИР 2021 года.

Практически та же динамика характеризует и долю расходов на образование в валовом внутреннем продукте. Обратим внимание, что падение доли государственных расходов началось еще раньше: с 2011 года.

Распределение собственно государственных расходов, то есть расходов, относимых к образованию как элементу социального сектора, по уровням бюджетной системы также содержится в Сборнике «Индикаторы образования: 2020» [1, с.100, 103]. При этом консолидированный бюджет страны представляет собой свод (сумму) бюджетов всех уровней бюджетной системы Российской Федерации.

Согласно информации [1, с.100, 103], основными источниками финансирования расходов на образование являются федеральный, региональные и муниципальные бюджеты. При этом бюджеты различных уровней принимают неодинаковое участие в финансовом обеспечении разных учреждений образования. Так, учреждения среднего общего образования на 99% финансируются за счет бюджетов субъектов Федерации и только на 1% - из федерального бюджета. В то же время высшие учебные заведения 96% средств получают из федерального бюджета и только 4% – из территориальных бюджетов. Финансовое обеспечение образовательных учреждений среднего профессионального образования передано на региональный уровень.

Исследование государственных расходов по уровням бюджетной системы в 2000-2018 гг. при первоначальном рассмотрении также демонстрирует более или менее плавную положительную динамику: она просматривается как на уровне бюджетов государства/ федерации в целом, так и суммарно на уровне бюджетов субъектов федерации. Хотя в отношении этих расходов к валовому внутреннему продукту картина складывается несколько иная: после достижения своего пика в 2010 году, доля государственных расходов на образование в ВВП – как на уровне консолидированного, так и на уровне федерального бюджетов постепенно снижается. На уровне региональных консолидированных бюджетов максимум оказался несколько смещен: он пришелся на 2013 год.

Внебюджетные средства (от предпринимательской деятельности, средства спонсоров, добровольные пожертвования и целевые взносы) в финансировании образования играют незначительную роль. Принципиально объем внебюджетных средств невозможно спрогнозировать с высокой степенью вероятности. В рассматриваемом же периоде можно говорить о нестабильности их поступления. Так, на уровне государства в целом отмечается всплеск расходов в 2005 году: 11,0 млрд рублей<sup>2</sup>. Однако ни до, ни после этого расходы бюджетов

---

<sup>2</sup> Вероятно, это связано с выдачей Федеральному агентству по образованию в 2005 документа, регулирующего внебюджетную деятельность образовательных учреждений:

государственных внебюджетных фондов нельзя назвать сколь-нибудь значимыми.

### **Список литературы:**

1. Индикаторы образования: 2020 : статистический сборник / Н.В. Бондаренко, Д.Р. Бородина, Л.М. Гохберг и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : НИУ ВШЭ, 2020. – 496 с.
2. Беляков С.А. Новые лекции по экономике образования. [Текст] ; - М.: МАКС Пресс, 2007. — 424 с.

УДК 332.1:331.54

ББК 65.04: 74.40

*Скворцова М.Б., к.э.н., с.н.с., ИПРЭ РАН*

## **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ МЕРЫ ПО ЗАЩИТЕ И ПОДДЕРЖКЕ МОЛОДЕЖИ В СФЕРЕ ЗАНЯТОСТИ В УСЛОВИЯХ РАСПРОСТРАНЕНИЯ COVID-19<sup>3</sup>**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены основные направления дополнительных мер, реализуемые Правительством, Минобрнауки и Министерством труда и социальной защиты РФ, по содействию занятости российской молодежи в условиях распространения новой коронавирусной инфекции COVID-19. Обозначены цифровые возможности решения проблем занятости

**Ключевые слова:** российская молодежь, содействие молодежной занятости; новая коронавирусная инфекция COVID-19

В 2020 году в условиях распространения COVID-19 Правительством был принят ряд дополнительных мер, направленных на защиту и поддержку различных групп населения в сфере занятости.

Безработице подвержены все группы трудоспособного населения, однако наиболее ярко это проявляется среди молодежи. Молодые люди во всех странах мира относятся к уязвимой группе на рынке труда, Россия в этом вопросе не исключение. Особое внимание в рамках данной статьи уделено категории граждан, ищущих работу впервые в условиях пандемии.

Обозначим основные направления реализуемых мер.

На портале «Работа в России» в настоящее время создается раздел, посвященный стажировкам как одному из путей увеличения количества трудоустроенных молодых специалистов. Сервис объединит работодателей, готовых организовать практику, и учащихся, что позволит

---

Генерального разрешения на открытие лицевых счетов по учету средств, полученных от предпринимательской и иной приносящей доход деятельности, в территориальных органах Федерального казначейства главному распорядителю средств федерального бюджета и подведомственным ему учреждениям. См.: [2, с. 224-258].

<sup>3</sup> Статья подготовлена в рамках плановой темы НИР 2021 года.

учащимся выбрать стажировку и оформить на портале отношения с работодателями в электронном виде.

Сформирована программа по повышению квалификации / переквалификации безработных граждан, зарегистрированных на бирже труда, в т. ч. она распространяется и на молодых людей, имеющих соответствующий статус. Правительством выделено порядка 3 млрд рублей на их переобучение. Предполагается охватить порядка 110 тыс. граждан.

По словам главы Минобрнауки В.Н. Фалькова, выпускников 2020 года планируется активно привлекать на исследовательские позиции в вузы и научные организации (вакансии (предположительно около 5 тыс.) намечено разместить на портале ученые-исследователи.рф). Также достигнута договоренность министерства с Фондом содействия инновациям о расширении программ «Умник» и «Старт», направленных на поддержку научно-технических проектов молодых людей, получивших дипломы в этом году [1].

Минобрнауки России совместно с образовательным центром «Сириус» была создана новая программа наставничества, по итогам которой лучшие студенты получают работу и могут помогать одаренным детям из региональных филиалов «Сириуса» в реализации различных исследовательских проектов.

В конце сентября 2020 г. министром труда и социальной защиты РФ А.О. Котяковым и министром науки и высшего образования РФ В.Н. Фальковым был подписан приказ «Об утверждении Комплекса мер по содействию трудоустройству граждан, завершивших обучение по основным образовательным программам высшего образования в 2020 году, в том числе в образовательные организации высшего образования и научные организации», который содержит ряд мероприятий, направленных на трудоустройство выпускников этого года. Среди основных направлений деятельности стоит отметить такие положения, как [2]:

- организация взаимодействия органов службы занятости населения субъектов страны с университетами и проведение ежеквартального мониторинга трудоустройства выпускников вузов, обратившихся в центр занятости населения;

- создание на сайте общероссийской базы вакансий «Работа в России» раздела «Трудоустройство выпускников образовательных организаций высшего образования», что позволит проанализировать наличие вакантных мест для дальнейшего трудоустройства студентов, окончивших университет;

- организация взаимодействия региональных органов службы занятости населения с работодателями. В результате будет сформирован

банк вакансий. Все предложения от работодателей будут размещены на интерактивном портале органов государственной службы занятости для трудоустройства выпускников.

- создание единой базы данных выпускников;
- проведение ежемесячно консультаций, ярмарок вакансии, профориентационных мероприятий, экскурсий в организации, в том числе в онлайн-формате;
- организация психологической поддержки для выпускников вузов;
- организацию стажировок для выпускников;
- создание института наставничества на предприятиях в регионах;
- содействие трудоустройству выпускников с ограниченными возможностями здоровья.

Кроме того, с 9 апреля 2020 г. существенно упрощена процедура регистрации в качестве безработного. Появилась возможность сделать это дистанционно на портале «Работа в России». Очень удобная опция, которую смогли оценить граждане нашей страны.

#### **Список литературы:**

1. Мишустин М. Соповещание о ситуации на рынке труда. 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/news/39947/>
2. Минтруд и Минобрнауки утвердили комплекс мер по содействию трудоустройству выпускников вузов. Минтруд России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mintrud.gov.ru/employment/69>

УДК 614  
ББК 65.050

*Кузьмина Л.К., к.ф.н., доцент, ИПРЭ РАН*  
**ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ  
ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ПРОЦЕССА**

#### **АННОТАЦИЯ**

Рассматриваются вопросы влияния трансформации социального пространства на формирование и качество человеческого капитала

**Ключевые слова:** человеческий капитал, здоровье, социальные трансформации, здравоохранение

В современных условиях интенсификации трансформационных процессов, здоровье, как одна из составляющих человеческого капитала, становится важнейшим ресурсом общества, основным фактором прогресса. Оно определяет возможности и границы участия человека в трудовой и общественной жизни: достигать в заданных условиях определенных результатов и самосовершенствоваться.

Изменения человеческого капитала, как в качественном, так и в количественном отношении становятся не только российской проблемой но и геополитической. Изменения, характеризующиеся деструктивностью,

вливают на развитие тех или иных процессов и становятся угрозами национальной безопасности. Исследования состояния здоровья как фактора развития, накопления человеческого капитала позволяют определить специфические особенности развития динамических процессов, происходящих в обществе. Здоровье как фактор развития человеческого капитала во многом определяется состоянием системы здравоохранения.

Здравоохранение как национальная система строится на ценностях здоровья. Оптимизация деятельности этой сферы требует разработки и создания такого механизма взаимодействия власти, при котором они станут глубоко заинтересованными в успешной реализации политики сохранения и укрепления здоровья каждого человека, а также в распространении здорового образа жизни, в оздоровлении среды обитания в качественном и эффективном медицинском обслуживании.

Понимание тенденций и перспектив развития здравоохранения позволяет выявить возможные отклонения в системе институционального развития. Понимание этого приводит к осознанию закономерностей развития всей системы в целом. Необходимым условием организации эффективного процесса сохранения здоровья населения является получение достоверной, полной и своевременной информации о процессах, происходящих не только в социальной сфере, но и в других отраслях региональной экономики с позиции комплексной оценки состояния региона с тем чтобы наметить план определения мероприятий, регулирующих воздействий, направленных на поддержку позитивных процессов и ослабление действий негативных нарастающих тенденций. При этом следует руководствоваться принципами, базирующимися на конкретности, измеримости, реалистичности, согласованности, непротиворечивости. Для решения тех или иных практических задач необходимо также опираться на данные мониторинга состояния трансформационных процессов, протекающих в общественной жизни.

Развернувшаяся модернизация здравоохранения является сложным и многоуровневым процессом. Технология его реализации состоит из целого ряда взаимосогласований по использованию комплекса мероприятий, методов, приемов, подходов, и т.п. и направлена на достижение главной цели – сохранение здоровья населения в условиях усиливающейся трансформации. Все эти усилия направлены на решение тактической задачи оперативного реагирования экономической системы здравоохранения и ее структурных элементов на вызовы внешней среды.

Основным источником финансирования здравоохранения остаются бюджетные средства, сформированные на качественно новой основе - с ориентацией на пациента (ибо парадигма развития – пациентоориентированное здравоохранение). Оно включает

гарантированный объем бесплатного, доступного, качественного медицинского обслуживания. Дополнительными источниками финансирования могут стать инвестиции, средства некоммерческих объединений и организаций, спонсорские средства, а также различного рода пожертвования. Нетрадиционными источниками могут служить перечисление средств предприятий, фирм, за оказание дополнительной медицинской помощи, расширение перечня услуг, перечисление части средств фонда социального страхования, сэкономленного за счет снижения временной утраты трудоспособности, и т.д.

Сама необходимость реформ признана всеми и понятна большинству. Однако, осуществленные преобразования в сфере здравоохранения приняли совершенно неэффективный, деградационный характер.

В последнее время существенно изменилось отношение власти к этой сфере. Она уже не рассматривается как второстепенная, которая требует постоянных затрат. Для повышения престижа профессии медицинского работника требуется не только повышение заработной платы, но признание ценности их труда. Необходимо уделить особое внимание целевой подготовке медицинских работников: совершенствовать систему подготовки, переподготовки, непрерывного образования, дополнительного профессионального образования врачей и среднего медицинского персонала. Серьезного внимания требует создание единой информационной базы здравоохранения, включающей расширение электронной записи на прием к врачу, ведение электронной медицинской карты и электронной истории болезни с обеспечением их стандартизации и унификации, ведение документооборота в электронном виде, информирование населения по медицинским вопросам.

Реализация программ совершенствования системы здравоохранения позволит обеспечить увеличение ожидаемой продолжительности жизни к 2030 году до 78 лет, уменьшить смертность от всех причин на 1000 человек до 11,3 промилле, довести соотношение врачей и среднего медицинского персонала к 2030 году 1:35.

Для успешной реализации всех намеченных мероприятий важно обеспечить устойчивое взаимодействие всех задействованных субъектов.

УДК 314.06

ББК 60.7

*Чистякова Н.Е., к.э.н., доцент, ИПРЭ РАН*  
**ЦЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ  
КОМПОНЕНТЫ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА  
ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА<sup>4</sup>**

**АННОТАЦИЯ**

Концепция демографического развития РФ и Концепция государственной миграционной политики, Национальные проекты «Демография» и «Здравоохранение» рассматриваются как нормативно-правовая база регулирования демографической компоненты человеческого капитала инновационной экономики региона

**Ключевые слова:** человеческий капитал, демографические показатели, национальный проект, демографическое регулирование

Цели регулирования демографической компоненты человеческого капитала должны быть отражены в целевом блоке стратегии социально-экономического развития региона. Нормативно-правовой базой для этой работы служат Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года, а также Национальные проекты «Демография» и «Здравоохранение». Ключевыми целями национального проекта «Демография» являются: [1]

увеличение ожидаемой продолжительности здоровой жизни,

увеличение суммарного коэффициента рождаемости,

увеличение доли граждан, ведущих здоровый образ жизни и граждан, систематически занимающихся физической культурой и спортом.

В национальный проект «Демография» включен ряд федеральных проектов. Элементом новизны их реализации является то, что в три из пяти проектов включены возрастные показатели демографических процессов (таблица 1).

---

<sup>4</sup> Статья подготовлена по результатам исследований по теме НИР: «Разработка теоретико-методологических основ стратегии трансформации социального и эколого-экономического пространства, ее влияния на развитие человеческого капитала инновационной экономики» ГР: АААА-А20-120030390032-1 в 2020 году

Таблица 1 – Перечень демографических показателей национального проекта «Демография»

Федеральный проект	показатель
<i>Финансовая поддержка семей при рождении детей</i>	1. Суммарный коэффициент рождаемости
	2. Коэффициенты рождаемости в возрастной группе 25-29 лет
	3. Коэффициенты рождаемости в возрастной группе 30-34 лет
<i>Формирование системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, включая здоровое питание и отказ от вредных привычек (Укрепление общественного здоровья)</i>	1. Смертность мужчин в возрасте 16-59 лет (на 100 тыс. населения)
	2. Смертность женщин в возрасте 16-54 лет (на 100 тыс. населения)
<i>Разработка и реализация программы системной поддержки и повышения качества жизни граждан старшего поколения (Старшее поколение)</i>	Ожидаемая продолжительность жизни граждан в возрасте 55 лет (оба пола, лет)

*Источник:* [2]

Ключевые цели национального проекта «Здравоохранение» содержат ряд позиций медицинского направления. Отметим две из них, имеющие непосредственное отношение к демографической политике: [3]

- снижение смертности населения,
- снижение младенческой смертности,

Поэтому в перечень демографических показателей национального проекта «Здравоохранение» входят: [4]

- Младенческая смертность (на 1 тыс. родившихся детей)
- Смертность населения трудоспособного возраста (на 100 тыс. населения)
- Смертность от болезней системы кровообращения (на 100 тыс. населения)
- Смертность от новообразований, в том числе от злокачественных (на 100 тыс. населения)

Нормативно-правовой базой для определения приоритетов регулирования миграционных процессов в контексте влияния на человеческий капитал региона является Концепция государственной миграционной политики Российской Федерации на 2019 – 2025 годы.

По сравнению с предыдущей Концепцией, принятой в 2012 году, Концепция миграционной политики на 2019-2025 гг. отражает значительные продвижения в формулировании целей и задач государственного регулирования миграционных процессов. Ее основные

усилия направлены на совершенствование миграционного законодательства Российской Федерации. План мероприятий по реализации Концепции миграционной политики включает в себя: [5]

- Совершенствование механизмов, регулирующих порядок въезда в Российскую Федерацию, пребывания на ее территории иностранных граждан, а также процесс добровольного переселения в Российскую Федерацию соотечественников и иных лиц.
- Создание условий для адаптации иностранных граждан к правовым, социально-экономическим, культурным и иным условиям жизни в Российской Федерации.
- Содействие свободному перемещению обучающихся, научных и педагогических работников.
- Создание условий для снижения диспропорций в размещении населения и решения задач пространственного развития страны.

Отметим, что успешное регулирование миграционных процессов на региональном уровне возможно только в случае решения общегосударственных задач в процессе реализации Концепции миграционной политики.

Формирование и использование человеческого капитала регионов РФ происходит в условиях естественной убыли населения, смещения сроков начала репродуктивной деятельности и наступления порога старости в более поздних возрастах, изменения законодательных границ пенсионного возраста, снижения ресурсов для внутрироссийской миграции и усиления роли международных миграционных потоков. Поэтому сохранение и использование человеческого капитала российских регионов возможно при условии активного регулирования демографических процессов и реализации намеченных мероприятий миграционной политики.

#### **Список литературы:**

1. Паспорт национального проекта «Демография». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/info/35559/>
2. Перечень показателей национального проекта «Демография». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/metod/fed.proekt.htm>
3. Паспорт национального проекта «Здравоохранение». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/info/35561/>
4. Перечень показателей национального проекта «Здравоохранение». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/metod/naz-proekt/NP04.htm>
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22 февраля 2019 года № 265-р «Об утверждении плана мероприятий по реализации в 2019-2021 годах Концепции государственной миграционной политики

УДК 332  
ББК 65.050

*Демидова С.Е., к.э.н., доцент, департамент  
общественных финансов, Финансовый  
университет при Правительстве Российской  
Федерации*

## **ФАКТОРЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ В АСПЕКТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассмотрены особенности цифровой трансформации в условиях новой реальности и устойчивого развития. Представлен зарубежный и российский опыт формирования институциональной среды цифровой экономики. Выделены факторы риска и ограничения для цифровизации социально-экономического пространства

**Ключевые слова:** цифровая экономика; устойчивое развитие; безопасность; цифровая торговля; электронное правительство

Индустрия 4.0 как стратегическая цель правительства Германии получила свое развитие в 2011 году. И стала второй глобальной инициативой последних десятилетий, трансформирующей социально-экономические отношения в мировом масштабе, после Целей устойчивого развития. Цифровая трансформация как фактор устойчивого развития и сокращения неравенства рассматривается в Декларации лидеров G20 [1]. Поиск взаимообусловленности этих процессов активизировался в научной среде [2,3]. Искусственный интеллект, большие данные, распределенный реестр, интернет вещей, робототехника, облачные вычисления, аддитивное производство и др. являются инструментами Индустрии 4.0, трансформирующими хозяйственные и социальные отношения. Очевидно, что и в трех средах, выделенных концепцией устойчивости, будут происходить изменения; экономическая среда (рост производительности, увеличение скоростей оборотов, институциональные изменения, сближение производителя и потребителя и др.); экологическая (энергоэффективность, снижение вредного воздействия, экологический мониторинг и др.); социальная (проблемы безопасности, коммуникации и др.).

Государства, крупные компании, технологические платформы, конкурируя, стремятся получить больше преимуществ цифрового прогресса. Ведущие страны мировой экономики США, Германия, Франция, Великобритания и другие, в официальных документах заявили о переходе к Индустрии 4.0 [4]. К таким документам относятся:

Федеральная облачная стратегия в США (2009); Правительственная программа Германии «Индустрия 4.0» (2011); Проект развития интернет-экономики ЕС «Цифровая Европа» (2010), «Формирование цифрового будущего Европы» (2020), «Стратегия МСП для устойчивой и цифровой Европы» (2020); Китайское производство 2025; Основные направления реализации цифровой повестки до 2025 года ЕАЭС.

В России стратегическими документами цифровой трансформации стали: Национальная технологическая инициатива (2016), Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации (2016) Государственная программа «Цифровая экономика» (2017), Национальный проект «Цифровая экономика», Указы Президента Российской Федерации о национальных целях развития Российской Федерации на период до 2024 и до 2030 годов.

По индексу I-DESI [5] в 2018 году Россия занимала 12-е место из 17, опередив, Китай, Турцию, Мексику, Бразилию. Индекс DESI для стран ЕС опубликован в 2020 году, Финляндия, Швеция, Дания и Нидерланды лидируют по уровню цифровизации среди стран ЕС [6]. При этом этот индекс будет использоваться для мониторинга прогресса в оцифровке МСП на ежегодной основе. Представленные данные необходимо рассматривать в совокупности с цифровыми мерами, принятыми в жестких условиях 2020 года под влиянием пандемии и необходимости экономического восстановления.

Следствием общемировой цифровой трансформация стало изменение отношений между производителями и потребителями, цифровая торговля (digital trade, e-commerce) вытесняет традиционную как наиболее эффективный механизм рыночного взаимодействия. По оценке объемы глобальной электронной коммерции выросли в 2020 г. на 18,4% роста до 4,105 трлн долл. Как для розничной торговли, так и для e-commerce продажи в Китае и США продолжают значительно влиять на общие глобальные показатели в этом секторе. Азиатско-Тихоокеанский регион будет реализовывать 62,6% всех цифровых продаж, Северная Америка – 19,1%, Западная Европа – 12,7%. [7]

Российский рынок выглядит перспективно в этой сфере. Для преодоления объективных проблем российской логистики (низкая плотность населения, протяженность территории, имеющиеся ограничения по доступности) возможно использование модели O2O (Online to Offline), связывающей виртуальные и физические рынки. Среди факторов роста российского рынка высокое проникновение интернета (72 % домохозяйств имеют широкополосный доступ к интернету); положительная динамика инвестиций в российский рынок; значительные траты россиян в зарубежных интернет-магазинах.

Основные причины отставания России от лидеров: недостаточно благоприятная среда для ведения инноваций (27 место в рейтинге Bloomberg Innovation Index), пробелы в правовом регулировании, недостаточный объем инвестиций в научные исследования и технологии, низкий уровень применения цифровых технологий бизнесом.

Цифровизация получит дополнительный импульс в мире с проникновением COVID-19. Правительства государств ввели запреты и строгие ограничения на социальное дистанцирование, что вызвало глубокий спад в авиации, общественном питании, индустрии развлечений. При этом электронная коммерция, телемедицина, онлайн-образование и информационные технологии, поддерживающие удаленную работу, выросли в геометрической прогрессии [8].

Однако остается неясным, будет ли растущее применение цифровых технологий в коммуникационном, промышленном и сервисном секторах способствовать или препятствовать переходу к устойчивому развитию, сокращению неравенства, обеспечению достойной работой, ответственному потреблению и производству, экологической безопасности. При этом, наиболее уязвимыми становятся работающие люди и отдельные отрасли экономики.

#### **Список литературы:**

1. Декларация лидеров «Группы двадцати». – Режим доступа: <http://kremlin.ru/supplement/5373> (дата обращения 30.10.2020).  
Ejsmont K., Gladysz B., Kluczek A. Impact of Industry 4.0 on Sustainability—Bibliometric Literature Review// Sustainability. – 2020. – № 12, 5650. – P. 2-29. Doi:10.3390/su12145650
2. Kamble S., Gunasekaran A., Gawankar S. Sustainable Industry 4.0 framework: A systematic literature review identifying the current trends and future perspectives. Process Saf. Envir. Prot. – 2018. – № 117. – P. 408–425.  
Гулин К.А., Усков В.С. О роли интернета вещей в условиях перехода к четвертой промышленной революции// Проблемы развития территорий. – Вып. 4 (90). – 2017. – С. 120-132.
3. DESI 2018: How digital is Europe compared to other major world economies? – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/how-digital-europe-compared-other-major-world-economies> (дата обращения 30.10.2020).
4. Digital Economy and Society Index (DESI) 2020. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-economy-and-society-index-desi> (дата обращения 30.10.2020).
5. Global Ecommerce 2020. Ecommerce Decelerates amid Global Retail Contraction but Remains a Bright Spot. 2020. – Режим доступа: <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-2020> (дата обращения 30.10.2020).

6. Going digital during COVID-19 and beyond. 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwccn.com/en/tmt/going-digital-during-covid-19-beyond-jul2020.pdf> (30.10.20120).

УДК 332.1  
ББК 65.050

*Романенко Е.В., д.э.н., профессор декан  
факультета Экономика и управление, Сибирский  
государственный автомобильно-дорожный  
университет, г. Омск*

*Зуенок Е.А., аспирант, Сибирский  
государственный автомобильно-дорожный  
университет, г. Омск*

## **РОЛЬ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрена роль ИТ-технологий в инновационном развитии предпринимательства. Сделаны выводы и том, что использование ИТ-технологий оказывает большое влияние как на развитие национальной экономики, так и на степень государственного регулирования и поддержки предпринимательской деятельности

**Ключевые слова:** ИТ-технологии, кластеры, технопарки, стартап, предпринимательство, государственная поддержка

По своей сути ИТ-технологии это есть база информации, которая подлежит обработке, систематизации, хранению и использованию для удовлетворения потребностей тех или иных третьих лиц. Где третьими лицами могут выступать клиенты, желающие использовать данную информацию для собственных целей, либо коммерческих, чтобы достичь ожидаемый эффект как в получении прибыли, так и в простоте и мобильности использования полученной информации, причем в большей степени максимально минимизировав при этом затраты, как временные так и материальные.

Уже на протяжении нескольких лет предпринимательство, бизнес, да и просто обыватели сталкиваются с различными информационными технологиями, которые ежедневно, систематически внедряются в жизненное пространство каждого, при чем данный процесс почти не является контролируемым. Одними из ярких примеров внедрения информационных технологий выступает: для предпринимательства – личный кабинет ИФНС РФ и ПФ РФ, Единый информационный сайт государственных закупок, 1С Бухгалтерия, Бухсофт и пр.; для обычных обывателей – портал Госуслуг, онлайн кинотеатры, онлайн магазины и т.д.

Большинство IT-технологий являются привлекательными для предпринимательства, где основным из критериев выступает применение структуры взаимосвязей, глобализация – что есть составляющим фактором продажи категории B2B. Одним из основных ключевых критериев выступает возможность ведения бизнеса, выходящего за рамки территориальной привязки, а именно удаленность, позволяющая интегрироваться в различные сферы экономики всего мира. Залогом успеха использования клиентом IT-технологий выступают следующие качества, прежде всего это актуальность и своевременность сегодня и сейчас, угадывание веяния трендов, повышенная полезность и отсутствие стационарности [1].

Сегодня предпринимательство и IT-технология имеют неразрывную взаимосвязь, которая уже продиктована необходимостью применения таковых, а не является роскошью или веяньем тренда. Если еще вчера информационные технологии, применяемые в предпринимательстве были необходимы для завоевания более высокой ступени в иерархии конкурентоспособности, то сегодня использование таковых на разных этапах формирования бизнес-процессов является прямой необходимостью, для того чтоб хотя бы оставаться на том же «рутинном» уровне развития в своей сфере. IT технологии – это есть «стартапы» на этапе становления идеи. В первые, данная аббревиатура прозвучала в журнале Forbes в 1976 г. Подразумевается, что стартап – это есть идея, которая носит инновационный характер для внедрения, развития какой-либо предпринимательской деятельности, не имеющая под собой достаточного количества ресурсов для реализации [2].

*История возникновения стартапов.* Кремневая долина – это местечко к юго-востоку от Сан-Франсиско, где еще в XIX в. открылся университет, который позже получил название Стэнфорд, в честь погибшего сына сенатора Л. Стэнфорда – младшего. Родоначальников идеи организации «Кремневой долины» стал профессор Ф. Терман, который в Стэнфорде преподавал технические науки, акцент ставился на радиотехнику. Основной своей задачей считал донести до учащихся необходимость внедрения собственных исследований, идей в бизнес-процессы. И уже в 1951 г. был организован Стэнфордский технопарк. Задачей технопарка выступает возможность предоставления для исследований и разработок новых идей, помещений, лабораторий, оборудования на очень льготных условиях. Тесное взаимодействие Кремневой долины и правительства США образовалось не на почве развития и внедрения коммерческих проектов, переломным моментом выступила Вторая мировая война. Оснащенность Стэнфорда техническими мощностями в части радио-технологий определило данное партнерство. Технологи стали работать на армию и еще до окончания

войны правительство США из-за большого количества ветеранов, приняло решение о разработке проекта обучения для таковых на базах университетов страны. Для Стэнфорда это стало очередным витком развития, так как помимо неплохих инвестиций со стороны правительства, основным плюсом выступало большое количество свежих идей, позволяющие расширить технические возможности университета. На базе университета, а именно «Стэнфордского исследовательского института» появились первые компьютеры, которые рассчитывали траектории паллеты ракет и в 1966 году был создан первый искусственный интеллект. Новым толчком развития технопарка стал запуск «Спутника 1» в космос СССР в 1957 г., что сильно ударило по самолюбию правительства США. И началась гонка между двумя державами за освоение космоса. Правительство США инвестировало в проекты все больше и больше, запустили проекты NASA и DARPA. В 1959 г. разработана первая микросхема на кремневой подложке и уже в 1968 г. Р. Нойс открывает компанию Intel, название которой произошло от начальных букв словосочетания «интегральная электроника». Так и начался век микросхем.

В период гонки вооружений правительство США было обеспокоено возможностью утечки информации по средствам ее кражи из телефонных и телеграфных сетей, для предотвращения утечки «Агентство перспективных исследовательских проектов» ARPA создало систему Arpanet и уже после было создан протокол, способный аккумулировать всю информационную сеть воедино. Проект получил название – Internet. Яркими представителями «Кремневой долины» выступают основатели Apple, Tesla, Facebook.

*История появления и развития «стартапов» в России.* Инновационный центр «Сколково» – есть подобие кремневой долины. Образован в 2010 г., основоположником выступает фонд Сколково, цель – коммерциализация проектов, идей, носящих инновационный характер. Основное финансирование – госбюджет, но есть и частные инвестиции. Отцом основателем идеи открытия технопарка «Сколково» выступает писатель-публицист М. Калашников, его обращение в адрес Президента РФ сыграло не маловажную роль, в издании распоряжения в 2009 г. «о создании рабочей группы для разработки проекта Сколково» – по аналогии Кремневой долины.

2011 г. – продолжается строительство инфраструктуры технопарка. Открывается офис Сколково в Калифорнии. Первое привлечение частных инвестиций в размере 3,5 млрд руб. 2012 г. – сотрудничество Сколково с «Федеральным космическим агентством», разработка проекта по расширению территории Москвы. К концу 2012 г. резидентами технопарка стали 793 компании, поддержка по грантам составила 3 млрд.

руб. Создано 130 объектов интеллектуальной собственности. 2013 г. – возбуждено два уголовных дела по факту хищения денежных средств, направленных на выплату грантов, Министерство финансов сократило инвестирование проектов в части выплат по грантам. 2014 г. – вливание в фонд Сколково частных инвестиций в размере 4,5 млрд. руб. 2015 г. – фонд Сколково подает в суд исковое по факту нецелевого использования грантовых выплат. 2016 г. – подписывается соглашение с Royal Philips, проект направлен на развитие отрасли здравоохранения и называется «Неотложная помощь». В средства массовой информации просачивается новость о том, что разработан проект по первому беспилотному автобусу «Матрешка». 2017 г. – продолжается строительство медицинского технопарка Сколково, открывается главный корпус международной гимназии Сколково. 2018 г. – начинается тестирование беспилотных такси на базе Toyota и парка Яндекс [3].

Согласно исследованию журнала Forbes – территориальное расположение и развивающаяся инфраструктура технопарка Сколково, бизнес-центры, учебные и инновационные центры является стратегически правильным решением. Также на базе Сколково образованно пять кластеров, имеющих очень важное значение для страны, а именно кластер биометрических технологий, информационных и компьютерных технологий, энерго-эффективных технологий, передовых промышленных технологий, космические технологии и ядерные технологии, последний нацелен в большей степени на обеспечении радиоактивной безопасности.

Таким образом, сегодня Сколково проходит этап становления, что способствует определению критериев конкурентоспособности в области аналогичных технопарков США и Израиля, важную роль в данном процессе играют IT-технологии.

#### **Список литературы:**

1. Скворцова, Н.А., Лебедева, О.А., Сотникова, Е.А. – Влияние информационных технологий на развитие бизнеса [Электронный ресурс] // Теоретическая и прикладная экономика. – 2018. – № 1. – С. 42-50. – Режим доступа : [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=25189](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25189) (дата обращения 05.11.2020).
2. Тихомирова О.Г. Технологическое предпринимательство и инновационные образовательные технологии в цифровой экономике [Электронный ресурс] // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 11 (часть 1). – С. 162-167. – Режим доступа : <https://www.vaael.ru/article/view?id=804> (дата обращения 05.11.2020).
3. Гусев, В.В., Милючихина, О.А. Российский инновационный центр «Сколково»: современное развитие и формирование будущих перспектив // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Социология. Политологи. – 2017. – Т. 17. – Вып. 4. – С. 378-382. (дата обращения

05.11.2020).

УДК 332.1  
ББК 65.050

*Романенко Е.В., д.э.н., профессор, декан  
факультета Экономика и управление, Сибирский  
государственный автомобильно-дорожный  
университет, г. Омск*

*Рыбакова К.Б., магистрант, Сибирский  
государственный автомобильно-дорожный  
университет, г. Омск*

## **ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ТРАНСПОРТНОЙ СФЕРЫ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены актуальные проблемы повышения эффективности деятельности субъекта предпринимательства транспортной сферы в условиях инновационной экономики. Определена роль транспорта в национальной экономике. Намечены пути повышения эффективности деятельности субъекта предпринимательства транспортной сферы

**Ключевые слова:** эффективность, субъект предпринимательства в сфере транспорта, инновационная экономика

В настоящее время современные условия формирования и развития национальной экономики инновационного типа настоятельно требуют активного развития. В связи с этим возникают все новые технологии производства, совершенствуются процессы управления, существенно меняется конкурентная среда, модернизируется законодательная база, которая регламентирует деятельность субъекта предпринимательской деятельности в транспортной сфере. В данных условиях перед субъектами предпринимательства транспортной сферы возникают актуальные проблемы решения вопросов инновационного развития на транспортном рынке, а также задач более эффективного взаимодействия с потребителями транспортных услуг.

Транспорт является важным элементом производственной инфраструктуры и представляет собой не только процесс перемещения товаров, но и является основным элементом отношений между поставщиками и клиентами. Без изучения требований эффективности, которые определяются покупателями невозможно развивать транспортные услуги в текущих экономических условиях. Транспорт может способствовать улучшению показателей обслуживания клиентов, прежде всего такого, как своевременность, что приведет к уменьшению

предоставления товаров, увеличению частоты поставки и т.д. Успех субъекта предпринимательской деятельности в транспортной сфере на рынке транспортных услуг все чаще определяется высокой производительностью и эффективностью использования ресурсов, качеством обслуживания, низким уровнем эксплуатационных расходов и способностью постоянно и быстро адаптироваться к быстро меняющейся внешней среде. Предприятия, которые повышают эффективность, приходят к этому по-разному, иногда используя очень разные действия [1].

Необходимым условием эффективного развития национальной экономики является баланс интересов всех участников рынка. Любой субъект предпринимательской деятельности в транспортной сфере ставит основной целью получение прибыли. Соотнося прибыль и затраты, можно судить об эффективности в общем. Если уровень прибыли недостаточно высокий, то это приводит к ускоренному перераспределению различных видов ресурсов.

Исследования по анализу деятельности субъектов предпринимательской деятельности в транспортной сфере показали, что для повышения эффективности их работы они часто расширяют свою деятельность, в том числе связанную, и иногда не связанную с предоставлением транспортных услуг, в том числе занимаются торговлей автомобилями и запасными частями, обслуживанием и ремонтом автомобилей; организацией погрузки и разгрузки, обеспечением складирования товаров, организацией парковки, лизингом промышленных и офисных помещений, коммерческими и посредническими операциями [2].

Оценка эффективности деятельности субъектов предпринимательства транспортной сферы осуществляется с использованием показателя экономической эффективности. Эффект означает результат, следствие каких-либо причин. Экономический эффект определяет собой разницу между результатами и затратами экономической деятельности. Экономическая эффективность – это целесообразное принятие экономических решений в использовании денежных, материальных и трудовых ресурсов. В условиях плановой экономики использовалась методика определения экономической эффективности капитальных вложений, где определялась абсолютная и относительная эффективность вложений [3].

Анализ экономической эффективности как метод состоит в определении целей и выбора решения, которое минимизирует дисконтированный капитал и текущие затраты. Экономическая оценка связана с переходом от простой калькуляции затрат путем анализа экономической эффективности к социальным затратам, анализ выгод

повышает сложность экономической оценки, используемой для информации об инвестиционных решениях. Для повышения эффективности деятельности субъекта предпринимательства транспортной сферы в целях увеличения потенциала и повышения его конкурентоспособности следует активно проводить работу по разработке и осуществлению технических и организационных мероприятий, направленных на улучшение основных экономических показателей его деятельности. Основными направлениями снижения затрат субъекта предпринимательства транспортной сферы на перевозки являются: сокращение затрат на топливо; нормирование времени выполнения рейса; сокращение расходов на дорожные сборы за счет выбора оптимального маршрута; повышение производительности труда.

Таким образом, повышение эффективности деятельности субъекта предпринимательства транспортной сферы является важным фактором обеспечения трансформационных процессов и устойчивого роста национальной экономики, что способствует активизации инновационных процессов, обеспечивая его непрерывность и эффективность.

#### **Список литературы:**

1. Алиев, И.М. Экономика труда : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] / И.М. Алиев, Н.А. Горелов, Л.О. Ильина. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Изд-во Юрайт, 2019. – 486 с. – Режим доступа : <https://www.biblio-online.ru/bcode/444899>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения : 26.10.2019).
2. Потапчук, А.Е. Технология планирования результатов финансово-хозяйственной деятельности на грузовых автотранспортных предприятиях / А.Е. Лебедева // Вестник СибАДИ, – 2013. – №1(11). – С. 80–82.
3. Туревский, И.С. Экономика отрасли. Автомобильный транспорт : учебное пособие для вузов / И.С. Туревский. – М. : Форум, Инфра-М, 2016. – 288 с.

УДК 656.01

ББК 65.050

*Эйхлер Л.В., к.э.н., профессор, Сибирский  
государственный автомобильно-дорожный  
университет, г. Омск*

## **ИННОВАЦИОННАЯ ВОСПРИИМЧИВОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ**

### **АННОТАЦИЯ**

Для успешной реализации инновационного процесса и его включения в производственный процесс предприятия необходимо сформировать определенные стартовые условия, необходимые для эффективной инновационной деятельности на этапе, предваряющем

внедрение инноваций. Длительность и содержание этого этапа зависит от отрасли предприятия и специфики его деятельности, уровня развития производственной базы, капиталоемкости инноваций, качества человеческого капитала

**Ключевые слова:** инновации, процесс внедрения инноваций, организационно-экономический механизм, инновационная восприимчивость, мотивация

Инновационный вектор развития национальной экономики определяется не только количеством инновационных проектов и идей, вырабатываемых научным сообществом, но способностью и потребностью реализации инноваций на уровне реальных предприятий. Реализация инноваций может рассматриваться как отдельно взятый проект, ограниченный по времени и ресурсам, или как непрерывный процесс, воспроизводящий добавленную стоимость общественного продукта, улучшающий качество жизни населения.

Инновационное развитие представляется не только сложной экономической и организационно выстроенной, но и социально развивающейся системой, что необходимо учитывать при разработке стратегий управления предприятиями. В экономической литературе проблема внедрения инноваций рассматривается, прежде всего, в плоскости использования овеществленного труда при инвестировании проектов, не учитывая социальную составляющую этого явления (участие фактора живого труда и предпринимательской творческой способности работника).

Комплексный экономический механизм внедрения инноваций может рассматриваться как структурная взаимосвязь мотивационного, экономического и организационного элементов.( см. таб. 1). Предполагается, что именно мотивационный механизм должен выступать важнейшим элементом системы инновационного развития организации.

Для успешной реализации инновационного процесса и его включения в производственный процесс предприятия необходимо сформировать определенные стартовые условия, то есть правильно организовать предварительный этап . Длительность и содержание этого этапа зависит от отрасли предприятия и специфики его деятельности, уровня развития производственной базы, капиталоемкости инноваций, качества человеческого капитала.

Таблица 1 Составные части организационно-экономического механизма внедрения инноваций

<i>Организационно-экономический механизм внедрения инноваций</i>		
<i>Экономический механизм</i>	<i>Мотивационный механизм</i>	<i>Организационный механизм</i>
Формирование устойчивых экономических связей в инновационной сфере, экономического потенциала, привлечение качественных и эффективных ресурсов, экономии трансакционных издержек, экономической устойчивости и финансовой независимости	Формирование побудительных мотивов вовлечения персонала в инновационную деятельность, создание условий для повышения квалификации, использования передового опыта, осознания значимости вклада работника в общее дело.	Структурная совокупность элементов управления производственного процесса; способы организации производства и труда, организационные формы и методы управления, правовая и нормативная база функционирования производственной системы.

Подготовительный этап необходимо начать с анализа внутренней среды предприятия. Анализ выявит разрыв между фактическим и желаемым положением дел в организации. Далее проводится анализ внешней среды организации. Вместе с тем, инновации как раз и позволяют предприятиям адаптироваться к изменениям внешней среды. Продвижение любых инноваций обращено на исключение расхождений между внутренней средой организации и характером развития внешней ситуации, от которых зависит реализация ее предполагаемых возможностей.

Инновационная восприимчивость может рассматриваться через призму политики управления организацией и выбора стратегических приоритетов. Но вместе с тем инновационная восприимчивость базируется на сформированном инновационном потенциале, отражающем достигнутые показатели финансово-хозяйственной деятельности, в том числе и показатели качественной структуры трудового коллектива. Для этого в компаниях, прежде всего должна быть реализована система обучения и подготовки персонала, базирующаяся на следующих принципах: 1) Трудовой коллектив и отдельно взятый работник – это движущий фактор системы хозяйствования и управления, 2) персонал как носитель живого труда – это основной ресурс производственной деятельности, 3) персонал - особый человеческий капитал организации;

Таким образом, для формирования инновационной восприимчивости организации необходимо, прежде всего, обеспечить возможность создания системы непрерывной подготовки и обучения персонала; обеспечивать

условия для развития и самореализации личности работников, раскрытия и расширения их творческого потенциала.

Один из авторов современного японского стандарта в области управления инновационными проектами и программами Х. Танака формулирует тезис о создании интеллектуального пространства на уровне организации [2], то есть центра притяжения инноваций (авт).

Не стоит забывать и о социальном развитии коллектива, тем более инновационного. К мотивационным факторам здесь можно отнести стабильность кадров, социальные гарантии, охрану труда и безопасность производства, формирование социально-бытовых условий труда и отдыха работников. Инновационная активность организации, готовность персонала к инновационному поиску также зависят от удовлетворенности работника перечисленными условиями.

### **Список литературы:**

1. Райская М.В. Управление инновационной восприимчивостью компании: содержательно-аналитический аспект // Вопросы инновационной экономики. – 2018. – Том 8. – № 4. – С. 741-752. – doi15

открытых инноваций и управления метапрограммами // Управление проектами и программами. – 2010. – № 4. – с. 284-303 URL <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15595489> (дата обращения: 02.11.2020)

2. Эйхлер Л.В. Формирование и развитие инновационного потенциала транспортной организации на основе интеграционных взаимодействий на рынке транспортных услуг /Л.В. Эйхлер//Образование. Транспорт. Инновации. Строительство сборник научных трудов национальной научно-практической конференции. 2018. С. 607-609.

УДК 336.5

ББК 65.41

*Гамиловская А.А., к.э.н., доцент, «Военный университет» Министерства обороны РФ, г. Москва*

## **ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ КонтРАКТОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье определены основные проблемы исполнения государственных контрактов в период пандемии, систематизированы изменения в нормативно-правовой базе, направленные на решение указанных проблем

**Ключевые слова:** государственный контракт

Длительный кризисный период в экономике РФ, усугубленный распространением коронавирусной инфекции, привел к существенному

усилению роли государства в поддержании экономической стабильности. Одним из основных способов поддержки отечественной экономики является осуществление государственных расходов, реализуемых в том числе через контрактную систему закупок для государственных (муниципальных) нужд. Особенности взаимодействия государства и субъектов предпринимательской деятельности через данную систему достаточно жестко регулируются соответствующими нормативно-правовыми актами, устанавливающими высокий уровень ответственности участников, что в условиях коронавирусных ограничений приводит к повышенной уязвимости бизнеса, участвующего в исполнении государственных контрактов. Соответственно и роль государственных расходов может трансформироваться из поддерживающей в обременительную. В связи с чем, своевременное регулирование системы исполнения государственных контрактов может являться одной из мер поддержки бизнеса и сохранения экономической стабильности, что является высоко актуальным для всех субъектов хозяйствования в период коронавируса.

Применительно к рассматриваемому вопросу ограничения, вызванные распространением коронавирусной инфекции, можно разделить на следующие группы: ограничения передвижения; ограничения в работе институтов; кадровые ограничения. Каждая группа ограничений оказывает негативное воздействие на субъекты предпринимательской деятельности, участвующих в контрактной системе осуществления закупок для государственных (муниципальных) нужд. Так ограничения в передвижении могут вызвать простои на производстве в результате несвоевременной поставки сырья, комплектующих, прочих материалов, нарушить логистические цепочки доставки грузов. Кадровые ограничения способны подорвать производственный процесс, снизить фактическую выработку, увеличить себестоимость производимой продукции. Ограничения в работе связанных институтов затрудняют регистрацию продукции, получение разрешительной документации, затрудняют доступ к торгам субъектам предпринимательской деятельности, приводят к задержкам транзакций.

Таким образом, сформировался ряд критически значимых проблем в реализации контрактной системы осуществления закупок для государственных (муниципальных) нужд: срыв сроков, объемов поставок, ухудшение качества, изменение технико-технологических характеристик производимой продукции, работ, услуг, сокращение (отсутствие) выгод от участия в контракте, возникновение дополнительных обязательств подрядчика (штрафы, неустойки, иные взыскания).

Для урегулирования возникающих проблем было внесено значительное количество изменений в нормативно-правовые акты

регулирующие контрактную систему осуществления закупок для государственных (муниципальных) нужд. Так, в конце апреля 2020 года был принят Федеральный закон № 124-ФЗ [1], который внес целый ряд изменений в Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ [2]. Данные изменения, а также изменения, вносимые иными нормативно-правовыми актами, можно свести к следующему:

1. Определили список государственных контрактов, по которым при заключении дополнительного соглашения могут продлеваться сроки и корректироваться состав выполняемых работ, снимаются требования об уплате подрядчиками неустоек [3];

2. На основании специально введенной нормы [часть 65 ст. 112, 2] и по соглашению сторон разрешено изменять цену, объем авансирования (не больше 50% от цены государственного контракта [4]), срок исполнения контракта. При этом, данные изменения могут осуществляться только в пределах, доведенных до заказчика в соответствии с бюджетным законодательством РФ, лимитов бюджетных обязательств [5].

3. Ввели новые правила реализации малых закупок. В условиях коронавируса разрешено заключать контракты с единственным поставщиком на сумму до 600 000 рублей (ранее до 300 000 рублей). Процентный годовой лимит малых закупок составляет 10% вместо 5% от СГОЗ. В денежном выражении лимит не изменили — 50 млн. рублей [6].

4. Требования по гарантийным обязательствам перестали быть обязательными и применяются по усмотрению заказчика. Нижний предел размера обеспечения исполнения контракта снизили с 5% до 0,5%, а верхний не изменился, 30% от цены контракта [6].

5. Организовали временный дистанционный режим работы контролирующих ведомств, в том числе Федеральной антимонопольной службы (ФАС).

6. ФАС направила разъяснения, в которых признала COVID-19 обстоятельством непреодолимой силы (форс-мажором), а также обязала территориальные органы учитывать данное обстоятельство при рассмотрении жалоб, дел об административных правонарушениях и при проведении проверок. Соответственно появились юридические основания для освобождения участников системы государственных закупок от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств.

Таким образом, можно сделать вывод, что подход к решению проблем реализации государственных закупок для государственных (муниципальных) нужд носит комплексный характер, в основе которого лежит специфика работы субъектов предпринимательской деятельности в условиях пандемии коронавируса.

### Список литературы:

1. Федеральный закон от 24.04.2020 № 124-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам обеспечения устойчивого развития экономики в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции»;
2. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;
3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29.10.2020 № 2812-р;
4. Письмо Минфина России от 7 июля 2020 г. № 09-04-05/58888 «О предельных размерах авансовых платежей, которые могут предусматриваться в 2020 году условиями государственных контрактов».
5. Письмо Минфина России от 30 июня 2020 № 24-03-08/56589 «Об особенностях исполнения контракта в период пандемии».
6. Сидаев Д. Как изменили госзакупки из-за коронавируса: новые правила с 30 октября. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://goskontract.ru.turbopages.org/goskontract.ru/s/podgotovka-k-tenderu/rezhim-povyshennoy-gotovnosti-v-zakupkakh-novye-pravila-iz-za-koronavirusa> (дата обращения 06.11.2020).

УДК 338.22:346.26(470.343)

ББК 65.29(2Рос.Мар)

*Родионова Е.В., к.э.н., доцент, Поволжский  
государственный технологический университет,  
г. Йошкар-Ола*

## РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

### АННОТАЦИЯ

Проведен анализ статистических показателей, характеризующих развитие малого и среднего предпринимательства (МСП) в Республике Марий Эл. Представлены возможные направления совершенствования системы государственной поддержки МСП

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство, индивидуальное предпринимательство, Республика Марий Эл

Важность субъектов МСП – малых и средних предприятий и индивидуальных предпринимателей (ИП) – для развития экономики и социальной сферы сегодня не вызывает сомнений у специалистов. В России МСП рассматривается как надежный источник поступления налоговых платежей и создания рабочих мест, важный фактор создания конкуренции на рынке товаров и услуг, и развития рыночной экономики [1]. Особую значимость расширение и повышение эффективности

функционирования малого и среднего бизнеса имеет для регионов Российской Федерации, которые не являются лидерами социально-экономического развития и остаются дотационными.

Республика Марий Эл по итогам 2019 года занимает 66 место в рейтинге социально-экономического положения регионов России [2]. Основным программным документом регионального уровня, направленным на поддержку субъектов МСП, является подпрограмма 3 «Развитие малого и среднего предпринимательства» Государственной программы Республики Марий Эл «Экономическое развитие и инвестиционная деятельность (2013-2025 годы)». Ее целью является создание благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства на основе повышения качества и эффективности мер государственной поддержки на республиканском уровне [3]. Республика также принимает участие в федеральных программах и проектах, содержащих меры стимулирования развития МСП.

Рассмотрим статистические данные о развитии малого и среднего бизнеса в республике (таблицы 1 и 2).

Таблица 1 – Количество и численность работников субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Марий Эл [4]

Показатель	на 10.01.2018	на 10.01.2019	на 10.01.2020
Количество юридических лиц, в том числе:	9866	9137	8152
Микро	8728	8065	7238
Малые	1063	1000	845
Средние	75	72	69
Количество индивидуальных предпринимателей, в том числе:	12244	12088	12093
Микро	12097	11946	11952
Малые	147	142	140
Средние	0	0	1
<i>Всего субъектов малого и среднего бизнеса</i>	22110	21225	20245
Среднесписочная численность работников юридических лиц, чел, в том числе:	58342	56059	51822
Микро	20056	20454	20373
Малые	30575	27964	25061
Средние	7711	7641	6388
Среднесписочная численность работников индивидуальных предпринимателей, чел, в том	11661	11920	12659

числе:			
Микро	7816	8338	8545
Малые	3845	3582	4058
Средние	0	0	56
<i>Всего среднесписочная численность работников субъектов малого и среднего бизнеса, чел.</i>	70003	67979	64481

Таблица 2 - Экономические показатели субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Марий Эл, млн. р. [5]

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Оборот средних предприятий	25681,6	23054,1	18675,1
Оборот малых предприятий	167908,4	171039,7	67236,4*
Объем выручки индивидуальных предпринимателей (с учетом налогов и аналогичных обязательных платежей) от продажи товаров, продукции, работ, услуг	33269	45109,9	Нет данных

\* без микро-предприятий (по данным выборочного наблюдения)

Как видно из табл. 1, несмотря на принимаемые меры государственной поддержки, в целом наблюдается отрицательная динамика количества и численности работников субъектов МСП. Исключением является незначительный рост числа ИП за 2019 г., который произошел за счет увеличения числа микробизнесов и появления одного среднего предприятия. Также положительной тенденцией являлся рост среднесписочной численности работников ИП в 2018-2019 гг. Среднесписочная численность работников субъектов МСП-юридических лиц за рассматриваемый период выросла только в сегменте микробизнеса, причем за 2019 г. произошло ее снижение.

Пандемия коронавируса, судя по статистическим данным, пока не оказала резкого отрицательного влияния на число субъектов МСП и их работников в республике: к 10.10.2020 г. количество субъектов малого и среднего бизнеса по сравнению с 10.01.2020 г. снизилось до 19334 (на 4,5%), в том числе юридических лиц – до 7667 (на 5,9%), ИП – до 11667 (на 3,5%). Следует заметить, что среднесписочная численность работников сократилась до 64198 чел. (на 0,4%), в том числе работников юридических лиц – снизилась до 50852 чел. (на 1,9%), работников индивидуальных предпринимателей – выросла до 13346 чел. (на 5,4%).

Как видно из табл. 2, показатели экономического оборота субъектов МСП также характеризуются отрицательной динамикой, за исключением роста выручки ИП в 2019 г. Статистические данные 2020 г. опубликованы на момент подготовки статьи только по средним предприятиям: их оборот

за 1 полугодие текущего года составил 10734,8 млн.р., что на 184 млн.р. меньше, чем за аналогичный период 2019 г.

Можно сделать вывод, что меры государственной поддержки МСП в республике остаются необходимыми и требуют дальнейшего развития. Помимо тактических мер, связанных с поддержкой бизнеса в условиях пандемии, следует разрабатывать и меры стратегического характера, направленные на долгосрочную перспективу роста количества и расширения деятельности субъектов МСП. В отношении выбора наиболее эффективных стратегических направлений можно согласиться с авторами работы [6], отмечающими необходимость смещения акцента на поддержку инновационной деятельности, трансферта технологий и предконкурентных разработок; развитие инфраструктуры и кадровой поддержки; стимулирование экспортной деятельности; расширение не прямых методов финансовой поддержки.

#### **Список литературы:**

1. Букина А.В., Субхонбердиев А.Ш., Сульженко И.О. Развитие малого и среднего предпринимательства России в условиях санкционного давления // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2019. – Т. 7. № 2(45). – С. 40-44.
2. Рейтинг социально-экономического положения регионов-2020. – Режим доступа: <https://riarating.ru/infografika/20200602/630170513.html> (дата обращения 07.11.2020)
3. Государственная программа Республики Марий Эл «Экономическое развитие и инвестиционная деятельность (2013-2025 годы)»: утверждена Постановлением Правительства Республики Марий Эл от 31 августа 2012 г. № 326. – Режим доступа: <http://sbs.gov.mari.ru/files/?unid=88,1,5035> (дата обращения 07.11.2020)
4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Статистика. – Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html> (дата обращения 07.11.2020)
5. Электронные версии публикаций Маристата. – Режим доступа: <https://maristat.gks.ru/folder/38837> (дата обращения 07.11.2020)
6. Баяндурян Г.Л., Гонежук М.К. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства за рубежом и возможности ее реализации в российских регионах // Вестник Академии знаний. – 2019. - № 6(35). – С. 63-67.

УДК 338.43

ББК 65.292

*Курочкина А.А., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
экономики предприятия природопользования и  
учетных систем, РГГМУ*

*Орлова В.И., магистрант, Санкт-Петербургский  
политехнический университет Петра Великого*

## **РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ТЕНДЕЦИИ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассматривается влияние на рынок продовольственного ритейла изменения потребительского поведения в условиях тенденции здорового питания

**Ключевые слова:** здоровое питание, потребительское поведение, рынок полезных продуктов, предприятия розничной торговли

Актуальность выбранной темы обусловлена необходимостью подробного изучения рынка полезных продуктов и влияния «здоровых» трендов на компании, занимающиеся производством и продажей продовольственных товаров.

По результатам исследований ВЦИОМ, в 2020 году доля граждан, старающихся правильно питаться, составляет 60 %, в то время как в 2015 году этот показатель составлял 51 %. Все больше россиян при выборе продуктов питания руководствуются их качеством (49%), 19% опрошенных обращают внимание именно на пользу, а 18% на экологичность товаров [1]. Кроме того, по данным компании Nielsen, 41 % потребителей готовы платить больше за натуральную продукцию [2], что и подталкивает компании к дифференциации своего бизнеса для обеспечения дополнительной прибыли в условиях изменяющихся потребностей. Несмотря на то, что пока на рынке полезной продукции лидируют крупные транснациональные корпорации, располагая ресурсами для развития и инноваций, все более значительную роль приобретают отечественные производители, в том числе местные компании, которые активно производят натуральную продукцию, замещая на прилавках импортные товары [3].

Тенденция здорового питания стимулирует не только производителей пищевой продукции, но и розничные торговые сети. Несмотря на развитие онлайн-торговли, на данный момент продуктовые магазины остаются ведущим каналом сбыта полезных продуктов питания.

В настоящее время наибольшего успеха среди торговых сетей, специализирующихся на реализации натуральной и полезной продукции, достигла компания «ВкусВилл», созданная в 2009 году и завоевавшая доверие целевой аудиторией. На сегодняшний день сеть насчитывает более

1200 торговых точек, расположенных в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и в 27 других городах России, а выручка в 2019 году составляет 82,5 млрд рублей, что в 14 раз превышает показатель 2015 года. Эти данные доказывают то, что компания «ВкусВилл» является удачным примером того, как можно сделать успешный бизнес на увлечении людей правильным питанием, следуя некоторым правилам:

1. *Правильное позиционирование розничной сети.* В данном сегменте важно правильно выбрать целевую аудиторию и направить все внимание на удовлетворение ее потребностей. Например, во «ВкусВилле» - это потребители со средним и выше среднего достатком, нелояльные к брендам и готовые переплачивать за высокое качество продукции.

2. *Грамотно проработанная ассортиментная политика.* Компания должна оценить, какие группы товаров необходимы потребителям, какие сегменты полезных продуктов (функциональные, органические, «продукты без» и др.) они хотели бы видеть на полках магазина. Торговая сеть «ВкусВилл» на небольшой торговой площади (60-150 кв. м.) размещает оптимальный ассортимент товаров (70% из которых - скоропортящиеся), сформированный исходя из потребительской корзины покупателей таким образом, чтобы эффективно работать с производителями, контролировать и отслеживать качество каждого продукта.

3. *Рациональный выбор поставщиков.* Важно, чтобы идеология компании совпадала с производимой поставщиками продукцией. Это могут быть полезные продукты, как зарубежных производителей, так и местных компаний. Известно, что 95% товаров в торговой сети «ВкусВилл» производятся в России под собственной торговой маркой (СТМ) компании. Таким образом, ритейлер не только нивелирует политический и валютный риски, но и поддерживает отечественное сельское хозяйство и промышленное производство, обеспечивая для покупателей доступные цены за счет отсутствия различных коммерческих и маркетинговых наценок [4].

4. *Акцент на полезных свойствах товаров, на УТП (уникальном торговом предложении).* Компания «ВкусВилл» позиционирует свою продукцию, как натуральную (без вредных добавок), безопасную и качественную с коротким сроком хранения. В подтверждение заявленных характеристик товаров она осуществляет жесткий контроль качества, включающий выходной контроль от поставщика, собственный контроль компании в распределительном центре и в торговых точках, плановые и внеплановые проверки в лабораториях, опросы и отзывы клиентов.

5. *Поддержка обратной связи с клиентами.* Доверие и лояльность покупателей – это важная составляющая успеха любого бизнеса, особенно в сегменте полезных продуктов. Поэтому компания должна постоянно

прислушиваться к отзывам, мнениям и предложениям клиентов, чтобы оперативно реагировать на изменения в качестве продукции или недостатки в работе магазина. Покупатели помогают эффективно руководить продуктовым ассортиментом компании: улучшать его, дорабатывать рецептуру или вовсе отказываться от продажи того или иного товара. Потребители могут обращаться на горячую линию, ставить оценки каждому купленному продукту в чат-боте Telegram, оставлять развернутые отзывы на нововведенные товары, возвращая при этом себе сумму покупки (проект «Народный гурман») и пользоваться многими другими каналами связи.

В заключении необходимо отметить, что в перспективе существующая тенденция здорового питания будет только усиливаться. В условиях глобальных экологических проблем, роста заболеваемости все больше людей начнут осознаннее подходить к своему здоровью и здоровью планеты. Уже сейчас изменения в продуктовом предложении диктуются не только потребителями, но и государством путем издания законов, регулирующих данную область деятельности.

#### **Список литературы:**

1. Здоровье – высшая ценность. Аналитический обзор. [Электронный ресурс] / Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10321> (дата обращения: 15.10.2020).
2. Зеленая экономика: как эко-товары завоевывают рынок FMCG. [Электронный ресурс] /Компания-измеритель Nielsen. - URL: <https://clck.ru/HQfix> (дата обращения: 15.10.2020).
3. Kurochkina A.A., Voronkova O.V., Lukina O. V., Bikezina T.V. Management features of small and medium-sized business enterprises// *Espacios*. 2019. Vol. 40 (number 34), page 6
4. Лукина О.В., Курочкина А.А., Хлутков А.Д. Развитие системы управления малым и средним бизнесом как основа обеспечения экономической безопасности предпринимательства// Ученые записки Международного банковского института. - 2019. - №4(30) - с. 35-49

УДК 339.376

ББК 65.29

*Лукина О.В., к.э.н., доцент, Международный  
банковский институт, СПб*

*Глазунова А., магистрант, Санкт-Петербургский  
политехнический университет Петра Великого*

## **АСПЕКТЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПОКОЛЕНИЯ Z**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены аспекты поведения потребителей поколения Z, которое в текущий момент становится основным сегментом потребительского рынка. сформировано понимание о скептицизме по отношению к рекламе и маркетингу, а также выявлены такие ценности, как дизайн, качество и скорость обслуживания

**Ключевые слова:** поведение потребителей, поколение Z, социальные сети, цифровые технологии

В ближайшие годы представители поколения Z станут одной из основных платежеспособных и независимых групп потребителей. Для успешного ведения бизнеса необходимо использовать инструменты привлечения нового поколения: маркетологи по всему миру исследуют поведения, привычки и отличительные черты «цифровых аборигенов». Несмотря на то, что формирование лояльности к бренду является непосредственной целью коммуникационной деятельности предприятия, поколение Z отрицает брендовую лояльность [1].

По оценке одного из крупнейших в мире агентств финансово-экономических новостей Bloomberg, проанализировавшего данные ООН, к концу 2020 года поколение Z превзойдет поколение Y (миллениалы) и достигнет около 2,46 млрд. человек или 32% от общей численности населения Земли. В соответствии с прогнозами британского банка Barclays к 2022 году поколение «зет» приобретет статус самой масштабной потребительской аудиторией на планете, в том числе на поколение Z предполагается реализация 45% всех товаров в Европе, Соединённых Штатах Америки и странах БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, КНР и ЮАР). В остальных странах доля потребления составит примерно 10-13% [2].

Для поколения «зетов» абсолютной нормой считается ежедневное виртуальное общение. Данное явление составляет неотъемлемую часть жизнедеятельности исследуемой группы потребителей. В связи с этим, необходимо учитывать, что отзывы и информация в глобальной сети безусловно оказывает влияние на формирование лояльности к брендам и иного мнения о товарах и услугах [3].

Анализируемую потребительскую группу можно охарактеризовать постоянной сменой приоритетов: внимание поколения Z стремительно

переходит с одного объекта на другой. Стоит отметить, что данное свойство преимущественно характеризует именно процесс покупок, т. е. «зеты» не склонны к приверженности к конкретным брендам, поскольку «львиную долю» своего внимания отдают созданию своей уникальности и индивидуальности. Именно здесь особую роль приобретает кастомизация: адаптирование имеющегося продукта под конкретного потребителя [4]. «Зеты», как правило, охотно покупают товар, если его приобретают их друзья или если он сделан специально для них с учетом их потребностей.

Формирование лояльности и преданности бренду у «зетов» происходит в разы сложнее, нежели чем у предыдущих поколений, как и выбор лидеров мнений: смена происходит относительно быстро. Для эффективной продажи товаров анализируемому поколению компаниям следует реализовывать следующие стратегии:

- маркетинг впечатлений – особый вид рекламы, благодаря которому наибольшее внимание уделяется обеспечению возможности «прочувствовать» бренд на себе;
- маркетинг взаимоотношений – концепция, которая символизирует повышение роли потребителя, выстраивание комфортных отношений между покупателем и продавцом.

Поколению Z крайне важна максимальная визуализация. Это связано с тем, что «зеты» привыкли к интернет-коммуникациям в месенджерах, которые сопровождаются визуализированными инструментами. Таким образом, можно сделать вывод, что для исследуемого поколения необходимо использование наглядных материалов, которые воспринимаются проще и легче словесной информации.

Поколение Z имеют склонность к саморазвитию, а значит готовы посещать мастер-классы и тренинги. При управлении продажами следует проводить мероприятия, направленные на презентацию нового товара или знакомство с брендом, которые смогут создать эффективную коммуникацию с рассматриваемой потребительской группой. Стоит отметить, что важным аспектом является наличие образовательной составляющей, поскольку у потребителя должно сложиться мнение о том, что время было проведено с пользой для личного развития.

Неотъемлемым элементом процесса покупки является доступность информации в режиме реального времени. Среди анализируемого поколения высока вероятность отказа от дальнейшего выбора товара при невозможности получить информацию о нем мгновенно. Исходя из вышесказанного, компаниям следует развивать омниканальность, которая позволит достигнуть тесного контакта между покупателем и продавцом, а также повысит степень удовлетворенности клиентов процессом совершения покупки [5].

Таким образом, можно сделать вывод, что поколение Z – это осведомленные потребители, которые со скепсисом относятся к рекламе и маркетингу. Данное поколение активно использует цифровые технологии и интернет-коммуникации для поиска необходимой информации, сравнения интересующей продукции, изучения отзывов о товаре. «Zеты» ориентированы на поиск лучшего предложения на рынке, а также на покупку аутентичных «кастомных» товаров, отвечающих образу и стилю жизни. «Цифровые люди» ценят качество, атмосферу, скорость обслуживания, а также доверительные партнерские отношения с продавцами. Поколение Z – очень нетерпеливые потребители, требующие незамедлительного удовлетворения потребностей.

#### **Список литературы:**

1. Курочкина А.А., Лукина О.В. Цифровая трансформация бизнеса в современных условиях: опыт применения// Сборник научных трудов III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Вызовы цифровой экономики: развитие комфортной городской среды» 21-22 мая 2020 г. - Брянск, Брянский гос. инженерно-технол. ун-т. 2020 - С.463-467
2. РБК Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: Стиль потребителей Z. URL: <https://plus.rbc.ru/news/5c4f3b5a7a8aa9374d2d069f> (Дата обращения: 02.10.2019).
3. Курочкина А.А., Сергеев С.М., Лукина О.В. Информационное взаимодействие при оказании услуг гостеприимства в концепции цифровой экономики// Известия Санкт-Петербургского государственного университета. - 2020. - №3 (123) - С.187-194
4. Вапнярская О. И. Генезис и современные подходы к определению кастомизации // Сервис в России и за рубежом. 2014. №6 (53) С.189-201.
5. Курочкина А.А., Сергеев С.М., Суменкова В.А. Алгоритм стратегии омниканального взаимодействия для коммерческих сетей// Наука и бизнес: пути развития. - 2019. - №10 (100) - С. 181-188.

УДК 336.71  
ББК 65.9(2) 98

*Клочкова Е.Н., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

*Львова Ю.Н., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

## **АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ УСЛОВИЯХ**

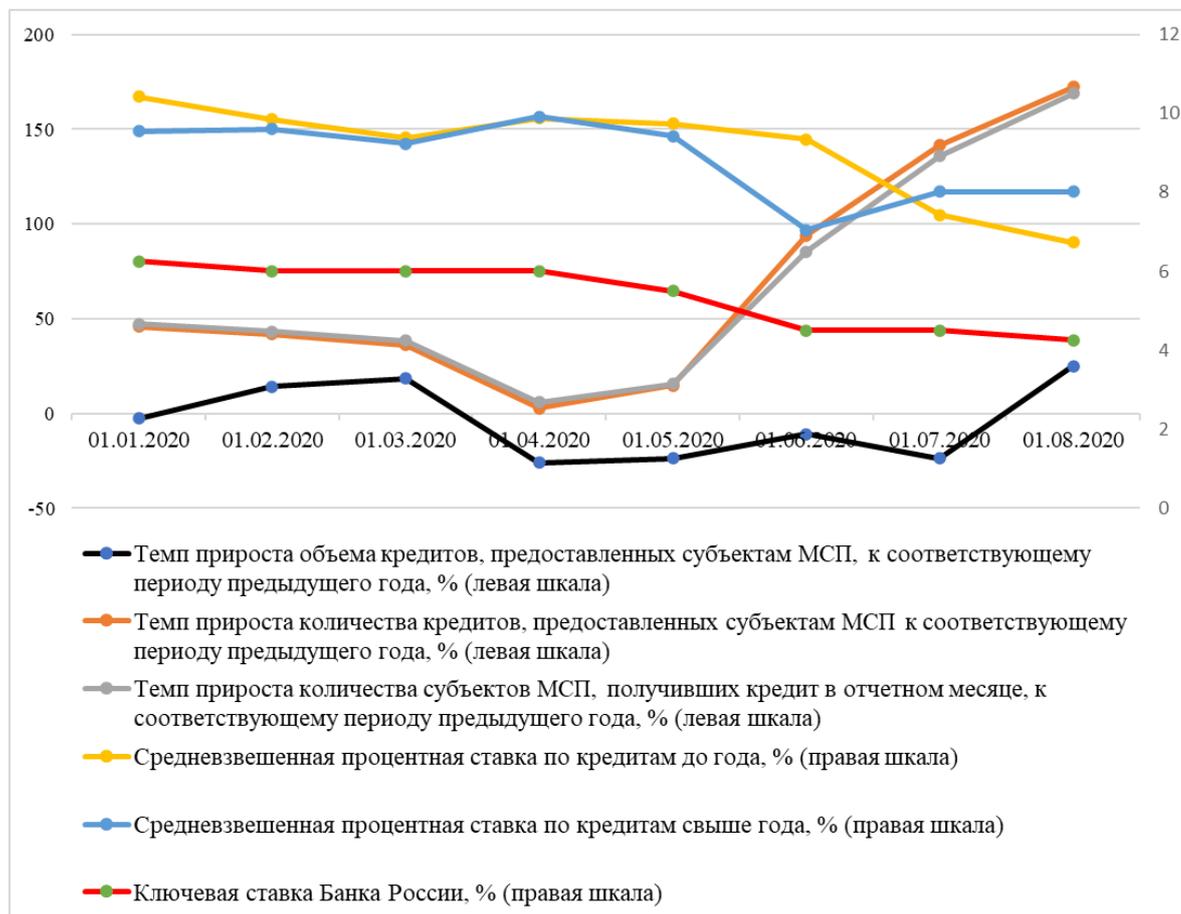
### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены основные тенденции развития субъектов малого и среднего предпринимательства. Определены факторы, обеспечивающие снижение общего уровня процентных ставок по банковским кредитам, предоставляемым субъектам МСП

**Ключевые слова:** банк, кредит, малый и средний бизнес, процент, ключевая ставка, долг, риск, пандемия

Современные экономические реалии, определяемые распространением новой коронавирусной инфекции, введением карантинных мер, на фоне которых произошло снижение потребительского спроса, оказали негативное влияние на деятельность реального сектора экономики в целом, и на субъекты МСП в частности. Наибольшая концентрация зарегистрированных субъектов МСП приходится на ЦФО (30,7%), Приволжский ФО (17,24%), Южный ФО (11,87%) и СЗФО (11,66%). При этом, более половины (51,63%) всех зарегистрированных в СЗФО, сконцентрировано в Санкт-Петербурге. Численность субъектов МСП по состоянию на 01.10.2020 г. составила 5 619 515 организаций. За март – сентябрь 2020 года на рынке перестали действовать 340 841 организация. Субъекты МСП обеспечивают более 20% производства ВВП страны, осуществляя свою деятельность, в том числе и за счет привлеченных банковских кредитов. В соответствии с аналитическими данными рейтингового агентства «Эксперт РА» [1], в 2019 году субъектам МСП был выдан рекордный объем кредитов за период 2014 – 2019 гг., годовой прирост составил за год 15%, а в абсолютном выражении он достиг значения 7,8 трлн. руб. и свидетельствовал об активной политике со стороны коммерческих банков на рынке кредитования субъектов МСП. Объем кредитов, предоставленных субъектам МСП в августе 2020 г. составил 698 млрд. руб., что в 2,7 раза превышает значение аналогичного показателя 2019 года, и на долю которых приходится почти 14,3% в общем объеме кредитов, выданных юридическим лицам. Однако данный показатель находится ниже, чем средний уровень аналогичного показателя в странах ОЭСР почти в два раза. При этом показатель задолженности по кредитам, выданным данной категории заемщиков за год (с августа 2019 г. по август 2020 г.), увеличился на 25,7% и достиг значения на 01.09.2020 г. по

данным Банка России 5222 млрд. руб. При этом стоит отметить, что количество кредитов, предоставленных субъектам МСП в рублях и иностранной валюте (доля кредитов в иностранной валюте не превышает 10% от общего объема выданных кредитов) к соответствующему показателю предыдущего года в январе 2020 г. выросло на 45,8% в то время, как в июне 2020 г. – на 93,9%, в августе – на 141,4%, в сентябре –



на 172,4% (рис. 1).

Рисунок 1 – Динамика темпов кредитования субъектов МСП в период «коронакризиса»

*Источник: составлено авторами по данным Банка России [2]*

Однако отрицательные значения темпов прироста объема кредитов, сохранившиеся до августа 2020 года могут свидетельствовать о снижении кредитной активности банков в марте – августе 2020 года при одновременном увеличении количества заемщиков со стороны субъектов МСП, что связано с увеличением кредитных банковских рисков в связи с ухудшением экономической ситуации на финансовых рынках из-за роста распространения коронавирусной инфекции во втором полугодии 2020 года, сохранением ранее введенных государственных карантинных мер по соблюдению социального дистанцирования, полного/частичного режима самоизоляции.

Необходимо отметить, что средневзвешенные процентные ставки по кредитам, выданным субъектам МСП в 2020 году, показали свои

минимальные значения, так по кредитам до года значение снизилось с 12,92% (по данным на 01.2018 г.), до 10,33% (на 12.2019 г.) и до 6,73% (на 08.2020 г.); по кредитам свыше года значение ставки на те же отчетные даты составило 12,04%, 9,6%, 8,02%.

Снижению ставок по кредитам способствовали как меры со стороны Банка России, а именно снижение значения ключевой ставки, так и расширенные государственные меры по поддержке субъектов МСП. Однако кризисные явления в экономике страны на фоне общего снижения темпов мировой экономики, вызванные разрывом сделки ОПЕК+, снижением цены на нефть, девальвацией российского рубля, и стремительным распространением новой коронавирусной инфекции, привели к ухудшению экономической ситуации внутри страны, что негативным образом отразилось на всех участниках экономического процесса.

В связи с этим Правительством РФ был разработан механизм по восстановлению экономики путем реализации целенаправленного и адресного подхода в оказании помощи бизнесу, в том числе и субъектам МСП, и населению страны через налоговое послабление в виде предоставления налоговых каникул, отсрочки и снижения налоговых и страховых платежей, субсидирование процентных ставок по банковским кредитам, социальную поддержку населения в виде выплаты дополнительных социальных пособий и льгот, поддержку фармацевтического и медицинского производства, введение общесистемных мер поддержки в финансовой сфере через регуляторные послабления и переходу к мягкой денежно-кредитной политике, проводимой Банком России.

#### **Список литературы:**

1. Прогноз кредитования малого и среднего бизнеса в России на 2020 год: рекорды позади [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // [https://raexpert.ru/researches/banks/msb\\_2019/](https://raexpert.ru/researches/banks/msb_2019/) (дата обращения 05.11.2020).
2. Статистический бюллетень Банка России. Кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // [https://cbr.ru/collection/collection/file/29366/stat\\_bulletin\\_lending\\_2006-03.pdf](https://cbr.ru/collection/collection/file/29366/stat_bulletin_lending_2006-03.pdf) (дата обращения 04.11.2020).

*Лазарева Н.В., д.э.н, профессор, СПбГЭУ*  
*Федорова Е.В., студентка, СПбГЭУ*

## **ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ПАО «ГАЗПРОМ»**

### **АННОТАЦИЯ**

Обозначены приоритетные направления финансовой политики ПАО «Газпром». Дана характеристика этапов бюджетирования. Определены и рассмотрены этапы инвестиционной деятельности и дивидендной политики крупнейшего субъекта предпринимательства

**Ключевые слова:** бюджетирование, дивиденды, финансовая политика, инвестиционная деятельность, этапы, ПАО «Газпром»

Разработка финансовой политики в корпорации ПАО «Газпром» является одной из управленческих функций, необходимых для обеспечения экономической эффективности. Данный процесс подразумевает постановку целей управления, решаемых задач для их достижения, выработку направлений, соответствующим объектам планирования и анализа «элементов краткосрочной и долгосрочной финансовой политики» [1]. Проявление сущности финансовой политики происходит через обеспечение устойчивого финансового роста, которое имеет ключевое значение для деятельности субъекта предпринимательства любого масштаба, ставящего перед собою цель укрепления позиций и конкурентоспособности на рынке.

Главная цель создания финансовой политики – повышение и укрепление уровня конкурентоспособности продукции на рынке с учётом заданных показателей ликвидности, платёжеспособности, рентабельности, а также рост инвестиционной привлекательности и рыночной стоимости для привлечения различных финансовых субъектов. Финансовая политика ПАО «Газпром» является консервативной. Ключевыми ее направлениями являются дивидендная, инвестиционная политика и бюджетирование [2].

Компания придерживается консервативного подхода к бюджетированию. В настоящее время формируется трехлетнее планирование бюджетов на базе стратегических планов. Система бюджетирования ПАО «Газпром нефть» является автоматизированной, что позволяет компании планировать результаты деятельности в прямой зависимости от изменений производственных программ, влияния цен, что улучшает информационную наполненность и детализацию бюджетов. Осуществление процесса бюджетирования в компании состоит из нескольких этапов.

На первом этапе на основе стратегии и программ по добыче нефти и газа осуществляется составление планов бюджетных показателей на

каждый планируемый год, которые подлежат утверждению руководством. На втором, структурными подразделениями осуществляется разработка бюджетов, с учетом результатов деятельности за прошлые периоды. На третьем этапе бюджетные показатели детализируются по центрам финансовой ответственности. И на четвертом этапе формируется сводный бюджет на текущий и плановый период в 2 года.

На каждом этапе осуществляется анализ отклонений план-факт, план/прогноз. При этом, прогнозные показатели формируются до конца года. Составление годового отчета и бизнес-плана на следующий год осуществляет по результатам анализа отклонений план-факт, с использованием «метода скользящего бюджетирования» [3]. Такая последовательность этапов может быть рассмотрена как типовая, с трансформацией другим субъектам.

Достоинства этапов процесса бюджетирования следующие:

- оперативное прогнозирование плановых показателей;
- анализ отклонений показателей в рамках одного года;
- предварительное выявление рисков, что позволяет оперативно предпринимать меры, направленные на их минимизацию;
- наращивание новых производственных мощностей.

Рассматривая процесс бюджетирования как одно из приоритетных направлений финансовой политики ПАО «Газпром» важно отметить, что совершенствование системы бюджетирования предполагается за счет расширения периметра системы КРІ, которая позволит повысить эффективность и прозрачность деятельности.

Инвестиционная деятельность как одно из стратегических направлений финансовой политики ПАО «Газпром» четко структурировано и включает в себя 5 этапов, с учетом сроков их реализации:

1. Разработка проекта;
2. Стратегическое планирование на 10 лет;
3. Бюджет и инвестиционная программа на 3 года;
4. Бюджет и инвестиционная программа на предстоящий год;
5. Реализация проектов.

Включенные в инвестиционную программу основные инвестиции ПАО «Газпром» на 2020 год, предусмотрены для субсидирования приоритетных проектов, направленных на реализацию стратегии. К таким производственным задачам можно отнести следующие:

- центры добычи газа на полуострове Ямал, Востоке России;
  - газотранспортная система в Северо-Западном регионе;
- строительство газопровода «Сила Сибири» [4]. «Сила Сибири» ориентирована на доставку газа на Дальнем Востоке, в Китай из Иркутского и Якутского центров газодобычи [5]. Рост инвестиционных

проектов сопровождается влиянием пандемии, которая охватила все приоритетные направления финансовой политики, включая начисление дивидендов.

Как следует из отчета Bank of America, в соответствии с официальной политикой дивиденды «Газпрома» могут сократиться до 5 рублей на акцию. Однако, учитывая дивидендные выплаты, банк ожидает, что компания сохранит размер дивидендов на уровне 8 рублей на акцию, что составляет 4 процента доходности.

Кроме того, компания «довольно-таки взвешено подходит к выбору источников финансирования и эффективно использует заемный капитал. ПАО «Газпром» преимущественно осуществляет заимствования в иностранной валюте, а именно: 29% долга в долларах и 43% в евро» [6]. Рублевые заимствования составляют примерно 20% от общего долга и они, как правило, преобладают у дочерних компаний. Ввиду нестабильной экономической ситуации нефтегазовый бизнес испытывает потребность в снижении затрат и рациональном использовании собственного и заемного капитала.

Таким образом, текущая сложившаяся ситуация с пандемией коронавируса доказала важность финансового планирования и бюджетирования. Ценность бюджетирования вдвойне усиливается в таких нетипичных условиях. Достижение стратегических целей, посредством бюджетирования, направлено на получение большего эффекта, при разумной дивидендной политике и расширении инвестиций.

#### **Список литературы:**

1. Екимова К. В. Финансовая политика компании: учебное пособие / К. В. Екимова, Е. И. Громова, И. Т. Кери.-Москва: КНОРУС, 220. - 330 с.  
<https://www.gazprom.ru/about/>
2. Альмяшова Е.А. Совершенствование системы бюджетирования в ПАО «Газпром нефть»// Вектор экономики.2017.№ 9(15). С. 24
3. <https://www.gazprom.ru/press/news/2019/december/article495260>
4. Лазарева Н.В., Яшунова А.А. Анализ международных инвестиционных проектов Газпром// Европейский журнал экономических наук и управления.2020. № 1. С.45-48
5. <https://www.gazprom.ru/investors/creditor-relations/debt-profile/>

УДК 339.944

ББК 65.050

*Лубочкин М.М., к.э.н., доцент, СПбГУ*

## **МЕСТО МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ И МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

### **АННОТАЦИЯ**

Различные экономические проблемы существовали и в определенной мере накапливались в последние десятилетия в России и в мире. Кризис, вызванный реакцией на коронавирус, становится кульминацией этих проблем. В настоящей работе сформулированы основные характеристики, а также предложен прогноз развития малого и среднего предпринимательства в коронавирусной и посткоронавирусной экономической реальности

**Ключевые слова:** экономика предпринимательства; мировая экономика; предпринимательство; коронавирус

Текущий период с точки зрения развития экономики можно охарактеризовать как фазу кризиса, находящуюся, как всегда, в начале нового экономического цикла. Предыдущий цикл в мировой и российской экономике начался с мирового финансового кризиса 2007-2008 годов. Указанный кризис удалось в целом преодолеть в течение нескольких лет, после чего экономический рост продолжился вплоть до кризиса текущего. При этом противоречия в национальных и мировой экономиках, а также социальной, юридической системах существовали и накапливались даже в фазе роста экономического цикла, что оказывает определенное влияние на сегодняшнюю ситуацию. [1]

Меры, предпринятые государственными структурами по всему миру в связи с коронавирусом, являются беспрецедентными за последние десятилетия и всего год назад казались невозможными в современном обществе: для борьбы с ним ограничиваются базовые свободы, вводится и отменяется в произвольном порядке комендантский час, закрываются целые отрасли экономики, а также предприятия в странах и регионах. Сильнейший удар они нанесли по компаниям из отраслей, работа которых была остановлена или существенно ограничена, а также по малому и среднему бизнесу. Безусловно, речь идет о наступлении новой экономической реальности, в которой права, возможности, роль и механизмы работы экономических субъектов подверглись ревизии. Этим обусловлена *актуальность* темы настоящего исследования.

*Целью* работы является определение нового места и формирование прогноза развития малого и среднего предпринимательства в российской и мировой экономике в новой реальности. Для достижения указанной

цели используются следующие *методы*: наблюдение, сравнение, методы научной абстракции, индукции, дедукции.

Для малого и среднего бизнеса в предыдущем, закончившемся в 2020 году экономическом цикле, можно выделить ряд основных проблем. Во-первых, к таким проблемам относится снижение темпов экономического роста (по сравнению с его темпами в 90-х и 00-х годах). [2] Темпы роста предприятий, работавших в замедлившейся экономике, также снизились. Эту проблему в определенной мере удалось решить благодаря низким процентным ставкам, благодаря которым финансирование развития бизнеса за счет кредитов оставалось доступным. Однако, сохранилась высокая долговая нагрузка экономических субъектов, включая малые и средние предприятия - более того, низкие процентные ставки стали стимулом для наращивания долга.

Возросший долг со снизившейся стоимостью обслуживания возможно обслуживать даже при снижении темпов роста прибыли - но не при превращении прибыли в убыток. [3] Вследствие этого, нынешний кризис, ставший сильнейшим для реальной экономики со времен Великой депрессии, нанес удар по малому и среднему бизнесу и продолжит наносить ущерб в будущем: наименее устойчивые предприятия в пострадавших от коронавирусных мер отраслях и регионах в значительной мере уже закрылись, но веерное сворачивание предприятий в прочих отраслях, связанное с падением уровня жизни и покупательной способности населения, а также с исчезновением клиентов в сегменте B2B из пострадавших отраслей, еще не произошло.

Таким образом, можно говорить о том, что в целом количество и масштабы деятельности малых и средних предприятий в ближайшем будущем будут снижаться. Больше всего пострадают отрасли, которые были сочтены малозначимыми - на них уже произошли или в ближайшее время произойдут структурные сдвиги и масштабное перераспределение собственности. Что касается более отдаленной перспективы, вероятно, показатели работы малого и среднего бизнеса в России и в мире стабилизируются на какой-то отметке. Будет ли происходить развитие в ходе восстановительной фазы цикла, зависит прежде всего от той новой юридической среды, в которой будут работать предприятия. Пока что, исходя из текущей ситуации и мер, которые можно было наблюдать до настоящего момента, можно лишь сделать вывод, что эта среда будет во-первых нестабильной (значимость законов упадет, а значимость оперативного управления исполнительными и силовыми органами вырастет), а во-вторых более глобализованной (решения и/или рекомендации глобальных структур и организаций будут более часто и активно реализовываться на национальных уровнях, в том числе в

России). Это в целом говорит о том, что юридическая среда не будет благоприятствовать работе малых и средних предприятий.

Важной особенностью нынешнего кризиса является то, что его последствия переключаются на реальный сектор экономики и, прежде всего, сферу услуг, тогда как в финансовые рынки для их поддержки вливаются практически неограниченные средства. Крупный бизнес, как правило, обладает ресурсами, в том числе необходимыми связями, чтобы пережить кризис. Таким образом, почти весь удар приходится на малый и средний бизнес, а также граждан: мировой фондовый рынок на фоне жесточайшего кризиса реальной экономики и снижения уровня жизни населения продолжает обновлять исторические максимумы, как и стоимость акций крупнейших мировых корпораций. [4] Вследствие этого снизилась и продолжит снижаться роль не только малого и среднего предпринимательства, но также значение среднего класса и потребления в экономике.

#### **Список литературы:**

1. Merle, R. A guide to the financial crisis — 10 years later. The Washington Post, 2018. URL: [https://www.washingtonpost.com/business/economy/a-guide-to-the-financial-crisis--10-years-later/2018/09/10/114b76ba-af10-11e8-a20b-5f4f84429666\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/business/economy/a-guide-to-the-financial-crisis--10-years-later/2018/09/10/114b76ba-af10-11e8-a20b-5f4f84429666_story.html) (дата обращения: 07.10.2020)
2. Vetrenko P.P., Chernysheva E.A., Levitina I.Y., Mikheeva D.G., Voronkova O.V. Encouraging Employees to Increase The Labor Intellectualization Level as a Factor of Evolution of The Intellectual Capital // European Research Studies Journal – 2017 – Т. 20 – № 4А – С. 568-577.
3. Гашко Д.В., Нормативно-правовая основа деятельности малых и средних предприятий в Российской Федерации, сборник: Перспективные направления развития малого и среднего бизнеса в цифровой экономике России. Под ред. Е.В. Ялунер, М.И. Лубочкиной. Санкт-Петербург, 2018. С. 4-29.
4. S&P 500 Index - 90 Year Historical Chart. Macrotrends, 2020. URL: <https://www.macrotrends.net/2324/sp-500-historical-chart-data> (дата обращения: 08.10.2020)

УДК 338.242.2

ББК 65.052

*Семенов Р.И., м.н.с., ИПРЭ РАН*

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ СТРУКТУРЫ РЫНКА ТРУДА**

### **АННОТАЦИЯ**

Проанализированы тенденции структурных изменений рынка труда

**Ключевые слова:** рынок труда, отрасли, пострадавшие от пандемии, кризис, рост рабочих мест

За последний год пандемия коронавируса потрясла деловой мир и статус занятости миллионов россиян. Даже те, кто сохранил свои рабочие места, сейчас работают в совершенно иных условиях. Цифровые и организационные преобразования будут определять рынок труда и в 2021 году в дополнение к усилиям, направленным на восстановление экономики.

Широкомасштабный переход на удаленную работу вызвал повышенную потребность в технических навыках, большинство работодателей сообщили об ускоренном внедрении IT технологий в 2020 году из-за пандемии. В результате руководители все больше понимают, насколько значительное повышение квалификации потребуется их сотрудникам, если они хотят противостоять сложной экономической ситуации, выдержать конкуренцию и продолжить развитие.

Отрасли, которые, несмотря на кризис, показали рост рабочих мест – это логистические услуги, доставка, складирование и транспортировка грузов (вследствие резкого роста электронной коммерции). На их долю пришлось самое большое количество рабочих мест, созданных в 2020 г. По-прежнему рост числа вакансий будет показывать здравоохранение и фармакология, не только вследствие пандемии, но и, в том числе, из-за тенденций, которые формировались на протяжении десятилетий, включая старение населения, которое будет продолжать стимулировать потребность в большом количестве медицинских работников всех типов.

В наибольшей степени в период пандемии пострадали туристическая отрасль, общественное питание, услуги. Рабочие места, связанные с гостиничным бизнесом и путешествиями, будут расти по мере восстановления отрасли. Более четверти всех рабочих мест, потерянных с февраля в крупных городах, приходится на бары и рестораны. Возвращение ресторанной индустрии к допандемическому уровню занятости займет годы, но ожидается, что эта отрасль снова начнет расти вслед за вакцинами, подавляющими вирус, и ослаблением ограничений на социальное дистанцирование.

И хотя прогнозы для рынка труда основаны на фактах и тенденциях, известных сегодня, но они могут легко измениться. Тем не менее следует обратить внимание на два фактора, которые, вероятно, серьезнейшим образом повлияют на то, что произойдет дальше на рынке труда:

Во-первых, популяционный иммунитет к вирусу. Сколько людей откажутся от вакцины, когда ее предложат? Различные социологические опросы показывают, что менее половины взрослых россиян планируют сделать прививку. Четверть взрослых россиян не уверены, хотят ли они вакцинироваться, а еще четверть говорят, что не будут.

Во-вторых, меры государственной поддержки тех отраслей экономики, которые могли бы стать локомотивом и «вытянуть» вследствие своего роста другие отрасли.

Весьма обманчивыми могут оказаться цифры, характеризующие уровень безработицы, поскольку десятки тысяч людей не спешат зарегистрироваться как безработные (сложность процедуры и крайне низкий уровень пособия по безработице), некоторые перестали искать работу и пытаются переждать пандемию, имея неофициальные подработки или небольшой пассивный доход, по-прежнему, невозможно точно оценить «серый» сектор занятости. Это, по крайней мере частично, объясняет сравнительно небольшое повышение уровня безработицы и делает показатели уровня безработицы обманчивым индикатором здоровья рынка труда.

В настоящее время мировые социально-экономические процессы таковы, что изменяется представление о месте человека по отношению к природе, друг другу, обществу, государственности, происходит изменение моральной организации общества, меняется представление о мире, базовых тенденциях и ценностях. Причем эти изменения происходят волнообразно, что не дает возможности образованию, ранее способному приспособливаться к происходящим процессам, удерживать данные соотношения. [1]

Восстановление на рынке труда начнется медленно. Рост будет неравномерным, в зависимости от региона и отрасли. Регионы, зависящие от индустрии путешествий и гостеприимства, понесли наибольшие потери рабочих мест и будут восстанавливаться дольше всех. Большинство экономистов прогнозируют медленный рост в первом квартале, но внедрение вакцин Covid приведет к ускорению найма во втором квартале. Несмотря на катастрофу, которой стал 2020 год, есть обнадеживающие признаки того, что экономика и рынок труда готовы к восстановлению.

#### **Список литературы:**

1. Ялунер Е.В. Влияние изменения рынка труда на трансформацию образования / Актуальные проблемы труда и развития человеческого потенциала. Вузовско-академический сборник научных трудов. Под редакцией В.И. Сигова, С.В. Кузнецова. Санкт-Петербург: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – с. 187-191.

УДК 334.7  
ББК 65.050

*Жукова Т.Л., м.н.с, ИПРЭ РАН*

## **ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье определена значимость малого и среднего предпринимательства в развитии инноваций. Отмечены меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, выявлено влияние государственной и региональной политики на развитие малого предпринимательства и инновационной деятельности в регионе на примере Санкт-Петербурга

**Ключевые слова:** малое предпринимательство, инновации, региональная экономика

Инновации являются ключевым фактором роста и развития экономики, связующим звеном при трансформации экономики на новые этапы. Страны, которые не могут обеспечить инновационное развитие, как следствие, становятся зависимыми от внешних технологических и финансовых факторов, выполняя придаточные функции, в том числе добычу и поставку сырья, для стран с высоким инновационным потенциалом. За период проведения анализа Индекса с 2016г рейтинг России снизился на 14 пунктов. Опасение вызывает смещение России в рейтинге с 12 места в 2016г на 26 место в 2020г.

Особо низкими показателями из семи, вызывающими опасение к последующему снижению рейтинга России являются:

- производительность (43 место): показывает величину и трехлетнее изменение ВВП и ВНП на одного работающего по найму в возрасте 15 лет и более;
- производство добавленной стоимости, в % ВВП на душу населения (\$ППС) (37 место)
- исследования и разработка, R&D-интенсивность (33 место): отражает расходы на исследования и разработки, в % от ВВП.
- плотность высоких технологий (30 место) [2]

Возникает вопрос: почему же происходит падение инновационной активности в России, несмотря на предпринимаемые меры инновационного развития? По нашему мнению, одной из главных причин является низкая инновационная активность российских предприятий. Генератором инноваций в экономически развитых странах выступает малый бизнес. Высокая конкуренция и возможности гибкой реакции на изменения и запросы рынка, ниши которого занимает малый бизнес, подталкивает предпринимателя к таким действиям, когда необходимо

постоянно генерировать новые и уникальные технологии производства, товары, услуги, источники продаж, управления и маркетинга. Как правило, именно малое, отчасти среднее, предпринимательство производит цепь событий, которая начинается с идеи и проходит путь до создания инновационного продукта. Малое и среднее предпринимательство (далее – МСП), в силу своей мобильности и гибкости к изменениям, также способно активно выполнять роли разработки и формирования инновационных идей и продуктов для своих «больших» партнеров – крупного бизнеса.

Проведённый анализ изменения количества и структуры малого и среднего предпринимательства в России за последние годы и показатели инновационной активности свидетельствует о том, что эти процессы взаимосвязаны: за период 2016-2019гг показатели инновационной активности России также снизились (по данным агентства Bloomberg с 12-й позиции до позиции 26). [1]

Направление государственной политики России на повышение инновационной активности бизнеса, ускорение появления новых инновационных компаний и развитие малого и среднего предпринимательства может способствовать изменениям в сторону повышения показателей инновационной активности, выход на уровень инновационной экономики нашей страны.

Влияние внутренней политики государства, разработка и ввод комплекса мер, предусматривающих развитие данных направлений в России в целом и в регионах в частности, остается основополагающим для развития инновационных проектов компаниями малого и среднего предпринимательства в России.

Законодательство России позволяет и поощряет формирование регионами Стратегий инновационного развития, в зависимости от социально-экономических факторов региона. Примером может служить Санкт-Петербург, как один из наиболее успешных и устойчивых по показателям инновационного развития регионов Российской Федерации.

По данным ряда рейтингов инновационного развития регионов России, г. Санкт-Петербург занимает неплохую позицию в группе лидирующих регионов, в том числе:

- Рейтинг инновационных регионов России (разработан в 2012г Ассоциацией инновационных регионов совместно с Министерством экономического развития РФ) – первая строчка в 2017 и 2018гг.

- Рейтинг инновационного развития субъектов РФ (разработан в 2012г Высшей Школой Экономики, ВШЭ– по данным 2019г - третья строчка среди регионов РФ по совокупному показателю: величина интегрального индекса инновационного развития региона (РРИИ).

В г. Санкт-Петербург подпрограмма «Инновационное развитие Санкт-Петербурга» входит в состав Государственная программа «Развитие промышленности, инновационной деятельности и агропромышленного комплекса в Санкт-Петербурге», которая в свою очередь является частью Стратегии «Экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2035 года». [3]

Цель подпрограммы - развитие и эффективное использование инновационного потенциала Санкт-Петербурга и для ее достижения предусмотрены мероприятия, в том числе стимулирование к созданию и выпуску высокотехнологичной и конкурентоспособной инновационной продукции, защита прав интеллектуальной собственности, содействие развитию инфраструктуры для инновационной деятельности и кластеров, стимулирование спроса на инновационную продукцию.

Многие экономисты отмечают тенденции появления новых точек роста и интерактивности инноваций. Что во многом определяется возникновением кластеров, в том числе международных, которые отличным образом формируют современные экосистемы и переход прогрессивных стран к формату зеленой экономики. В данном контексте актуальным становится трансформация, перераспределение и синергический эффект от функций государства, органов исполнительной власти, предпринимателей и образовательных учреждений, общественных организаций, формирующих в настоящее время институциональные основы пространственного развития экономики и предпринимательства в регионе. [5]

Вместе с этим отметим, что в регионе г. Санкт-Петербург показатель доли МСП (на 10.01.2020 составляет 4,84%) на протяжении 2016-2020гг выше среднего по России (на 10.01.2020 составляет 4,08%) и выше среднего по СЗФО (на 10.01.2020 составляет 4,35%) Также регион имеет наибольшую плотность зарегистрированных МСП (включая ИП) в сравнении с плотностью зарегистрированных МСП (включая ИП) в СЗФО – более 58%. [4]

Это означает, что из десяти компаний МСП (включая ИП), зарегистрированных в СЗФО, шесть находятся на территории г. Санкт-Петербург. Значение этого показателя является также одним из самых высоких и в сравнении с другими Федеральными округами. Например, концентрация МСП (включая ИП) в федеральных округах имеет перекося (как правило, в сторону региона- центра округа): в Центральном ФО 47 % компаний расположены в Москве; Северокавказский ФО - 61% компаний в Ставропольском крае; Южном ФО - 38% компаний расположены в Краснодарском крае; Уральский ФО - 41% компаний в Свердловской области, Дальневосточный ФО - 31% компаний в Приморском крае, в

Сибирском ФО и Приволжском ФО концентрация компаний МСП более равномерна.

В настоящее время Россия проводит достаточно взвешенную политику развития инноваций. По оценкам международного агентства Bloomberg, Россия входит в третью десятку международного рейтинга инновационных экономик. Опыт развитых инновационных экономик мира показывает важную роль малого предпринимательства в развитии инноваций. Малое предпринимательство является генератором инновационных процессов и непосредственным участником инновационных проектов. Тем не менее, развитие малого предпринимательства в России сохраняется на относительно низком уровне.

### **Список литературы:**

1. Ассоциация инновационных регионов совместно с Министерством экономического развития РФ. Рейтинг инновационных регионов России. Электронный ресурс. <http://www.i-regions.org/reiting/rejting-innovatsionnogo-razvitiya>
2. Информационное агентство Bloomberg. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-18/germany-breaks-korea-s-six-year-streak-as-most-innovative-nation>
3. Электронный ресурс: Федеральная налоговая служба. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. <https://rmsp.nalog.ru/>
4. Электронный ресурс: Федеральная служба государственной статистики. <https://www.gks.ru/statistic>, <https://showdata.gks.ru/finder/>
5. Романенко Е.В., Ялунер Е.В. Особенности пространственного развития малого предпринимательства в условиях инновационной экономики / Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета

УДК 338.242.2

ББК 65.050

*Гашко Д.В., ст. преподаватель, СПбГЭУ*  
**НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «МАЛОЕ И СРЕДНЕЕ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПОДДЕРЖКА  
ИНДИВИДУАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ  
ИНИЦИАТИВЫ»: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Два года реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» показали отсутствие результатов. Помимо объективных причин, связанных с текущей ситуацией, это обусловлено и недостатками самого проекта

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство; национальный проект

Малый бизнес давно играет весьма существенную роль в национальных экономиках развитых стран мира. Во многих странах и отраслях стран Западной Европы он занимает доминирующее положение в экономике по уровню занятости и вкладу в объем производства. Значительное внимание развитию малого и среднего предпринимательства уделяется и в развивающихся странах Восточной Европы, в Бразилии, Турции. И это внимание уже принесло свои плоды.

О той положительной роли, которую мог бы играть малый бизнес в нашей стране, говорят давно и на самых разных уровнях. Однако, как сказал однажды классик, «воз и ныне там». На момент начала реализации национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» по данным разработчиков национального проекта составлял чуть более 22 процентов, доля в обеспечении занятости – 19,6%. Период роста количества субъектов МСП в 2010 - 2016 сменился периодом спада в 2017 – 2018, на протяжении всех лет наблюдения остается неизменным и качество отечественного малого бизнеса. Более 40% субъектов МСП - это торговые предприятия, наблюдается чрезвычайно низкая доля производственных предприятий, большая доля микробизнеса в МСП. Субъекты МСП крайне незначительно представлены в отечественном сырьевом экспорте.

На фоне описанного плачевного состояния отечественного малого бизнеса поставленные в национальном проекте задачи видятся весьма амбициозно. Заявленные целевые значения индикаторов предполагают существенные изменения сложившихся в настоящее время трендов. На графике ниже (см. рис. 1), в частности, приведены данные по доли субъектов МСП в ВВП РФ. Штрихпунктирная линия показывает линию тренда, построенную по многолетним фактическим данным. Пунктирная линия – целевые значения индикатора в соответствии с национальным проектом. Аналогично выглядит ситуация и с другими двумя целевыми показателями нацпроекта. Такое радикальное изменение сложившегося тренда невозможно без радикальных изменений обуславливающих его факторов. Очевидно, для успеха национального проекта необходимы и соответствующие мероприятия.

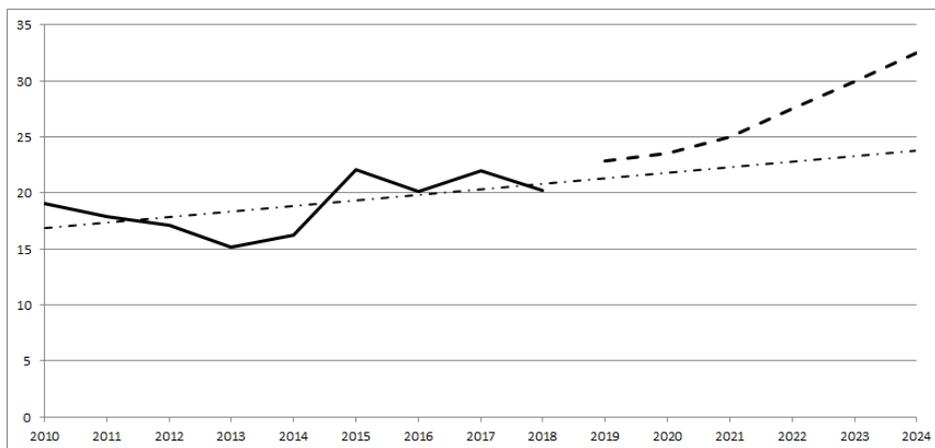


Рисунок 1 – Доля субъектов МСП в ВВП РФ (сплошная линия – фактические исторические данные; пунктир – целевые показатели национального проекта; штрихпунктирная линия показывает линию тренда, построенную по фактическим данным) [1; данные Росстата]

В то же время, анализ содержания мероприятий нацпроекта характеризует их не лучшим образом. Так, мероприятия не соответствуют реальным потребностям и ожиданиям субъектов малого и среднего предпринимательства. Содержание многих мероприятий сформулировано в тексте документа слишком расплывчато, без надлежащей конкретизации. Полностью отсутствует корреляция между мероприятиями национального проекта и проблемами, на которые указывают результаты всемирного рейтинга Doing Business, позиции в котором признаны официальными ориентирами и целевыми показателями успешности реформирования среды осуществления предпринимательской деятельности в стране в соответствии с Указом Президента РФ от 7 мая 2012 года №596 «О долгосрочной государственной экономической политике». Множество противоречий и нестыковок содержится в самом проекте, в целевых значениях его индикаторов. Более подробно эти противоречия рассмотрены в монографии [2].

Реализация национального проекта по итогам второго года, очевидно, будет выглядеть совершенно провальной. При этом велико искушение представить ситуацию таким образом, будто «во всем виноват Covid 19», т.е. оправдать отсутствие положительных результатов реализации мероприятий национального проекта объективными, более того – форс-мажорными, не зависящими от ответственных за формирование и реализацию проекта исполнителями.

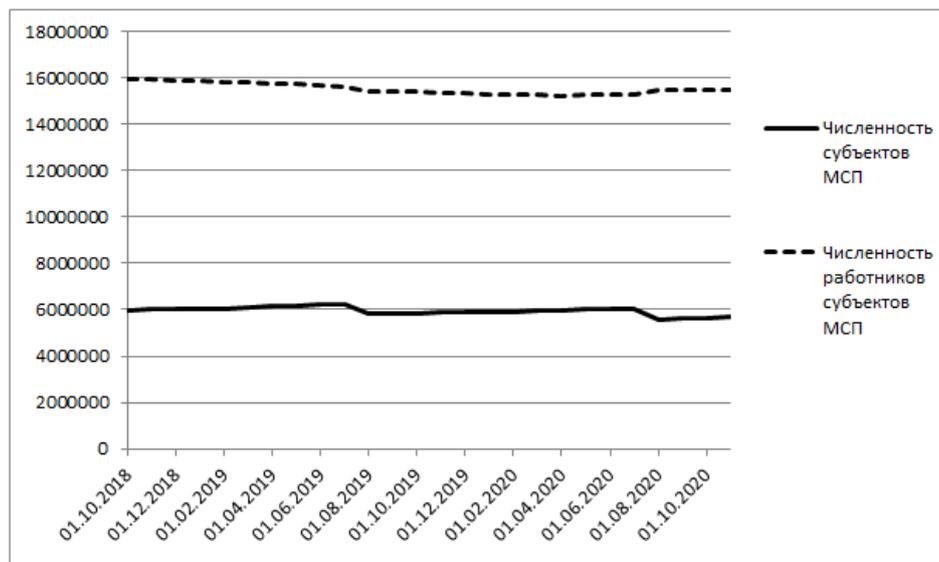


Рисунок 2 – Динамика численности субъектов МСП и численности работников субъектов МСП в течение срока реализации национального проекта [3]

Безусловно, в 2020 году появились и продолжают действовать дополнительные объективные обстоятельства, препятствующие развитию предпринимательства в стране. Однако, даже беглый взгляд на рисунок 2 позволяет понять, что существенных успехов не было и в первый год реализации проекта, до пандемии. Статистический анализ данных показывает отсутствие каких-либо существенных положительных тенденций в исследуемых данных вовсе. В представленных на рисунке 2 данных за два рассматриваемых года коэффициент вариации составляет не более 15%. Это фактически означает «стояние на месте» как после начала пандемии, так и до.

Конечно, сложившаяся ситуация требует определенных корректировок, любой проект должен обладать гибкостью к изменениям внешней среды. Однако, в данном случае важнее то, что проект изначально обладает существенными изъянами и для успешной его реализации нуждается в существенной переработке в самих своих основах.

#### Список литературы:

1. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.economy.gov.ru/material/file/7bb70b5d19ea26a9729839377e6ac38e/Passport\\_NP\\_MSP.pdf](https://www.economy.gov.ru/material/file/7bb70b5d19ea26a9729839377e6ac38e/Passport_NP_MSP.pdf).
2. Малое и среднее предпринимательство: учет, внутренний контроль, анализ и налогообложение : монография / кол. авторов ; под общ. ред. Н.А. Каморджановой. – Москва : РУСАЙНС, 2020. – 266 с.
3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства

[Электронный ресурс]. – URL: <https://rmsp.nalog.ru>.

4. Romanenko E.V., Yaluner E.V., Strinkovskaya A.S., Loubochkin M.M., Kurochkina A.L., AN EDUCATIONAL METHODOLOGY FOR STUDYING CULTURE AS AN ORGANIZING CENTER IN ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT, APUNTES UNIVERSITARIOS. 2021. T. 11. № 2. С. 144-158.

УДК 330.15

ББК 65.28

*Королева Д.А., аспирант, СПбГЭУ*

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Масштаб влияния организаций, участвующих как в формировании доходов государства, так и в эволюции общественных отношений в целом, недооценён. В настоящей статье трансформация рассматривается на основе разумного сочетания административных и рыночных методов

**Ключевые слова:** регион, государственная поддержка, цели устойчивого развития, региональное развитие

Сегодня возникла необходимость в формировании «новой» общественной модели с учетом реализации целей устойчивого развития. Одним из ключевых направлений деятельности выступает развитие партнерских отношений между органами власти и представителями бизнес-сообществ, а также оптимальное распределение ответственности каждого уровня власти и бизнес-сектора за решение насущных проблем. В сложившейся ситуацией акцент ответственности за состояние и развитие территории в РФ смещается с общегосударственного уровня на уровень субъекта. Зачастую за развитие отдельных регионов несут ответственность крупные компании, которые реализуют на территории свой бизнес, и здесь возникает дополнительная задача по рациональному распределению усилий государства и бизнеса в обеспечении устойчивого развития территории [1]. Это обусловлено структурой и специализацией регионального производства, неравномерностью распределения природных ресурсов и населения и другими факторами.

Россия конструктивно присоединилась к концепции устойчивого развития с конца XX века. Работа над проектом Государственной стратегии устойчивого развития РФ ведется с 1995 г. Несмотря на глубокую научную проработку данной стратегии к настоящему времени она так и не была обнародована. Отдельные аспекты концепции устойчивого развития нашли отражение в Посланиях Президента РФ Федеральному Собранию. Так, в 2019 г. особое внимание было уделено экологически проблемам: переход промышленных предприятий на

экологичные технологии, обеспечение стандартов экологического благополучия и безопасности, поиск решений для предприятий жилищно-коммунального хозяйства и транспорта [2]. Согласно данным Рейтинга социально-экономического положения субъектов РФ [3] помимо объективных факторов существенное влияние на развитие субъектов РФ оказывает региональная экономическая политика и условия ведения бизнеса. Организациям необходимо взять на себя более масштабную роль в реализации целей устойчивого развития, дайверами которого должны стать крупные компании, рассматривающие в качестве основных стратегических инициатив социальное, экологическое и управленческое направления.

Согласно исследованию консалтинговой компании PriceWaterhouseCoopers, в среднем 72% мировых компаний упоминают в своей отчетности цели устойчивого развития, в то время как показатель российских компаний находится ниже 43%. Отдельные представители российского бизнеса уже идут по пути достижения целей устойчивого развития. В качестве примера может быть рассмотрена, начатая в 2019 году реконструкция агрегатов сталеплавильного производства на Новолипецком металлургическом комбинате, которая позволит повысить производительность цеха на 18 % в год и сократить выбросы в атмосферу на 70 %. X5 Retail Group и «Магнит» увеличивают объем переработки отходов, устанавливая в своих магазинах фандоматы по сбору пластиковой и пластмассовой тары. Компания ММК с помощью цифровых технологий работает над повышением безопасности [4]. Автор настоящей статьи акцентирует внимание на сформировавшемся проблемном поле и приводит в качестве негативного примера историю компании H&M. С 2013 г. розничная сеть реализует программу по сбору текстиля с целью вторичного использования. Однако в начале 2020 г. ритейлер признался в том, что дочерние компании, расположенные на территории РФ, не следуют регламенту по пресортировке и экспорту вещей в Германию или ОАЭ [5]. Данный путь нерационален вследствие таможенных и экономических ограничений. В России на сегодняшний день альтернатив для экологичной утилизации или переработки недостаточно. Так, в Санкт-Петербурге, несмотря на ежегодный рост твердых бытовых отходов, переработке подвергается только 15% от общего объема. Строительство мусороперерабатывающих заводов постоянно откладывается. Недавно был инициирован проект «Генеральная уборка», однако направление столкнулось с необходимостью решения глобальных проблем в области сортировки и переработки отходов с последующим этапом создания из них материалов и вещей. Только на полигоне «Новый свет ЭКО» в производственный процесс были внедрены технологии, позволившие снизить выбросы в

атмосферу и сортировать мусор с целью последующей переработки, что ведет к снижению объема отходов, отправляемых на полигоны. На других объектах подобные решения до сих пор не внедрены [6]. Стартовавшая в апреле 2020 г. мусорная реформа в Ленинградской области в качестве главных целей имеет переработку и вторичное использование твердых бытовых отходов – в настоящее время на это приходится лишь 5%. С практической точки зрения с начала реализации реформы произошло повышение тарифов, а необходимая инфраструктура так и не появилась. По данным анализа Росприроднадзора объектов размещения отходов на территории Ленинградской области недостаточно, а их загруженность составляет 95%. Несмотря на то, что Соглашение о взаимодействии между Ленинградской областью и Санкт-Петербургом по вопросу обращения с отходами производства и потребления было заключено 1 июня 2017 г., договоренность о создании нового акционерного общества с равноправным участием, которое разработает единую концепцию обращения с отходами с соблюдением экологических стандартов их переработки была достигнута только в октябре 2020 г. [7].

Сформировавшееся противоречие между потребностью в совершенствовании механизмов управления устойчивым развитием и недостаточной разработанностью методологии модернизации этих механизмов и формирования соответствующего инструментария является значительной проблемой, которая требует всесторонней вовлеченности.

#### **Список литературы:**

1. Миэринь, Л.А., Петров, А.Н., Хорева, Л.В. Роль крупных корпораций в развитии отдалённых регионов России: социальные стратегии и инновации // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 5 (125). С. 150-157
2. Послание Президента РФ Федеральному Собранию, 20 февраля 2019 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/RcrGC>
3. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ. Итоги 2017 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/RcrHT>
4. Как бизнес ищет устойчивость // Ведомости. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/RcrEt>
5. Партнер Н&М признал, что собранные в магазинах вещи не отправлялись на переработку с 2019 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/RcrLC>
6. Бабаян А.Р. Утилизация и вторичное использование отходов для территории СПб-Ленинградской области // Евразийский Союз Ученых. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/RcrN8>

## СЕКЦИЯ 2: УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 336.02

ББК 65.05

*Каморджанова Н.А., д.э.н., профессор, зав. каф. Аудита и внутреннего контроля, СПбГЭУ  
Точинова Ю.С., гл. аналитик, Государственное казенное учреждение «Центр организации закупок Республики Карелия и мониторинга в сфере экономики», магистрант, СПбГЭУ*

### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ

#### АННОТАЦИЯ

В статье приведены основные меры государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Республике Карелия, как до введения в республике режима повышенной готовности, так и в период распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19)

**Ключевые слова:** малое и среднее предпринимательство, меры поддержки, субсидии

При упоминании Республики Карелия жителям Российской Федерации почти всегда приходят на ум такие ассоциации, как Кижы, Валаам, водопад Кивач и Марциальные воды. Уникальная природа и географическое положение, туристические экстремальные туры, необычная еда... Однако мало кто знает, что Карелия помимо всех этих удивительных вещей имеет серьезный промышленный потенциал и развитую технологическую базу.

Фундамент промышленности республики основан на развитии лесопромышленного и горнопромышленного комплексов, а также металлургия, машиностроение, судостроение, производство оборудования для атомной отрасли.

Однако в настоящий момент в экономике Республики Карелия сложилась непростая ситуация. Поэтому органами государственной власти было принято решение взять на дотацию многие сферы экономики республики и создать такие меры поддержки, которые бы позволили поддержать как экономику республики, так и помочь предпринимателям создать эффективный бизнес.

Одной из особенностей Республики Карелия является относительно большое количество моногородов. Из 42 моногородов, находящихся в Северо-Западном Федеральном округе, 10 расположены в Республике Карелия. Основное отличие моногородов от обычных городов заключается в их специфике. Их экономика напрямую зависит от

эффективности работы градообразующего предприятия, на многих из которых на сегодняшний день сложилась непростая ситуация.

Для диверсификации экономики моногородов 22 июня 2015 года Правительством Российской Федерации принято постановление «О порядке создания территорий опережающего социально-экономического развития (ТОР) в монопрофильных муниципальных образованиях». Основная цель - содействие экономическому прогрессу моногородов, диверсификации их экономики и образованию новых рабочих мест в секторах, не связанных с деятельностью градообразующих предприятий путем создания особой экономической зоны, где бизнес получает определенные налоговые преференции. Из моногородов Республики Карелия к первой категории отнесены 6 - поселки городского типа Надвоицы и Муезерский, а также Суоярви, Кондопога, Питкяранта и Пудож.

Большое внимание уделяется поддержке малого и среднего предпринимательства (далее - МСП), поскольку именно этот сегмент бизнеса является основным для создания новых рабочих мест и источником дохода для населения, а также основным налогоплательщиком. Разработан пакет субсидий, по которым предприниматели могут получить поддержку, в частности:

1. Компенсация затрат на приобретения оборудования с целью организации производства с использованием труда осужденных на территориях учреждений, исполняющих наказание.
2. Компенсация часть затрат, относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющих розничную торговлю продовольственными товарами с маркировкой «Сделано в Карелии».

Знак «Сделано в Карелии» относится к системе добровольной сертификации, зарегистрирован в 2018 году Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии. Оператором является АО «Корпорация развития Республики Карелия». Любой местный производитель товаров может обратиться в Корпорацию развития и при условии, что его товар пройдет ряд лабораторных исследований, получает возможность использования товарного знака «Сделано в Карелии».

По информации АО «Корпорация развития Республики Карелия» на сегодняшний день 55 компаний Республики Карелия уже являются правообладателями данного товарного знака и имеют определенные преференции при продвижении продукции на территории Карелии и за ее пределами.

3. Возмещение части затрат предпринимателей, относящихся к субъектам МСП, по уплате лизинговых платежей.
4. Возмещение затрат на строительство и (или) реконструкцию объектов дорожного сервиса.

Конечно, пандемия новой коронавирусной инфекции внесла большие изменения в планомерное развитие экономики Республики Карелия. В связи с введением режима повышенной готовности 12 марта 2020 года, временно была приостановлена или ограничена работа всех предприятий, кроме жизнеобеспечивающих и обслуживающих жизнеобеспечивающие.

В рамках поддержки субъектов малого и среднего бизнеса Правительство Республики Карелия совместно с Министерством экономического развития Республики Карелия, а также Министерством финансов Республики Карелия был разработан комплекс дополнительных субсидий, который был успешно реализован.

В рамках первой кампании предоставления субсидий были частично возмещены расходы на выплату заработной платы работникам в размере федерального МРОТ на одного работника в месяц. В рамках второй кампании Министерство экономического развития Республики Карелия предоставляло субсидии на компенсацию:

- части затрат на арендную плату за пользование имуществом, которое не относится к жилищному фонду, по 403 из 496 заявок принято положительное решение на общую сумму 37,6 млн.руб.;
- части затрат субъектов МСП, оказывающих услуги в социальной сфере по 206 из 232 заявок принято положительное решение на общую сумму 66,7 млн.руб.;
- затрат субъектов малого и среднего предпринимательства на электрическую энергию, тепловую энергию, водоснабжение, водоотведение по 169 из 210 заявок принято положительное решение на общую сумму 26,7 млн.руб.;
- затрат субъектов малого и среднего предпринимательства на приобретение туристического транспорта для осуществления деятельности туристических агентств и предоставления услуг в сфере туризма по 3 из 5 заявок принято положительное решение на общую сумму 5,5 млн.руб..

Третья кампания специализировалась на возмещении части затрат субъектов МСП, которые осуществляют деятельность в сфере изготовления средств индивидуальной защиты, дезинфицирующих средств, а также на возмещение части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства, которые осуществляют деятельность в отраслях экономики, пострадавших в условиях пандемии COVID-19 на оплату фактически понесенных расходов на приобретение бактерицидных ламп, защитных экранов и прочих средств, обеспечивающих безопасность.

Также можно отметить влияние восточных партнеров на проводимую социальную и экономическую политику Республики Карелия. В ноябре 2017 года между Карелией и провинцией Фуцзянь

(Восточный Китай) были подписаны соглашения о торгово-экономическом, социально-культурном и гуманитарном сотрудничестве. Ввиду тесного сотрудничества это отражается и на управленческих решениях, поскольку китайский бизнес не только успешно преодолел кризисную ситуацию в пандемию коронавирусной инфекции, но ускоренным образом цифровизирует и развивает все сферы предпринимательства.

Так, например, одной из особенностей китайских фирм являются активные краткосрочные инвестиции для укрепления конкурентоспособности на рынке. В нашем случае мы можем наблюдать ту же тенденцию на карельском рынке. Ввиду возмещения части затрат предпринимателям, у них высвобождается часть средств, которые они, как правило, стараются инвестировать для увеличения дохода.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что несмотря на то, что некоторые сферы экономики Республики Карелия переживают не лучшие времена, государство старается поддерживать малое и среднее предпринимательство и вводить эффективные меры поддержки.

#### **Список литературы:**

1. Каморджанова Н.А. Социальное предпринимательство. Учетно-аналитические аспекты и практический опыт разных стран. Монография / Каморджанова Н.А. (под общ. ред.) – Москва: Русайнс, 2019. – 252 с.
2. Негорожина, А.С. Малое предпринимательство как важный структурный элемент региональной экономики / Политика, экономика и социальная сфера: проблемы взаимодействия. 2017. № 3. С. 19-22.
3. Халяпин, А.А., Куфтырева, Е.Б. Малое предпринимательство в финансовой системе региона / Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2018. № 1-1 (56). С. 125-127.
4. Корпорация развития Республики Карелия. Интернет ресурс. URL: <https://kr-rk.ru/> (дата обращения: 19.10.2020).
5. Министерство экономического развития и промышленности Республики Карелия. Интернет ресурс. URL: <http://economy.gov.karelia.ru/> (дата обращения: 17.10.2020).
6. Портал малого и среднего предпринимательства Республики Карелия. Интернет ресурс. URL: <http://smb10.ru/> (дата обращения: 20.10.2020).
7. Harvard Business Review. Интернет ресурс. URL: <https://hbr-russia.ru/> (дата обращения: 25.10.2020)

УДК 657.1

ББК У052.231.21

*Темченко О.С., к.э.н., доцент, зав. кафедрой  
бухгалтерского учета, анализа и аудита,  
Дальневосточный федеральный университет*

*Ким Т.В., магистрант, Дальневосточный  
федеральный университет*

## **СБЛИЖЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ И НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА: ИТОГИ ЗА ПЕРИОД 1998-2020ГГ.**

### **АННОТАЦИЯ**

Раскрыты цели стандартизации бухгалтерского учета, содержание программ реформирования национальных стандартов бухгалтерского учета за период 1998-2020гг. Обобщены основные изменения порядка ведения бухгалтерского учета запасов в соответствии с новым федеральным стандартом ФСБУ 5/2019 «Запасы»

**Ключевые слова:** федеральные стандарты, учет запасов, справедливая стоимость

Целью стандартизации бухгалтерского учета является достижение оптимальной степени упорядочивания ведения бухгалтерского учёта посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований и норм. Другими словами, стандартизация позволяет унифицировать работу бухгалтера, приблизить учёта к современным экономическим реалиям, в том числе в международном масштабе. Именно поэтому, целью реформы по сближению международных и национальных стандартов, инициированной Министерством финансов РФ в 1998 году, явилось «приведение национальной системы бухгалтерского учета в соответствие с требованиями рыночной экономики и международными стандартами финансовой отчетности» [1].

Первоначальный план мероприятий по реализации программы реформирования, включающий в том числе утверждение новых стандартов бухгалтерского учёта был ориентирован на трёхлетний срок (1998-2000). В этот период были приняты такие стандарты как ПБУ4/1999 «Бухгалтерская отчётность организации», ПБУ7/1998 «События после отчётной даты», ПБУ 9/1999 «Доходы организации», ПБУ10/1999 «Расходы организации», ПБУ13/2000 «Учёт государственной помощи». До вступления в силу нового Федерального закона «О бухгалтерском учёте» (январь 2013 года) были приняты девятнадцать новых стандартов, признанных впоследствии, на основании указанного закона, федеральными стандартами бухгалтерского учета.

Первым федеральным стандартом, разработанным и принятым в соответствии с новым порядком, стал ФСБУ 25/2018 "Бухгалтерский учет аренды", добровольное применение которого разрешено с января 2019 года, а обязательное – начиная с бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2022 год.

Таким образом, к началу 2019 года действовали двадцать пять федеральных стандартов бухгалтерского учета. Вместе с тем, в соответствии с принятой в 2016 году Министерством финансов «Программой разработки федеральных стандартов на 2016-2018гг.» планировалась разработка четырнадцати новых федеральных стандартов. Тем не менее, в указанный период новые стандарты утверждены не были.

Следующая программа разработки федеральных стандартов была ориентирована на период 2018-2020гг. При этом, из программы были исключены стандарты «Реорганизация юридических лиц», «Вознаграждения работникам», «План счетов бухгалтерского учета» и включены новые – «Незавершенные капитальные вложения», «Дебиторская и кредиторская задолженности (включая долговые затраты)», «Добыча полезных ископаемых». Данная программа утратила силу в 2019 году в связи с принятием новой программы на период 2019-2021гг., в которой были изменены сроки представления проектов стандартов в Совет по стандартам бухгалтерского учета, а также изменен перечень планируемых к разработке стандартов (исключен стандарт «Добыча полезных ископаемых»), изменены названия некоторых стандартов (например, «Долговые затраты» вместо «Дебиторская и кредиторская задолженности (включая долговые затраты)»).

В настоящее время уже приняты стандарты ФСБУ 5/2019 «Запасы» (обязательное применение с 2021 года), ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 (обязательное применение с 2022 года. Не случайно, что самым обсуждаемым стандартом в последнее время в научном сообществе является ФСБУ 5/2019 «Запасы» [2]. В работах рассматриваются новации, вносимые ФСБУ 5/2019 «Запасы», их влияние на порядок ведения учета запасов [3,4], концептуальные изменения в российской теории и практике учета запасов [5], отраслевые особенности применения федеральных стандартов [6].

ФСБУ 5/2019 «Запасы» заменит ПБУ 05/01 «Учёт материально-производственных запасов». Новый стандарт не применяется бюджетными организациями и компаниями с упрощённой системой ведения бухгалтерского учёта. Также не является обязательным применение данного стандарта при управленческом учёте запасов.

Обобщим основные изменения порядка ведения бухгалтерского учета запасов в соответствии с ФСБУ 5/2019 «Запасы»:

1) изменено определение «запасы», значительно расширен перечень активов, включенных в эту категорию (незавершенное производство, объекты недвижимости для продажи и др.), введены критерии признания запасов;

2) уточнен порядок учета фактических затрат, включаемых в себестоимость запасов при первоначальном признании и последующей оценке;

3) впервые для оценки запасов введено понятие «справедливая стоимость» (например, в случае безвозмездно полученных запасов);

4) расширен перечень информации о запасах для раскрытия в бухгалтерской (финансовой) отчетности (сверка остатков запасов в разрезе фактической себестоимости и обесценения на начало и конец отчетного периода и движения запасов за отчетный период и др.).

Таким образом, введение в действие новых федеральных стандартов в ближайшей перспективе, в том числе ФСБУ 5/2019 «Запасы», приблизит российскую практику учёта запасов к международным стандартам, изменит порядок оценки запасов, в том числе на основе использования справедливой стоимости.

#### **Список литературы:**

1. Об утверждении Программы реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 06.03.1998 № 283). – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&ts=577785761009641493063789475&cacheid=900683A4243E6D6F8983F508B2E2769B&mode=splus&base=LAW&n=18125&rnd=78DE7AEA377186D655F46F7888A5C492#etc7zfhvi5> (дата обращения 09.11.2020)
2. Федеральный стандарт бухгалтерского учёта ФСБУ 5/2019 «Запасы»: [по состоянию на 3 ноября 2020 г.: принят Минфином 15 ноября 2019]. – КонсультантПлюс. – Режим доступа: <http://consultant.ru>.
3. Никитина В.Ю. Бухгалтерский учет запасов: переходим на федеральный стандарт// Бухгалтерский учёт. – 2020. – №7. – С. 5–11
4. Дружиловская Э.С. Учет запасов по новому федеральному стандарту// Бухгалтерский учёт. – 2020. – №8. – С. 24–30
5. Городилов М.А. ФСБУ5/2019 «Запасы» // Международный бухгалтерский учёт. – 2020. – №8 (470). – С. 844-863
6. Аникина И.Д., Солодова С.В. Применение федеральных стандартов в сельскохозяйственных организациях // Вестник Волгоградского государственного университета. Экономика. – 2020. – №2. – С. 201-212.

УДК 338.658

ББК 65.05

*Трясцина Н.Ю., к.э.н., доцент, Российский государственный аграрный университет-Московская сельскохозяйственная академия имени К.А. Тимирязева*

## ОЦЕНКА ТЕХНИЧЕСКОГО УРОВНЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-СУБЪЕКТОВ АПК

### АННОТАЦИЯ

Статья посвящена методическим и практическим проблемам оценки технического уровня бизнес-субъектов АПК с целью совершенствования управления производством. Предложена методика анализа технического уровня развития агропредприятий с использованием инструментов комплексной оценки факторов и установления позиции хозяйствующего субъекта в рейтинге организаций с одинаковой специализацией производства

**Ключевые слова:** технический уровень, оценка, факторы, индикаторы

Для эффективного управления производственной деятельностью и разработки стратегии развития необходим объективный анализ и оценка индикаторов, характеризующих динамику производственных процессов, технического уровня развития предприятия, организационно-управленческого уровня бизнес-субъекта, конкурентоспособности продукции [1].

Технический уровень развития агропредприятий влияет практически на все элементы результативности бизнес-процессов, обеспечивая рост и повышение конкурентоспособности продукции сельского хозяйства, совершенствование организации и управления хозяйственной деятельностью, устойчивость финансового положения.

В экономической литературе не существует единого подхода к формированию перечня показателей, характеризующих технический уровень развития предприятия [1, 2]. Каждый автор устанавливает их самостоятельно в соответствии со своим профессиональным суждением.

Для комплексной оценки технического уровня развития предприятий АПК на первом этапе необходимо выполнить анализ динамики показателей оснащенности техникой. Показатели следует анализировать в динамике, представлять в табличной форме (табл.1). Таблица 1 – Динамика показателей оснащенности ООО «Х» сельскохозяйственной техникой

Показатели	2014г	2015г	2016г	2017г	2018г	2019г
Приходится тракторов на 1000 га пашни, шт.	12,7	7,5	5,4	5,0	4,6	3,7
Нагрузка пашни на один трактор, га	79	133	184	199	219	270
Приходится зерноуборочных						

комбайнов на 1000 га посевов, шт.	8,8	5,7	3,9	4,0	3,4	2,6
Приходится картофелеуборочных комбайнов на 1000 га, шт.	20	89	45	41	41	28,6
Приходится посевов культур на единицу техники, га: -зерноуборочной	114	175	254	251	294	381
- картофелеуборочной	50	11	22	25	24	35

В 2019 году в сельскохозяйственной организации на 1000 га пашни приходилось 3,7 трактора (в 2018 году - 4,6 трактора), нагрузка на 1 зерноуборочный комбайн составила 381га посева зерновых культур (в 2018 году - 293га), на 1 картофелеуборочный комбайн - 35га (в 2018 году - 25га). Так, в 2018 году на 1000 га пашни приходилось 4,6 тракторов, нагрузка на 1 зерноуборочный комбайн составила 294 га посева зерновых культур, на 1 картофелеуборочный комбайн - 24 га. Следует отметить, что в среднем по области нагрузка на 1 зерноуборочный комбайн составляла 294 гектара посевов зерновых в 2019г. Индексы, рассчитанные к уровню 2014г, свидетельствуют о том, что в расчете на один трактор предприятие стало иметь на 3% меньше плугов, на 8% сеялок, но в тоже время наблюдается рост культиваторов на 25%. Уменьшение количества плугов и сеялок является закономерным явлением, так как бизнес-субъект постепенно переходит на системы сберегающего земледелия.

Важной проблемой является то, что имеющаяся в сельскохозяйственной организации техника сильно изношена [3]. Коэффициент износа машин, оборудования и транспортных средств на конец 2019 года составил 0,38. Коэффициент обновления в 2019 году составил 0,04, а выбытия - 0,09. Недостаточное поступление новой техники сдерживает списание физически и морально устаревшей.

На втором этапе анализа и оценки технического уровня рекомендуем определить средний срок службы сельскохозяйственной техники. По итогам проведения данного анализа в организации «Х» в 2019г определен следующий срок службы техники: сельскохозяйственные тракторы - 14,5 лет, зерноуборочные комбайны- 8,75 лет, картофелеуборочные комбайны - 10,5 лет, прицепы и полуприцепы - 9,8 лет. Таким образом, можно сделать вывод, что технику ООО «Х» можно классифицировать в большей степени, как длительно используемую. Однако, часть техники можно модернизировать посредством конструктивных изменений, замены отдельных деталей сельскохозяйственных машин [2].

На заключительном этапе целесообразно оценить технический уровень развития предприятия, выполнив межхозяйственный сравнительный анализ балльным методом. Отобранные факторы технического уровня, учитываемые в модели: средний срок службы сельскохозяйственной техники, удельный вес активной части основных

производственных фондов; коэффициент обновления; энерговооруженность труда; фондовооруженность труда [3].

Определим показатели предприятий Тульской области, необходимые для расчета балльной оценки технического уровня развития. Для факторов-стимуляторов значение показателя в баллах определяется по формуле:

$$B_c = N * (X_{ij} - X_{\min}) / (X_{\max} - X_{\min}) \quad (1)$$

Для дестимуляторов соответственно:

$$B_d = N * (X_{\max} - X_{ij}) / (X_{\max} - X_{\min}) \quad (2)$$

Результаты расчетов значений перечисленных показателей в баллах представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Балльная оценка технического уровня развития предприятий

Предприятия	Доля активной части ОПФ	Средний срок службы				Кт обновления	Энерговооруженность труда	Фондовооруженность	Сумма баллов	Место
		Тракто-ры	З/убор. комбайны	Прицепы и п/прицепы	Комбайны картофелеубор.					
ООО «У»	3,76	5,26	8,00	8,00	0,00	1,92	8,00	8,00	2,9	1
ООО «Z»	0	0	0	0	4,92	5,80	2,47	5,81	9,0	4
ООО «X»	8,00	8,00	1,90	7,90	6,31	0	4,22	1,64	7,97	2
ООО «S»	1,88	0,75	3,80	4,58	8,00	8,00	0,00	0,00	7,01	3

На основании результатов анализа можно констатировать, что предприятие «X» по техническому уровню развития производства занимает второе место (37,97 баллов) среди предприятий области с аналогичной специализацией. Среди исследуемых организаций технический уровень производства предприятия «У» является наилучшим. При разработке технической политики бизнес-субъектов следует учесть результаты представленного анализа.

#### Список литературы:

1. Севастьянов, Б.В., Лисина, Е.Б., Богатырев, В.В. Производственная безопасность. – Ижевск: Буква, 2009. – 396 с.
2. Трясцина Н.Ю., Грудкин А.А. Развитие молочного скотоводства в условиях членства России в ВТО: региональный аспект программно-целевого управления и государственной поддержки: Монография. – Орел: издательство ОрелГАУ, 2013. – 302с.
3. Хоружий Л.И., Трясцина Н.Ю. Анализ амортизационной политики агропредприятия // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2020. – №2 (199). – С. 67-76.

УДК 657  
ББК 65.053

*Житлухина О.Г., к.э.н., профессор,  
Дальневосточный федеральный университет  
Джафарова А.Э., аспирант, Дальневосточный  
федеральный университет*

## **ПРОБЛЕМЫ ДОСТОВЕРНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В АСПЕКТЕ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ АННОТАЦИЯ**

Показан риск недостоверности финансовой отчетности, связанный с признанием в учете и оценкой финансовых инструментов, а также необходимость классифицировать их в зависимости от оценочной категории. Сделаны рекомендации по повышению качества финансовой отчетности с учетом методов оценки, применяемых в МСФО

**Ключевые слова:** финансовые инструменты; оценочные категории; финансовая отчетность, оценочные бизнес-модели; МСФО

В современных условиях финансовые инструменты являются неотъемлемой частью хозяйственной жизни организации и оказывают значительное воздействие на все аспекты ее деятельности. При этом, в условиях неопределенности, характерной для сегодняшнего состояния экономики, возникают трудности в получении достоверной информации, необходимой для контроля за формированием показателей и оценкой финансовой устойчивости организаций, где финансовые инструменты, играют существенную роль, как рискованные объекты бухгалтерского учета, требующие более современных правил учета и оценки. Именно рискованный характер финансовых инструментов, влекущий при их признании возникновение денежных потоков, является немаловажным фактором, приводящим к существенным искажениям информации, раскрываемой в финансовой отчетности.

Решение данной проблемы во многом зависит от правильности выбора методов оценки финансовых инструментов, которые непосредственно влияют на достоверность и надежность информационной базы, а также возможность осуществления контроля за финансовым состоянием организации. Однако, как показало изучение практики оценки финансовых инструментов и отраженных в экономической литературе методических подходов к ней, в национальной системе регулирования учета недостаточно учитывается их особенность, как учетно-отчетных показателей, требующих систематизированного и регулярного раскрытия в учете их переоценки не только на отчетную дату, но и по запросу пользователей. Все это свидетельствует о наличии разрыва между сложившейся национальной практикой ведения бухгалтерского учета финансовых инструментов на основе применения первоначальной

стоимости и отражением их в финансовой отчетности без учета фактора текущего времени, что отрицательно влияет на достоверность оценки финансового состояния организации и обеспечение контроля за ее деятельностью.

Для преодоления данного разрыва необходимо принимать во внимание рекомендации МСФО, где учет финансовых инструментов осуществляется в соответствии с оценочными категориями и бизнес-моделями, представленными в IFRS 9 [1]. В зависимости от того, для каких целей происходит принятие к учету финансового инструмента (для перепродажи, удержания до погашения или без определенной цели), целесообразно для управления ими выбирать определенную категорию или модель, базирующуюся на определенном виде расчетной стоимости, приближенной к объективной оценке. Важно, на наш взгляд, каждую оценочную категорию наполнить соответствующими структурными элементами финансовых инструментов (Рис.1).

Такое структурное содержание финансовых инструментов в соответствии с классификацией их по оценочным категориям позволяет в учетной политике организации предусмотреть соответствующие субсчета к синтетическим счетам, отражающим их в учете.

При этом даже подобная оценка не является достаточно исчерпывающей в отношении финансовых инструментов, т.к. в зависимости от фактора обращения финансового инструмента на рынке ценных бумаг, к нему может быть применено несколько методов оценки, каждый из которых считается равноценным в МСФО: метод анализа рыночных котировок; метод дисконтирования, основанный на применении эффективной ставки процента, экспертный метод (по аналогичным активам), методы профессионального суждения и др.

Однако данные методы, с одной стороны, позволяют обеспечить достоверность и надежность показателей, связанных с финансовыми инструментами и отражаемых в финансовой отчетности, а с другой стороны, требуют организации учета их переоценки, пересчета более половины статей бухгалтерского баланса и отражения результатов изменения их стоимости в отчете о финансовых результатах, что усложняет учетно-отчетные процедуры, влекущие необходимость разработки пояснений к бухгалтерской отчетности, которые должны содержать корректировочные показатели, формируемые с учетом фактора текущего времени и выделять статьи, не обеспеченные денежными потоками.

В связи с этим, можно предложить следующие меры по решению данной проблемы:

1. Разработка системы субсчетов, отражающих оценочные категории финансовых инструментов в разрезе их структурных элементов.

2. Внедрение современных методов оценки финансовых инструментов в зависимости от оценочных категорий.

3. Введение корректировочных показателей к пояснениям финансовой отчетности, отражающих результаты изменения стоимости финансовых инструментов и выделяющие показатели, не обеспеченные денежными потоками.

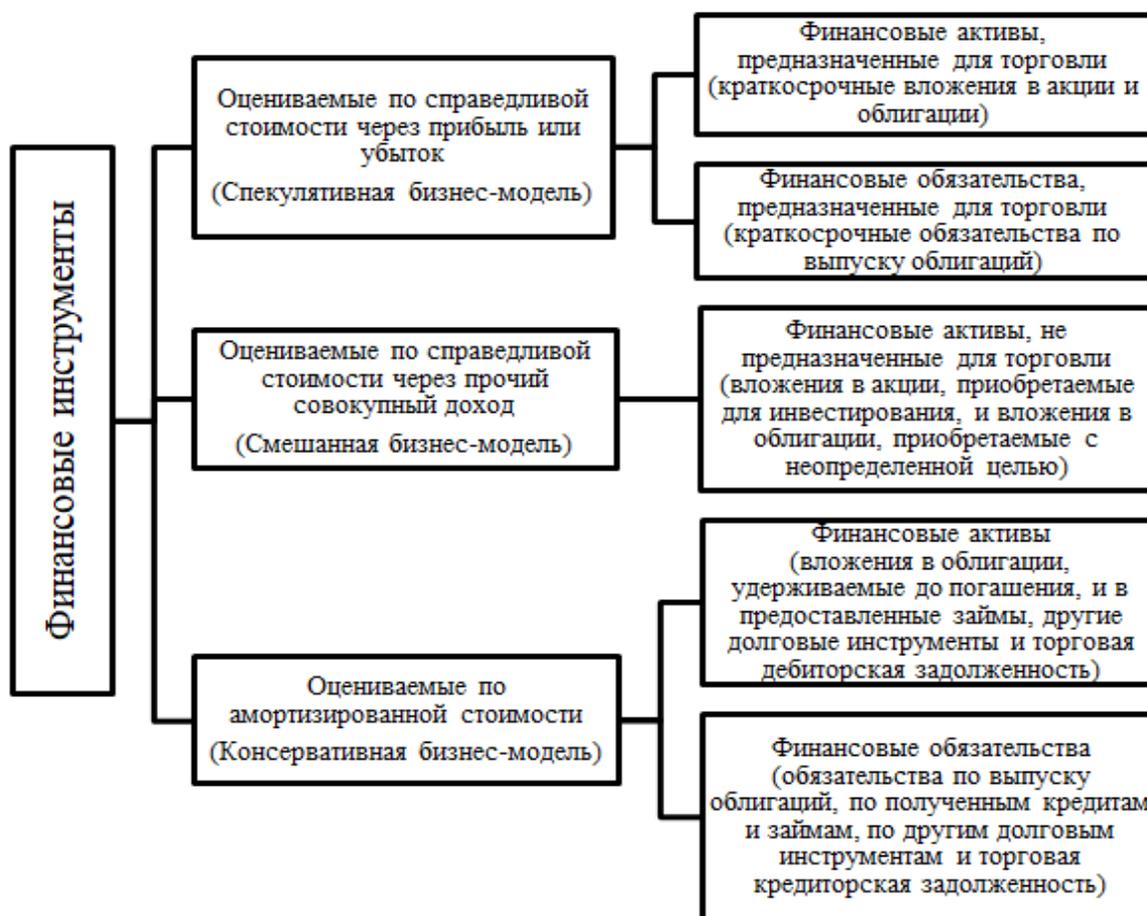


Рисунок 1 – Классификация финансовых инструментов в зависимости от их оценочной категории для целей бухгалтерского учета

Применение вышеуказанных предложений, на наш взгляд, снизит риск недостоверности при формировании финансовой отчетности.

#### Список литературы:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 27.06.2016 № 98н (ред. от 07.04.2020) // «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

УДК 338.3

ББК 65.05

*Селезнева Е.Ю., к.и.н., доцент, Дальневосточный  
федеральный университет*

*Шебалков Н.Д., студент, Дальневосточный  
федеральный университет*

*Утенкова Ю.А., студент, Дальневосточный  
федеральный университет*

## **ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ПЛАНИРОВАНИЯ ЗАКАЗОВ НА ПРОИЗВОДСТВО И АНАЛИЗА СЕБЕСТОИМОСТИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ БУДУЩИХ ПЕРИОДОВ**

### **АННОТАЦИЯ**

Представлен процесс разработки цифровых инструментов для оптимизации анализа соответствия субъектов малого бизнеса критериям выполнения условий закупочной процедуры для производственных компаний, стремящихся выйти на оптовый уровень продаж в рамках российского законодательства (44 ФЗ и 223 ФЗ)

**Ключевые слова:** процедура закупки; субъект малого бизнеса; оптимизация производства; цифровые инструменты; российское законодательство

Исследовательская проблема заключается в том, что недостаточный уровень автоматизации анализа соответствия субъекта малого бизнеса критериям выполнения условий закупочной процедуры не позволяет максимизировать финансовый результат его деятельности. В связи с этим актуален поиск индивидуального подхода в выборе решения по автоматизации анализа «соответствия» исходя из особенностей деятельности предприятия с учетом результатов обобщения информации о методах автоматизации бизнес-процессов в версиях программы 1С [2] и применении управленческих моделей на производственных предприятиях. Цифровые инструменты необходимы для автоматизации процесса планирования заказов на производство продукции и анализа себестоимости готовой продукции будущих периодов, что упростит анализ соответствия СМБ критериям выполнения условий закупочной процедуры.

Разработка цифрового инструмента для моделирования плана выполнения заказа на производство включает анализ производственных мощностей и особенностей организации производственного процесса на предприятии, составление маршрута производственного процесса, а именно разработку схемы движения активов от материалов до готовой продукции в управленческом учёте, и соответствующее отражение данной схемы движения активов в бухгалтерском (финансовом) учёте исходя из специфики деятельности компании. Затем создается модель для расчёта

планового срока выполнения заказа на производство, на основе которой разрабатывается цифровой инструмент для моделирования плана выполнения заказа на производство на базе платформы 1С ERP.

Для разработки модели плановой калькуляции определённого заказа на производство в будущем периоде проводится анализ спецификаций готовой продукции для определения потребности в материалах, входящих в несколько номенклатурных позиций. Таким образом разрабатываются карты-структуры материалов, позволяющие определять индивидуальный и общий перечень материалов, затрачиваемых на выпуск одного готового изделия, определяются и структурируются переменные затраты, входящие в состав себестоимости готовой продукции [3]. Затем проводится анализ структуры затрат на единицу выпускаемой готовой продукции и разрабатывается карта-структура постоянных затрат, входящих в себестоимость единицы готовой продукции, с учетом особенности структуризации постоянных затрат на один день производства.

На основе карт-структур материалов и карты-структуры постоянных затрат формируется модель, позволяющая просчитать плановую себестоимость готовой продукции определённого заказа в будущем периоде [1], на базе которой разрабатывается цифровой инструмент-планировщик для автоматизации анализа себестоимости готовой продукции будущих периодов, как это представлено на Рисунке 1. Комплект цифровых инструментов можно встраивать в программное обеспечение на базе платформы 1С ERP для автоматизации анализа соответствия субъекта малого бизнеса критериям выполнения условий закупочной процедуры в рамках российского законодательства.

Таким образом, использование комплекта цифровых инструментов в планово-аналитической деятельности производственных предприятий, относящихся к субъектам малого бизнеса, позволит оптимизировать их бизнес-процессы и упростить анализ соответствия СМБ критериям выполнения условий закупочной процедуры в рамках российского законодательства (44 ФЗ и 223 ФЗ), что в свою очередь, будет способствовать увеличению объемов продаж и улучшению финансовых результатов компаний.



Рисунок 1 – Схема разработки цифровых инструментов для автоматизации процесса планирования заказов на производство и анализа себестоимости готовой продукции будущих периодов.

#### Список литературы:

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учёт. – Изд.: КноРус, 2019. – 54 с.
2. Грибков Е. Учет затрат в программе «1С: ERP Управление предприятием 2.0». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infostart.ru/1c/articles/267604/> (дата обращения 26.10.2020).
3. Погорелова М.Я. Экономический анализ: теория и практика: Учебное пособие. – Учебное пособие, 2018. – 212 с.

УДК 657  
ББК 65.05

*Ракутько С.Ю., к.э.н., доцент, Дальневосточный федеральный университет*  
*Кубагишева Е.С., студент, Дальневосточный федеральный университет*

## ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

### АННОТАЦИЯ

В работе раскрыты предпосылки развития управленческого учёта в медицинских учреждениях (МУ). Приведены аргументы, подтверждающие необходимость ведения управленческого учета в МУ, и

сформулированы возможные направления по оптимизации учетно-аналитической работы

**Ключевые слова:** медицинское учреждение (МУ), управленческий учёт, затраты, источники финансирования

Современная экономика здравоохранения России находится в центре внимания не только у государственных учреждений и медицинских работников, но и у крупных фармакологических компаний и населения. На первый взгляд, управление государственным сектором экономики дает больше возможности государственным или муниципальным учреждениям в финансовой и хозяйственной самостоятельности [2]. Однако в условиях кризисных процессов в экономике такие учреждения ограничены в финансовых ресурсах и испытывают затруднения в ведении учетно-хозяйственной деятельности. Для МУ именно управленческий учет необходим для организованной системы сбора, регистрации, обработки и представления полной информации о финансово-хозяйственной деятельности организации, охватывающей все ее подразделения и предназначенной для принятия управленческих решений в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Выделяются некоторые особенности, отличающие медицинское учреждение от обычной коммерческой организации. Для начала это то, что большинство организаций являются коммерческими и предлагают свой товар или услугу и могут спокойно учитывать свои затраты на специально отведенных, так называемых «пустых» счетах, предусмотренных Планом счетов 2000г. (счета 30-39). В приказе Минфина РФ от 16 декабря 2010 г. № 174н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета бюджетных учреждений и Инструкции по его применению», не ведется речь о подобных счетах для бюджетных организаций. Медицинские учреждения, оказывающие платные услуги, учитывают затраты чаще всего по стандартному плану счетов, как и в коммерческих организациях [1].

Следующая особенность — наличие нескольких источников финансирования. Данное отличие как раз характерно для медицинских учреждений, которые осуществляют платные услуги, обслуживают пациентов по страховому полюсу ОМС, а также имеют в наличии квоты на определенные виды медицинской помощи. При расчете и учете расходов появляется достаточное количество проблем. Так, например, ситуация: пациент обслуживается по источнику финансирования ОМС, посетил определенное количество процедур, сдал анализы в лаборатории и пребывает в Хирургическом отделении, но согласно списку его обследований, он посетил врачей не только этого отделения. В итоге, мы получаем «картину», что по полису медицинского страхования деньги пришли в отделение, в котором пациент находился на лечении, и заработная плата будет распределяться только на врачей данного

отделения. В свою очередь, врачи из других отделений затратили свои ресурсы на пациента из Хирургического отделения. Также учет всех постоянных расходов, например, электроэнергии, должен распределяться каким-то образом по источникам финансирования. Как понять, какой источник финансирования подойдет для оплаты или какое процентное соотношение выбрать, чтобы данный учет был рациональным. В подобных ситуациях в медицинской организации специалисты еще не пришла к единому мнению.

Государственные или муниципальные медицинские учреждения, являются организациями, которым безусловно нужен управленческий учет, но к сожалению, не везде он есть или не выстроен эффективно. Проблему организации учета усугубляют следующие особенности МУ [3]:

- недостаточное финансирование учреждения;
- неравномерное соотношение имеющихся ресурсов с объемом предоставляемых услуг;
- ограниченность применения бюджетных средств;
- незаинтересованность кадров во внедрении управленческого учета.

Рассмотрим каждый из данных пунктов более подробно. Первым является недостаточное финансирование учреждений здравоохранения. Каждый год государство выделяет средства и финансирует медицинские учреждения, но все равно денежных средств недостаточно для полноценной деятельности организации без ущерба и задолженностей. Медицинские учреждения часто нуждаются в ремонте, новом оборудовании, большом количестве расходного материала и медикаментов на весь данный перечень чаще всего растут цены и выделенного из казны бюджета недостаточно.

Второй пункт – неравномерное соотношение имеющихся ресурсов и объемов предоставляемых услуг. В медицинские учреждения ежедневно обращается за помощью большой поток людей. Спрос на услуги организации большой, однако объем услуг из-за нехватки финансовых средств не может полностью покрыть спрос. Например, у поликлиники есть 10 свободных кабинетов для оказания медицинской помощи, но для этого нужно специальное оборудование, основное и специализированное оснащение для качественного оказания услуг пациентам. Однако нет возможности полноценно обустроить кабинеты из-за недостаточного финансирования организации, рационально использовать материальные запасы, снизить затраты на койко-место и затраты на одно исследование или консультацию. Важно также помнить об ограниченности применения бюджетных средств. Для организации это значит, что она не вправе при наличии нескольких источников финансирования осуществлять покупки оборудования свыше 100 тысяч рублей за единицу товара на бюджетные средства (ИФО ОМС). Также не допускается за счет бюджетных средств

проводить капитальный ремонт зданий и оборудования, модернизацию основных средств. Профессиональный подход к решению проблемы предполагает, что данными функциональными обязанностями должен заниматься специалист, имеющий знания и опыт в сфере экономики и бухгалтерского учета, который компетентно сможет выстроить подсистему управленческого учета с учетом особенностей деятельности данной организации.

#### **Список литературы:**

1. Егорова Л.В. Управленческий учет в здравоохранении // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 72-77.
2. Ильина А.В., Ильшева Н.Н. Управленческий учет. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 180 с.
3. Управленческий учет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.auditit.ru/terms/accounting/upravlencheskiy\\_uchet.html](https://www.auditit.ru/terms/accounting/upravlencheskiy_uchet.html) (дата обращения 4.11.2020)

УДК 657

ББК 65.052.2

*Саталкина Е.В., к.э.н., доцент, Оренбургский  
государственный университет*

*Куликов И.А., магистрант, Оренбургский  
государственный университет*

*Лагода М.Ю., магистрант, Оренбургский  
государственный университет*

## **ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье проведен обзор особенностей организации учетной практики субъектами малого предпринимательства. Сформулированы основные проблемы рациональной организации учета в малом бизнесе

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, малый бизнес, принцип рациональности

Субъекты малого предпринимательства, относящиеся к коммерческим, в первую очередь нацелены на генерирование прибыли, являющейся индикатором эффективности деятельности и рисков, возникающих в процессе финансово-хозяйственной деятельности.

Большая часть информации о финансовых результатах субъектов малого бизнеса формируется в системе бухгалтерского учета и выступает важным фактором при принятии управленческих и экономических решений. Анализ учетно-аналитического обеспечения финансовых результатов позволяет оценить эффективность деятельности и тенденции дальнейшего развития малого бизнеса. Полученные результаты также

можно использовать для сравнения результативности компании с аналогичными субъектами хозяйствования в отрасли, что будет способствовать повышению конкурентоспособности малого бизнеса.

Объем и качество формируемого учетно-аналитического обеспечения малого предпринимательства зависит от многих факторов, в том числе рациональной организации бухгалтерского учета. В соответствии с требованием рациональности, учетная практика должна быть ориентирована на вид и масштаб деятельности экономического субъекта.

Проведенное исследование организации учета субъектами малого предпринимательства показало, что основной целью предпринимателей является получение максимальной учетно-аналитической информации при максимальном упрощении и сокращении бухгалтерских процедур. Такой подход объясняется, прежде всего, ограниченностью финансовых ресурсов и нежеланием малого бизнеса иметь большой штат сотрудников.

Основные подходы к организации бухгалтерского учёта в малых предприятиях систематизированы в таблице 1.

Несмотря на всестороннюю поддержку государства, ряд экспертов выделяет следующие проблемы, возникающие у субъектов малого предпринимательства на практике [2,3]:

1 отсутствие своевременных изменений и корректировок в действующей учётной политике в течение нескольких отчетных периодов;

2 наличие в первичных документах таких ошибок, как отсутствие некоторых реквизитов (подписи, даты и т.д.) – подобные документы не имеют юридической силы и к учёту приниматься не должны, но принимаются;

3 частое отсутствие локальных документов, например, положения о бухгалтерской службе или приказа о возложении обязанностей по ведению учета на руководителя, графика документооборота, графика проведения инвентаризации и других необходимых элементов организации бухгалтерского учёта;

4 отсутствие в российском законодательстве понятия «справедливая стоимость». В РФ самым распространённым методом оценки, используемым в малом бизнесе, является оценка по первоначальной стоимости. Хотя, в МСФО основополагающим подходом выступает оценка по справедливой стоимости. Такая ситуация, наряду с отсутствием требований о расчёте дисконтированной стоимости, создаёт определённые трудности в российском учёте. Подобное упрощение правил оценки значительно ухудшает качество информации о финансово-хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса, в первую очередь для инвесторов.

Таблица 1 – Упрощенные способы организации бухгалтерского учёта в субъектах малого предпринимательства [1]

№	Упрощенный способ	Получаемый эффект
1	Сокращение количества синтетических счетов в рабочем Плане счетов	– для учёта финансовых результатов счёта 99 «Прибыли и убытки» вместо счетов 90, 91, 99; – использование счёта 80 «Уставный капитал» вместо счетов 80, 82, 83; – применение счёта 76 «Расчёты с разными дебиторами и кредиторами» вместо счетов 62, 71, 73, 75, 76, 79; – использование счёта 51 «Расчётные счета» вместо счетов 51, 52, 55, 57; – применение счёта 41 «Товары» вместо счетов 41 и 43; – использование счёта 20 «Основное производство» вместо счетов 20, 23, 25, 26, 28, 29, 44. – применение счёта 10 «Материалы» вместо счетов 07, 10, 11.
2	Минимизация объема учетной политики	Рациональность учета исходя из конкретных условий хозяйствования и размера компании
3	Отказ от переоценки основных средств и нематериальных активов	Сокращение учетных процедур
4	Применение упрощённой формы бухгалтерского учёта	Значительное сокращение учетных регистров, объема бухгалтерских записей и трудовых затрат

Проведенное исследование, позволяет сформулировать следующие выводы:

- при организации бухгалтерского учёта в субъектах малого предпринимательства целесообразна модификация рабочего плана счетов;
- формирование учётной политики малых предприятий должно основываться на требовании рациональности, обеспечивать учет хозяйственных операций и финансовых результатов;
- учетно-аналитическое обеспечение, формируемое в системе бухгалтерского учета, должно быть достаточным для принятия управленческих и экономических решений.

#### Список литературы:

1. Информационное письмо Минфина Российской Федерации от 01.11.2012 г. N ПЗ-3/2012 «Об упрощённой системе бухгалтерского учёта и бухгалтерской отчётности для субъектов малого предпринимательства».
2. О бухгалтерском учёте. Федеральный закон от 06.12.2011 №402-ФЗ.
3. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (последняя

редакция).

УДК 336.02

ББК 65.05

*Лазарева Н.В., д.э.н., профессор, СПбГЭУ*  
**АДМИНИСТРАТИВНО-НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ И  
ГОСПОДДЕРЖКА КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО  
БИЗНЕСА**

**АННОТАЦИЯ**

Дана характеристика существующих мер государственной поддержки и административно-налоговых льгот малому бизнесу. Сформулированы отличия современного предпринимательства в России. Определена совокупность социально-детерминированных факторов поддержки предпринимательства

**Ключевые слова:** меры господдержки, факторы, предпринимательство, малый бизнес, развитие, административные, налоговые льготы

Социально-детерминированными факторами успешного развития малого бизнеса являются предоставляемые виды государственной поддержки, административно-налоговые льготы. Среди них:

1. виды государственной поддержки:

– образовательно-просветительная поддержка предпринимательства через [mbm.mos.ru](http://mbm.mos.ru), позволяющая быстро по ИНН изучить предоставляемые меры [1];

– формирование реестра субъектов предпринимательства, получающих поддержку [2];

– льготные региональные условия аренды в течение 5 лет, с преимущественным правом выкупа имущества;

– предоставление государственных (муниципальных) гарантий при получении кредитов;

– обязанность государственных заказчиков проводить закупки у субъектов малого бизнеса в объеме до 20% закупок;

– софинансирование государством выплаты минимального размера оплаты труда в отраслях, пострадавших от Covid.

2. административно-налоговые, включая финансовые, льготы:

– льготный кредит или его реструктуризация;

– частичное возмещение затрат по лизингу;

– возмещение по кредитам затрат на уплату процентов;

– возмещение затрат на реализацию инновационного проекта участникам кластеров [3];

- компенсация затрат на продвижение продукции на маркетплейсах [4];
- пониженные тарифы страховых взносов, не зависящие от видов деятельности [5];
- право продолжать с 2021 года применять в последующие периоды упрощенную специальную систему налогообложения, если доходы налогового периода не превысили 200 млн. рублей, а средняя численность работников - 130 человек. При этом субъектам РФ дано право устанавливать пониженные ставки от 1 до 6 процентов [6];
- право уменьшить налог при УСН-доходы на уплаченные страховые взносы за работников и самого индивидуального предпринимателя;
- возможность применения товаропроизводителями на селе единого сельскохозяйственного налога при доле выручки от реализации сельскохозяйственной продукции свыше 70%;
- применение для самозанятых физических лиц и индивидуальных предпринимателей с 2020 года налога на профессиональный годовой доход до 2,4 млн. рублей при запрете наемных работников;
- проведение через Интернет операций по счету в банке, входящем в систему страхования вкладов;
- право не применять онлайн кассы до июля 2021 года индивидуальным предпринимателям без наемных работников, продающим изделия собственного изготовления [7, ст.2];
- субъекты малого бизнеса вправе вести бухгалтерский учет в упрощенной форме и вправе применять упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность [8, п. 4 ст.6];
- вправе не утверждать лимит по кассе;
- руководители малого бизнеса при согласии работников вправе заключать трудовые договора сроком до 5 лет, вместо бессрочных, если общая их численность не превышает 35 человек;
- запрещено проводить плановые неналоговые проверки малого бизнеса;
- отсрочка по всем налогам, кроме НДС, субъектов отраслей малого бизнеса, наиболее пострадавших Covid [9],  
другие.

Указанные факторы обусловлены потребностью поддержки малого бизнеса на этапах его развития и функционирования. Данные льготы необходимо рассматривать как преимущества для малых субъектов бизнеса, цель предоставления которых – решение государственных вопросы, среди которых:

- максимальная самозанятость населения;
- создание дополнительно новых рабочих мест с уплатой страховых взносов;
- снижение безработицы и социальной напряженности из-за неравенства доходов, т.п.

Систематизация различных мер поддержки и льгот не только по ИНН и видам, но и по регионам деятельности, их повсеместность применения является вектором дальнейшего направления развития малого бизнеса страны. Каждый город должен быть открыт для малого бизнеса и инвестиций, приносящих доходы в бюджет.

Современный успешный предприниматель, в отличие от прошлых периодов развития, сегодня интегрирован в цифровую среду, осуществляет бизнес online, функционирует в зоне кэшбеков, закупок, автоматизированного учетно- банковского сопровождения и не привязан к юридическому адресу, работает дистанционно, через виртуальный офис, применяя внештатную gigeкономику.

#### **Список литературы:**

1. Информация из официального сайта Мэра Москвы от 05.10.2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mos.ru/city/projects/covid-19/business/> (дата обращения 17.10.2020).
2. Информация Минэкономразвития России «Основной этап формирования реестра субъектов МСП - получателей мер поддержки начался с 1 октября 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_363857/#utm\\_campaign=fd&utm\\_source=consultant&utm\\_medium=email&utm\\_content=old](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_363857/#utm_campaign=fd&utm_source=consultant&utm_medium=email&utm_content=old) (дата обращения 17.10.2020).
3. <https://cashback.moscow.business/innoproject>
4. <https://cashback.moscow.business/shop>
5. Письма Минфина России от 21.09.2020 N 03-15-06/82431, N 03-15-06/82436
6. Федеральный закон от 31.07.2020 N 266-ФЗ "О внесении изменений в главу 26.2 части второй Налогового кодекса Российской Федерации и статью 2 Федерального закона "О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации"
7. Федеральный закон от 06.06.2019 N 129-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации"
8. Федеральный закон "О бухгалтерском учете" от 06.12.2011 N 402-ФЗ
9. Постановление Правительства Российской Федерации от 2 апреля 2020 г. № 409 «О мерах по обеспечению устойчивого развития экономики».

УДК 657.6

ББК 65.053

*Попова Е.В., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

## **ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В СУБЪЕКТАХ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассмотрены факторы повышения роли системы внутреннего контроля (СВК) субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП) в системе управления. Предложена классификация СМСП по группам, проанализированы особенности СВК для каждой классификационной группы. Исследованы проблемы внедрения СВК

**Ключевые слова:** система внутреннего контроля, служба внутреннего аудита, малые и микро-предприятия, средние предприятия

Повышение роли внутреннего контроля в управлении организацией актуально также для субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП). Поскольку продвинутая система внутреннего контроля позволяет своевременно идентифицировать и исправлять ошибки, осуществлять контроль стратегических целей и задач, способствует выявлению неэффективных процессов.

При организации предпринимательской деятельности хозяйствующим субъектам нужно учесть требования нормативных документов в части внутреннего контроля.

Проведенное исследование нормативных документов [1, с.165-168] показало, что внутренний контроль рассматривается в них именно как система. Структура системы внутреннего контроля (СВК) установлена Приказом ФНС РФ от 16.06.2017 № ММВ-7-15/509@.

Основным элементом СВК является система оценки рисков, круг и характер которых СМСП, как показало исследование [1, с.168-172], должны оценивать самостоятельно с учетом следующих ключевых особенностей:

- Внедрение цифровых технологий, таких как big data, блокчейн, динамическое сценарное моделирование, интернет вещей и др., оказывает существенное влияние на эффективность бизнес-процессов, позволяет оптимизировать процессы принятия решений в условиях их многовариантности. Наряду с новыми возможностями также появляются и новые риски, требующие ответных действий.

- Угрозы, вызванные пандемией COVID-19, актуализировали риски, связанные с непрерывностью деятельности СМСП, потребовали существенного пересмотра подходов к организации бизнес-процессов компаний, в том числе, на основе широкого применения удаленного доступа, а также акцентировали внимание руководства на вопросах усиления защиты информации.

СМСП необходимо акцентировать внимание на классификации рисков по уровням их возникновения и принятия решений: стратегические риски и риски на уровне бизнес-процессов - операционные риски. В этой связи оценка рисков становится ключевым фактором эффективности системы внутреннего контроля в предпринимательской деятельности СМСП.

Учитывая тот факт, что СМСП существенно различаются по численности и объемам деятельности, полагаем целесообразным для целей анализа организации СВК разделить их на две группы: малые и микропредприятия (ММП), а также средние предприятия (СП).

К основным особенностям ММП можно отнести малую численность персонала, относительно небольшие объемы деятельности. Собственники ММП обычно входят в состав их руководства и наряду с главным бухгалтером выполняют контрольные функции в оперативном режиме. При этом функции управления недостаточно формализованы, а основной упор делается на соблюдение требований налоговых органов. В исследовании отмечается [1, с.178], что основной целью внутреннего контроля ММП является устранение замечаний налоговиков, а также недопущение их повторения в будущем, равно как и злоупотреблений должностных лиц.

В отличие от ММП, в СП внутренний контроль, как правило, осуществляется соответствующими отделами и службами, в том числе, бухгалтерией, службой внутреннего аудита, службой внутреннего контроля, контрольно-ревизионной службой и т.д. При этом при создании отдельных служб СМСП исходят из принципа рациональности, согласно которому эффект от деятельности этой службы должен превышать расходы по её содержанию. Проведенное исследование [1, с.179-185] позволило обобщить возможные варианты организации внутреннего контроля СМСП, которое представлено в таблице № 1.

Таблица 1. Формы организации внутреннего контроля СМСП

Возможные формы организации внутреннего контроля СМСП	СМСП	
	Малые и микропредприятия (ММП)	Средние предприятия (СП)
1	2	3
Руководитель	Да	Нет
Бухгалтер	Да	нет
Бухгалтерская служба	Да	Да
Ревизионная комиссия	нет/да	Да
Служба внутреннего аудита	Нет	Да
Служба внутреннего контроля	Нет	Да
Служба по развитию бизнес-процессов и контролей	Нет	Да
Структурно-функциональная форма контроля	нет/да	Да

Контрольно-ревизионная служба	Нет	Да
Служба организации и проведения инвентаризаций	Нет	Да
Аутсорсинг	Да	Нет
Косорсинг	Да	Нет

Вопросы организации СВК, равно как и вопросы организации внутреннего аудита, наиболее детально проработаны в банковском законодательстве, что обусловлено спецификой банковской деятельности, в том числе, большим объемом однородных банковских операций.

Высокие требования к СВК приводят к возрастанию роли функции внутреннего аудита, которая реализуется путем создания службы внутреннего аудита (СВА). Следует отметить, что на практике зачастую бывает сложно разграничить функции СВА и СВК, поскольку они во многом схожи. Поэтому основным условием эффективного функционирования указанных служб должно быть предотвращение их взаимного дублирования.

Несмотря на безусловную важность вопросов организации СВК в СМСП, существуют объективные сложности её внедрения. Основными сдерживающими факторами здесь выступают недостаточная мотивированность руководства в вопросах внедрения СВК, отсутствие соответствующей внутренней нормативной базы в компаниях, а также сложности в распределении обязанностей и полномочий участников внутреннего контроля.

Решение указанных проблем возможно на основе системного подхода, при котором СВК рассматривается как единый объект внедрения, учитываются отраслевые особенности, производится оценка эффективности СВК. Внедрение СВК предполагает среди прочего наличие необходимой ресурсной базы, в том числе, надлежащей подготовки специалистов в области внутреннего контроля и внутреннего аудита, а также необходимых программных средств.

#### **Список литературы:**

1. Малое и среднее предпринимательство: учет, внутренний контроль, анализ и налогообложение: монография / кол. авторов; под общ. ред. Н.А. Каморджановой. — Москва: РУСАЙНС, 2020. — 266 с. ISBN 978-5-4365-6011-3.

*Масино Н.Н., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*  
*Кензеева И.А., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

## **ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ НА ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ПУБЛИЧНЫХ КОМПАНИЙ**

### **АННОТАЦИЯ**

Описано, как применяемая компанией учетная политика может в значительной степени повлиять на информацию, на основе которой рассчитываются показатели для оценки стоимости бизнеса

**Ключевые слова:** стоимость компании, финансовые показатели, финансовая отчетность, учетная политика, инвестиционные индикаторы

Стоимость бизнеса представляет собой наиболее полный и точный индикатор его состояния, который отражает изменения во внешней и внутренней экономической среде и соответствие реакций менеджмента компании на них. Таким образом, стоимость бизнеса - важный инвестиционный индикатор, а ее динамика характеризует эффективность управления бизнесом.

При высокой нестабильности среды, когда хозяйственный риск и неопределенность являются неотъемлемыми условиями финансово-хозяйственной деятельности компании, стоимость бизнеса может меняться в достаточно широких пределах. Поскольку стоимость бизнеса меняется под воздействием внешних и внутренних факторов, оценка и прогнозирование этих факторов представляют одно из направлений финансово-экономического анализа, а раскрытие этих факторов в финансовых отчетах компании - перспективное направление совершенствования их состава и структуры.

Причем прогноз строится на результатах ретроспективного анализа состояния компании - объекта оценки и ее внешней и внутренней среды. Итогом такой оценки могут стать прогнозы эффективного использования производственных ресурсов компании, прогноз динамики инвестиций, оценка источников и стоимости финансирования инновационных проектов.

Состав факторов стоимости компании определяется спецификой бизнеса, особенностями формирования денежных потоков в процессе операционной, инвестиционной и финансовой деятельности.

Выделение финансовых драйверов (критических факторов) создания стоимости и их идентификация в корпоративной отчетности - фактор, повышающий прозрачность бизнеса для инвесторов. В состав драйверов создания стоимости бизнеса включают: объем продаж и его динамику, маржинальность продаж, объем капитальных вложений, стоимость капитала, конкурентоспособность продукции (работ, услуг),

определяемую на основании анализа динамики показателей спроса, рентабельность инвестиций и другие финансовые показатели.

Надо отметить, что для окончательного варианта определения показателей, которые надо учитывать при оценке стоимости бизнеса, мы использовали корреляционную матрицу, с помощью которой осуществляется отсеивание финансовых драйверов, которые не имеют влияния на стоимость.

Финансовые драйверы рассчитываются на основании данных финансовой отчетности, включающей следующие важнейшие показатели:

- доходы и поступления (выручка, поступление денежных средств);
- показатели прибыли;
- показатели денежных потоков;
- стоимость внеоборотных активов, в том числе капитальных вложений;
- оборотные средства, в том числе дебиторская задолженность;
- собственный капитал;
- заемные средства, без кредиторской задолженности;
- кредиторская задолженность.

В свою очередь, перечисленные показатели финансовой отчетности испытывают существенное влияние выбранной компанией учетной политики, представляющей собой совокупность методов и способов бухгалтерского учета и представления информации в отчетности.

Прежде всего, большое значение имеют избранные компанией подходы к учету, связанные с признанием расходов и формированием себестоимости продукции (работ, услуг), так как они напрямую влияют на показатели прибыли. В частности, на сумму себестоимости, включаемой в состав расходов отчетного периода, влияют: методы начисления амортизации внеоборотных активов, метод оценки стоимости сырья и материалов при отпуске в производство, разграничение затрат на прямые и косвенные и порядок распределения косвенных затрат.

Для компаний, осуществляющих значительные капитальные вложения, показатели отчетности могут в большой степени варьироваться в зависимости от избранных методов оценки стоимости внеоборотных активов. Так, например, разные подходы к капитализации процентов по кредитам и займам в стоимости внеоборотных активов (каким образом определяется целевой характер займов и распределяются проценты по займам общего назначения) могут при существенном объеме заимствований привести к совершенно разным показателям прибыли (убытка) за отчетный период.

Для организаций, занятых разведкой и добычей полезных ископаемых, определяющее значение для показателей отчетности может

иметь подход к капитализации расходов на освоение природных ресурсов – метод полной стоимости или метод успешных усилий и т.д..

Также существенное влияние на показатели расходов, прибыли отчетного периода и стоимость активов компании могут оказывать подходы по формированию резервов и оценки обесценения отдельных видов активов (например, обесценения финансовых вложений и обесценения дебиторской задолженности путем создания резервов сомнительных долгов), порядок признания оценочных обязательств и др.

Таким образом, применяемая компанией учетная политика может в значительной степени повлиять на информацию, на основе которой рассчитываются показатели для оценки стоимости бизнеса. Поэтому в ходе анализа факторов стоимости компании особое внимание следует уделить информации о важнейших принципах учетной политики, которые в обязательном порядке раскрываются в пояснениях (примечаниях) к финансовой отчетности публичных компаний.

УДК 657

ББК 65.052.2

*Сергушенкова В.Ю., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

*Богачева А.А., магистрант, СПбГЭУ*

## **СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ УЧЕТА ЗАТРАТ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье рассмотрены основные методы учета затрат в нефтяной и газовой промышленности, их принципы, выявлена сравнительная характеристика данных методов

**Ключевые слова:** методы учета затрат, метод успешных затрат, метод полных затрат, нефтегазовая отрасль

Особенности бухгалтерского учета в нефтяной отрасли можно рассматривать с позиции специфики отдельной организации или отрасли в целом, так и с точки зрения этапов добычи нефти (апстрим, мидстрим, даунстрим) [1].

Отличительные черты бухгалтерского учета заключаются, в первую очередь, в специфике учета затрат, которая определяется технологией производства нефтепродуктов.

В таблице 1 представлено сравнение методов учета затрат в нефтяной промышленности.

Выделяют две основные концепции учета затрат: учет затрат по текущей стоимости и учет затрат по цене приобретения. Первый из указанных методов – учет затрат по текущей стоимости – подразумевает списание всех затрат на расходы периода. Однако при оценке затрат

старых запасов и основных средств текущая стоимость может существенно различаться.

Концепцию учета затрат по цене приобретения подразделяют на метод полных затрат и метод результативных (успешных) затрат [2, с.432-433].

Таблица 1 – Методы учета затрат в нефтяной промышленности

Концепции	Учет затрат по цене приобретения		Учет затрат по текущей стоимости
	Метод полных затрат	Метод результативных затрат	
Сущность	Капитализация затрат	Капитализация затрат, связанных с выгодой в будущем	Затраты оцениваются по текущей стоимости, т.е. списываются в расходы периода
Концентрация затрат для капитализации	Крупный регион, страна	Месторождение, залежи, участок недр	-
Часто применяют	Малые и средние нефтяные компании, новые компании	Крупные компании	Средние компании
Достоинства	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отражается поиск запасов нефти, приобретение прав на участки недр</li> <li>• Возрастает доход предприятия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не требует значительных корректировок</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Данные наиболее тесно связаны с текущими условиями компании</li> </ul>
Недостатки	Большинство капитализированных затрат не соотнесены с активами	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Требуется установление корреляции между понесенными расходами и обнаруженными запасами</li> <li>Снижает доход компании</li> </ul>	При оценке затрат старых запасов и основных средств текущая стоимость может существенно различаться с учетом инфляции

Метод результативных затрат предполагает в отличие от метода полных затрат, капитализацию лишь той части затрат, которые связаны с выгодой в будущем. В связи с этим, в качестве центра затрат для капитализации в данном случае могут выступать месторождение либо участок недр [3]. Данный метод не требует значительных корректировок, тем не менее, при его использовании снижается доход компании и требуется установление взаимосвязи между понесенными расходами и обнаруженными запасами.

При выборе метода полных затрат центром затрат является более крупный регион, например, страна. К достоинствам данного метода можно отнести отражение поисков запасов нефти, приобретение прав на участки недр и увеличение прибыли предприятия.

Стоит обратить внимание, что особенностью нефтегазовой отрасли является разделение капитализируемых затрат на «Незаконченные скважины» и «Оборудование к установке» [4, с.38].

Крупные нефтедобывающие компании чаще всего используют общепринятый метод результативных затрат, средние и малые новые нефтяные компании – метод полных затрат, предоставляющий возможность капитализировать затраты на начальных этапах.

#### **Список литературы:**

1. Парасоцкая, Н.Н. Перспективы развития бухгалтерского учета затрат на освоение природных ресурсов / Н.Н. Парасоцкая, В.И. Минаев // Проблемы учета, №13 (373) 2015. – С.18-23.
2. Sokolov, A.Y. Management Accounting and Costs Controlling in Oil Producing Companies: Historical Perspectives / Sokolov A.Y. Giniatullin Y.M. // Mediterranean Journal of Social Sciences. -№6.- 2015.- С.430-434.
3. Чая В.Т., Панкратова В.В Особенности учета в нефтегазовых компаниях //Аудит и финансовый анализ. – 2010. - №1. – С. 1-23.
4. Литовченко, Н.Н. Метод успешных затрат в учете нефтегазовой отрасли / Н.Н. Литовченко // Международный бухгалтерский учет №12(120) 2008. – С.37-43.

УДК 657

ББК 65.052.2

*Сергушенкова В.Ю., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

*Шляхова Ю.В., магистрант, СПбГЭУ*

### **СПЕЦИФИКА БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ НА НИОКР**

#### **АННОТАЦИЯ**

Дана характеристика научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Выявлены особенности и проблемные вопросы учета расходов на выполнение НИОКР, в том числе, осуществляемых в рамках государственного оборонного заказа

**Ключевые слова:** научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, бухгалтерский учет, государственный оборонный заказ

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (далее – НИОКР) представляют собой комплекс специальных мероприятий, направленных на создание новых, либо на усовершенствование ранее выпускаемых видов продукции, а также на разработки в области оптимизации технологических процессов и подходов к управлению. Таким образом, отличительной особенностью НИОКР является то, что в качестве их результата должны выступать абсолютно новый и уникальный продукт или технология. При этом в качестве результирующего показателя не может выступать внедрение в

производственно-хозяйственную деятельность предприятия, что было уже создано ранее.

Можно выделить два основных субъекта осуществления научных исследований и разработок:

- специализированные конструкторские и исследовательские бюро;
- коммерческие предприятия, производящие исследования, как для собственных нужд, так и по заказу сторонних организаций.

При этом цель осуществления НИОКР существенным образом влияет на порядок учета затрат.

Особое внимание необходимо также уделить изучению НИОКР, осуществляемых в рамках государственного оборонного заказа. Проведение данных работ возможно в следующих формах:

- в форме прикладных исследований;
- в виде научных исследований и разработок;
- в форме экспериментальных разработок.

Осуществление прикладных исследований в рамках оборонного заказа имеет своей целью практическое решение вопросов в области развития связи, разработки вооружения, военной и специальной техники, а также решение военно-специальных задач. В качестве базы для экспериментальных разработок выступают результаты проведения научных исследований, в форме опытных образцов и технологий в области обороны.

Научные исследования и разработки являются достаточно сложными и неоднозначными учетными объектами.

В процессе выполнения НИОКР по госконтрактам заключаемым в рамках государственного оборонного заказа, в качестве объектов бухгалтерского учета выступают затраты на их осуществление.

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, объектами гражданских прав выступают результаты работ. Таким образом, государственный контракт на выполнение НИОКР, который по своей сущности является договором подряда, подразумевает, что в качестве объекта гражданских прав, переходящего от исполнителя к заказчику, будут выступать результаты выполнения НИОКР, то есть созданные по итогам осуществления работ материальные ценности и нематериальные активы.

По окончании работ, в бухгалтерском учете заказчика учетными объектами будут признаваться их результаты в форме материальных ценностей либо нематериальных активов. В бухгалтерском учете исполнителя будет отражена выручка от выполнения работ.

Анализ работ, посвященных исследуемой тематике, позволяет выявить целый ряд проблем, связанных с учетом расходов на выполнение НИОКР. Так, М.Г. Раджабова в качестве одной из актуальнейших проблем

указывает отсутствие в нормативных документах исчерпывающего перечня расходов и, как следствие, формулирует задачу определения состава расходов на выполнение НИОКР [1].

С.В. Филько и И.В. Филько полагают, что основными задачами учета затрат и формирования себестоимости научно-технической деятельности являются «исчисление всех фактических затрат на производство, определение себестоимости единицы создаваемой продукции и отклонений от плановых затрат» и «выявление внутренних резервов организации для дальнейшего снижения затрат» [2].

Еще одним значимым вопросом, требующим дальнейших исследований, является определение объекта калькулирования и калькуляционных единиц, применяемых в процессе учета расходов на НИОКР и калькулирования себестоимости работ. С.В. Филько и И.В. Филько, отмечали, что «объект калькулирования определяется таким образом, чтобы обеспечить ведение обособленного расчета себестоимости объекта на всех этапах производственного процесса. В отношении каждого объекта калькулирования должен быть произведен расчет материальных и трудовых затрат, а также составлена производственная программа» [2].

В заключении, хотелось бы отметить, что в настоящее время ни российские, ни международные стандарты учета не содержат исчерпывающего определения результатов интеллектуальной деятельности как учетных объектов, что «сказывается на качестве и объективности процесса постановки на учет результата интеллектуальной деятельности и первичного учета нематериальных активов и затрат на НИОКР» [3].

#### **Список литературы:**

1. Раджабова М.Г. Учет расходов на НИОКР по российским и международным стандартам // Актуальные вопросы современной экономики. – 2018. – № 8. – С. 213–216.
2. Филько С.В., Филько И.В. Особенности учета себестоимости создания результатов научно-технической деятельности // Вестник Красноярского Государственного университета им. М.Ф. Решетнева. – 2014. – № 12 (99). – С. 12–15.
3. Угнечёва В.Ю., Омельченко Е.Ю. Проблемы учета нематериальных активов: типичные ошибки, международный опыт // Устойчивое развитие науки и образования. – 2017. – № 12. – С. 82–91.

УДК 657  
ББК 65. 052.8

*Шичалина В.А., аспирант, Школа экономики и менеджмента, Дальневосточный федеральный университет*

## **ПОСЛЕДСТВИЯ МЕТОДОВ УЧЕТА ПРОИЗВОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ**

### **АННОТАЦИЯ**

Дана характеристика «антихрупкости» в аспекте бухгалтерского учета, рассмотрены деривативы в качестве альтернатив принятия управленческих решений. Сформулирована концепция «поведенческого учета» производных финансовых инструментов, а также разработана технология взаимосвязки показателей с методами учета ПФИ

**Ключевые слова:** поведенческий учет, учет производных финансовых инструментов, деривативы, принятие решений

Современное состояние экономической деятельности позволяет говорить о гибкости и оперативности принятия экономических решений в условиях риска и неопределенности. Понятие гибкости или «антихрупкости» впервые вводит Талеб Николас. По мнению Талеба, во-первых, «антихрупкость извлекает из проблемы выгоду и изменяется в лучшую сторону», а во-вторых «уникальность антихрупкости состоит в том, что она позволяет работать с неизвестностью, делать что-то в условиях, когда отсутствует понимание, что именно делается, - и добиваться успеха» [1].

Как известно, для управления рисками в предпринимательской деятельности, руководители используют, один из самых рискованных способов, что является и противоречием в свою очередь, а именно: заключение операций с помощью производных финансовых инструментов.

Однако, продолжая говорить об «антихрупкости Талеба», попробуем развить этот момент в аспекте бухгалтерского учета. Отметим, что Николас определяет экономическую и финансовую антихрупкость в качестве опциональности. Согласно определению, данному в финансовом словаре «опциональность (экономический термин)- способ организации управления, при котором работникам предлагается выбор из нескольких предлагаемых способов действия». Следовательно, именно наличие выбора и альтернатив позволяет нам говорить об управлении рисками в аспекте принятия решений, что также подтверждает Устинова Я.И. [2] Данное предположение также позволяет говорить о концепции поведенческого учета производных финансовых инструментов. Данное предложение основывается на взаимозависимости учета и экономического

анализа, а также значимости последствий финансовой информации для пользователей.

Концепция «поведенческого учета» производных финансовых инструментов основывается на следующем положении – учет ПФИ, в т.ч. и внебиржевых ведется на счетах бухгалтерского учета и учитывает последствия отражения ПФИ в финансовой отчетности организации и влияния на экономические показатели. Таким образом, идет речь о взаимоувязке счетов бухгалтерского учета и показателей финансовой отчетности. В результате проведения такой взаимоувязки производится расчет показателей экономической деятельности предприятия, которые отражают целостную картину о финансовом состоянии. Основными такими экономическими показателями являются: финансовой устойчивости, рентабельности и ликвидности.

В свою очередь, взаимоувязка показателей позволяет иметь наглядное представление о важных составляющих финансовой отчетности и об их влиянии на конечные экономические показатели, которые аргументируют мнение пользователей о финансовом положении организации и являются следствием принятия экономических решений. Следовательно, данная информация является базисной основой концепции «поведенческого учета». Теперь, представим технологии предлагаемой концепции в аспекте «управления» поведением учета производных финансовых инструментов, что представлено в таблице 1.

Таким образом, представленная концепция позволяет вести поведенческий учет ПФИ и управлять возможными рисками, в зависимости от конечных целей руководства. Данное утверждение также согласуется с мнением Соколова Я.В., что в момент оценки события, необходимо учесть, чем данное событие будет являться в «момент будущего» [3]. Данная концепция не противоречит основным принципам бухгалтерского учета таким как: прозрачность и достоверность, не противоречит существующим практикам учета в РФ, а значит, имеет право на существование и применение.

Таблица 1 – Отражение концепции «поведенческого учета» ПФИ

№П /п	Методика учета ПФИ	Результат отражения в финансовой отчетности компании	Результат влияния на экономические показатели деятельности компании
1	Забалансовые счета: 008 «Обеспечения обязательств и платежей полученных» 009 «Обеспечения обязательств и платежей выданных»	<u>Бухгалтерский баланс</u> – не отражается; <u>Отчет о финансовых результатах</u> – «Прочие доходы / расходы»	<i>Влияние на:</i> Показатели, характеризующие прибыльность и убыточность; Показатели рентабельности
2	С использованием счетов 97 «Расходы будущих периодов» и 98 «Доходы будущих периодов» на	<u>Бухгалтерский баланс</u> – счет 51 - Раздел II ББ; счет 58 – Раздел II ББ; <u>Отчет о финансовых</u>	<i>Влияние на:</i> Коэффициент обеспеченности собственными

	<p>примере опционов и фьючерсов. Важно! – считается методологически неверным. в действующем плане счетов также отсутствуют корреспонденции между счетами № 97 и № 58.</p>	<p><u>результатах – счет 91,1 / 91,2 - «Прочие доходы / расходы»</u></p>	<p>оборотными средствами; Общая рентабельность; ЕВИТДА; Показатели, характеризующие ликвидность: Коэффициент текущей/быстрой/абсолютной ликвидности.</p>
3	<p>С использованием счета 58 «Финансовые вложения»</p>	<p><u>Бухгалтерский баланс – счет 51 - Раздел II ББ; счет 58 – Раздел II ББ; счет 76 – Раздел IV ББ</u> <u>Отчет о финансовых результатах – счет 91,1 / 91,2 - «Прочие доходы / расходы» / «Выручка»</u> счет 99</p>	<p><i>Влияние на:</i> Коэффициент автономии собственных средств; Показатели, характеризующие прибыльность и убыточность: Рентабельность собственного капитала, Рентабельность активов, Общая рентабельность, Рентабельность продаж, ЕВИТДА; Показатели, характеризующие ликвидность: Коэффициент текущей/быстрой/абсолютной ликвидности.</p>

[Источник – составлено автором]

### Список литературы:

1. Талев Н.Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса. М.: КоЛибри, 2016. 768 с. Талев Н.Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса. М.: КоЛибри, 2016. 768 с.
2. Устинова Я.И. Креативный учет: быть или не быть? // "Международный бухгалтерский учет", 2018, № 9-10.
3. Кащина Ж.Е. Учетная информация в разные периоды развития бухгалтерского учета // "Международный бухгалтерский учет", 2018, № 9-10.

УДК 657  
ББК 65.31

*Штыкова Е.Н., соискатель, СПбГЭУ*

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИЗНАНИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ ПО ДОГОВОРАМ УЧАСТИЯ В ДОЛЕВОМ СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

### **АННОТАЦИЯ**

В исследовании определены два способа учета доходов по договорам участия в долевом строительстве (далее-ДДУ): единовременно и постепенно. В зависимости от варианта ценообразования, приведены способы отражения операций в бухгалтерском учете (далее-БУ) организации-застройщика

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет; долевое строительство; ПБУ 2/2008

Порядок ведения БУ у организации-застройщика по ДДУ неоднозначен и имеет множество профессиональных суждений по данному вопросу. Это обусловлено отсутствием нормативных документов, дающих конкретные указания в этой области. Следовательно, руководствуясь ПБУ 1/2008 [1, п. 7.1] мы должны обратиться к правилам БУ по МСФО.

Согласно МСФО 15 «Выручка» [2], договоры с покупателями делятся на договоры, с обязанностью исполнения в течение периода; и договоры с обязанностью исполнения в определенный момент времени.

Закон 214-ФЗ [3, ст. 4] определяет предмет ДДУ, как обязанность застройщика построить (процесс происходит в течение времени) и передать (совершается одномоментно) объект строительства. Таким образом, у застройщика возможны два способа учета доходов по ДДУ:

1) выручка признается единовременно на дату акта приема-передачи при окончательном выполнении обязательств по договору;

2) выручка признаются постепенно в порядке, аналогичном договорам подряда в соответствии с ПБУ 2/2008 [4]

МСФО 15 [2] содержит аргументы в пользу обоих способов, однако, на взгляд автора, второй более обоснован. Об этом говорят следующие положения стандарта. Организация должна признавать выручку, когда покупатель получает контроль над активом. Контроль определяет способ использования и получение выгод от актива. По ДДУ определяет способ использования актива и получает выгоды покупатель-дольщик. Организация-застройщик признает выручку в течение периода, если покупатель получает контроль по мере создания объекта и сама организация не может использовать этот объект для других целей и ей гарантирована оплата за него [2, п 35].

В нашем исследовании рассмотрим БУ в организации, выбравшей второй способ отражения выручки, когда доходы по ДДУ признаются постепенно по ходу строительства, аналогично договорам подряда по правилам ПБУ 2/2008.

Существует два варианта ценообразования по ДДУ:

- цена договора представляет собой сумму денежных средств, которую дольщик уплачивает для осуществления строительства;
- цена договора разделяется на сумму денежных средств на возмещение затрат на строительство объекта и на возмещение расходов застройщика (вознаграждение). Данный вариант могут применять застройщики, заключившие первый ДДУ до даты регистрации «Фонда защиты прав граждан участников долевого строительства» (20.10.2017) [3, ст.25].

Способ отражения в БУ по первому варианту ценообразования представлен в таблице 1.

Таблица 1. Выручка =общая сумма по договору.

Проводка в БУ	Содержание операции	Дата признания
Д 46 К 90.1	Признание доходов в течение строительства по расчету (ПБУ 2/2008) в целом по всем договорам.	Конец квартала (КК)
Д 90.2 К 20	Списание части расходов на строительство по расчету на площади, приходящиеся на ДДУ в целом по всем договорам.	
Д 46 К 90.1	Окончательное признание доходов (разница между суммой по конкретному ДДУ и ранее признанными доходами)	Дата акта приема-передачи (АПП)
Д 90.2 К 20	Окончательное признание расходов, относящихся к конкретному ДДУ (по расчету)	

Способ отражения в БУ второго варианта ценообразования представлен в таблице 2.

Таблица 2. Выручка =вознаграждение застройщика + возмещение затрат по договору.

Проводка в БУ	Содержание операции	Дата признания
Д 46 К 90.1	Признание стоимости услуг застройщика (за организацию строительства) по расчету (ПБУ 2/2008) в целом по всем договорам.	КК и окончательно на дату разрешения на ввод в эксплуатацию (РВЭ)
Д 46 К 90.1	Признание дохода в виде «экономии», приходящейся на	КК и окончательно на дату АПП

	передаваемые по ДДУ площади	
Д 90.2 К 20	Списание части «собственных» (невозмещаемых) расходов на строительство по расчету на площади, приходящиеся на ДДУ	КК и окончательно на дату РВЭ
Д 76 возмещение расходов К 20	Списание части расходов на строительство, приходящихся на ДДУ, подлежащих возмещению дольщиками	КК

Закрытие расчетов по двум представленным вариантам происходит на дату окончательного признания доходов путем закрытия обязательств застройщика по передаче помещений (К 76). При первом способе отражения это формирует проводку: Д 76 обязательства застройщика К 46. Второй способ содержит две закрывающие проводки: Д 76 обязательства застройщика К 76 возмещение расходов; Д 76 обязательства застройщика К 46.

На наш взгляд, предложенные в исследовании способы ведения БУ по ДДУ путем постепенного признания выручки по ходу строительства объекта в соответствии с ПБУ 2/2008 наиболее точно определяют сущность и предмет ДДУ.

#### **Список литературы:**

1. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету" (вместе с "Положением по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008)", "Положением по бухгалтерскому учету "Изменения оценочных значений" (ПБУ 21/2008)") / "Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти", N 44, 03.11.2008.
2. «Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15. Выручка по договорам с покупателями» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 27.06.2016 N 98н) // Официальный портал: <http://www.pravo.gov.ru>, 18.07.2016
3. Федеральный закон от 30.12.2004 N 214-ФЗ "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" (ред. от 13.07.2020) // Официальный портал: <http://www.pravo.gov.ru> - 13.07.2020
4. Приказ Минфина России от 24.10.2008 N 116н "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Учет договоров строительного подряда" (ПБУ 2/2008)"// Официальный портал: <http://www.pravo.gov.ru> - 06.05.2015

*Чернова О.В., соискатель, СПбГЭУ*

## **НЕФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ, КАК АКТУАЛЬНЫЙ ИНСТРУМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Дана подробная характеристика основным элементам нефинансовой отчетности. Сформулированы тезисы о причинах активной публикации нефинансовых отчетов компаниями в России. Для анализа выбрана отрасль финансов: рассмотрена структура и основное содержание нефинансовой отчетности банков

**Ключевые слова:** нефинансовая отчетность; стратегическое планирование; социальная ответственность; Национальный регистр и библиотека нефинансовых отчетов

Высокую долю информирования о деятельности субъекта хозяйственной деятельности обеспечивает системный подход к формированию финансовой отчетности согласно международным требованиям [1, с.373]. Однако в последние годы, в России, наряду с западными странами, все чаще можно встретить ссылки на нефинансовую отчетность компаний. В первую очередь, нефинансовый отчет помогает разобраться всем заинтересованным лицам в достигнутых результатах компании, сделать выводы о степени устойчивости ее развития, проанализировать направления социально ориентированной деятельности. Таким образом, нефинансовая отчетность, интегрированная в общий консолидированный свод о деятельности организации, повышает прозрачность компании и помогает привлечь клиентов, контрагентов и инвесторов.

Ошибочно полагать, что основными отраслями, представляющими нефинансовую отчетность, являются предприятия металлургической, химической и нефтяной промышленности. Организации, работающие в потребительском секторе, а также банки и финансовые корпорации активно развивают и наполняют структуру своих отчетов фактами по результатам внедрения социальных проектов и принятия стратегически важных решений.

На сайте Национального Регистра и библиотеки нефинансовых отчетов хранятся архивные данные отчетностей [2]. Финансовый сектор представлен отчетами «Альфа-банка», «Фиа-банка», «Уралсиба», «ВТБ», «Сбербанка» и многими другими банками.

Основная информация, которую раскрывают в нефинансовой отчетности банки - описание и результаты проектов (чаще всего социальной и волонтерской направленности), информирование о

деятельности по поддержанию и спонсорству (например, объектов искусства), участие в международных программах, перечень мероприятий по наращиванию финансовой грамотности населения (в частности клиентов), участие в проектах, направленных на ликвидацию экологических проблем в стране и мире.

Ценности 21 века: социальные обязательства, толерантность и баланс между прибылью и ответственностью заставляют компании пересматривать свое отношение к ранее не интересным для них отраслям. Действительно, кажется, невероятным, чтобы российский банк 20 лет назад направлял значительную часть своих ресурсов на участие в убыточных, но социально ответственных мероприятиях, на воспитание волонтерских качеств у своих сотрудников.

Современный пользователь так избалован многочисленными инвестиционными, страховыми, финансовыми продуктами банковских услуг (разница в которых между банками – минимальна), скорее обратится туда, где часть от заработанной на нем прибыли будет направлена на социальные проекты.

Для сотрудников (а сейчас на работу начинают активно приходиться представители поколения, рожденного в начале 2-ухтысячных) также важно не только сколько им заплатят, а что нужно делать и как это повлияет на обстановку в будущем (ведь им жить и через 50 лет).

Инвестиции в социальные проекты, в мероприятия по наращиванию финансовой грамотности у населения – прибыль банков в долгосрочной перспективе. Важно не получить 1000 рублей сейчас, а вырастить клиентов, которые принесут 100 000 рублей через 5-10 лет. Такой институциональный подход позволяет стратегически подходить к развитию компании, планировать расходы и доходы на долгосрочном периоде и повышать оценку своей деятельности через рост удовлетворенности клиентов.

Последние события 2020-ого года, связанные с распространением новой коронавирусной инфекции, также демонстрируют верность последних утверждений. Кризис минимальными потерями отразился на компаниях, которые готовы перестроить свой подход к работе и обслуживанию клиентов. Банки, оперативно обеспечившие свой персонал защитными средствами, а своих клиентов – удаленными каналами обслуживания, благодаря внедрению дистанционных сервисов, оказались одной из немногих отраслей, которые хотя и не могли планировать пандемию и не закладывали ее в стратегический план развития в нефинансовой отчетности – быстро нашли необходимые ресурсы для переформата.

Мир меняется, вес оценки финансовых показателей остается самым большим, однако важность остальных факторов – которые раньше были как необязательное дополнение увеличивается с каждым годом.

Самыми эффективными будут организации, которые сумеют внедрить в свою экосистему направления социальной направленности. Уже сейчас проведения вышеописанных мероприятий приносят прибыль и оправдывают большую часть вложений. Окупаемость таких проектов более долгосрочна по сравнению с привычными классическими бизнес операциями. Однако, чем раньше компания выберет этот путь и начнет активные действия по внедрению описываемых мероприятий в нефинансовой отчетности – тем быстрее она начнет получать материальные и нематериальные доходы.

### **Список литературы:**

1. Аннаев А.А. Сущность, стандарты и процесс подготовки нефинансовой отчетности // Аудит и финансовый анализ. 2009 №6, с. 372-376
2. Перечень архивных отчетов. [Электронный ресурс] <http://рспп.пф/activity/social/registr/>

УДК 657.6  
ББК 65.052

*Чекавинская Г.А., к.э.н., доцент, Вологодский  
государственный университет  
Курумханова Э.Р., студент, Вологодский  
государственный университет*

## **УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ: УЧЁТНЫЕ АСПЕКТЫ И АУДИТ**

### **АННОТАЦИЯ**

Определены существенные параметры учета дебиторской задолженности, раскрыты элементы аудита расчетов с дебиторами для оптимизации процесса управления, проанализировано понятие сомнительного долга, приведен опыт применения МСФО при создании резервов по сомнительным долгам

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, управление, контроль, аналитический учет, аудит расчетов с покупателями

Актуальность темы связана с критериями достоверности учета расчетов с дебиторами, так как несвоевременная оплата от заказчиков и покупателей создает угрозы экономической и финансовой безопасности.

Цель исследования заключается в раскрытии существенных учётных аспектов и элементов аудита расчетов с дебиторами для оптимизации процесса управления.

Задачи исследования: определить параметры учёта дебиторской задолженности; подход к учёту как функции управления;

идентифицировать существенные аспекты аудита.

Принципы построения системы управления расчетами с дебиторами включают в себя информационную точность и прозрачность, платёжеспособность и ликвидность, рациональность и эффективность. Увеличение дебиторской задолженности, которая является наиболее главной проблемой среди юридических лиц в современных условиях работы, определяет важность аудита состояния расчетов с дебиторами [1], целью которого является обеспечение уверенности реального отражения задолженности. Это существенная качественная характеристика отчетности, особенно в условиях цифровой трансформации учетно-аналитических процессов [2]. Концепция современного аудита претерпела изменения, и с учетом применения в аудите формальных и неформальных правил игры [3] происходит актуализация его задач и обновление методик.

Особенными областями аудита расчетов с дебиторами являются качество первичных документов, их тождество аналитическим данным бухгалтерского учёта, процессы инвентаризации расчетов и взыскания задолженности, неденежные формы расчетов, контракты на поставку продукции, счета-фактуры, отчеты о сверке, счета взаимных требований, учетные регистры [4].

В программе аудита должны быть учтены: анализ структуры дебиторской задолженности, документальную проверку, проверку бухгалтерских записей. Создание системы СВК с учетом риск-ориентированного подхода также повысит эффективность управления дебиторской задолженностью.

Жизненный цикл задолженности дебиторов учитывает интересы контрагентов, заявки по товарам и услугам, заключение договоров, управление задолженностью. Причинами невыполнения сроков расчетов могут быть несостоятельность, реорганизация, ликвидация покупателя, исчезновение должника, при этом образуется сомнительная задолженность (непогашенная в сроки по договору и необеспеченная гарантиями). Метод аудита при выявлении сомнительных долгов – инвентаризация задолженности. Показатели формы № ИНВ-17 разграничивают дебиторскую задолженность на подтвержденную, неподтвержденную и с истекшим сроком исковой давности.

Несвоевременная оценка и управление дебиторской задолженностью на практике искажает данные бухгалтерского баланса, что нарушает принцип достоверности и искажает оценку имущества. Оптимальный способ, который повышает уровень правильности и достоверности бухгалтерской отчетности, - это создание резервов, так как происходит отражение сомнительной задолженности дебиторов в соответствии с реальной вероятностью их получения.

Предприятие должно само проводить оценку суммы задолженности, которую получить невозможно. В современном мире объём потенциальных сомнительных долгов имеет огромное место для поддержания достоверности отчётности. В то время как раньше структура показателей влияния финансового положения организации не была столь велика. Поэтому сомнительная задолженность и задолженность, нереальная к получению, подлежат выявлению и списанию при проведении годовых и промежуточных инвентаризаций активов и обязательств.

Приходим к выводу, что сомнительные долги делают бухгалтерскую отчётность неправдивой. Когда пользователь хочет посмотреть или оценить финансовое положение того или иного предприятия, он будет анализировать бухгалтерский баланс и отчёт о финансовых результатах. К большому сожалению, раскрытию показателей дебиторской задолженности не всегда уделяется должное внимание, и пользователь не может получить достоверную информацию.

Согласно (IAS) 39 разрешено уменьшить балансовую стоимость обесцененного актива напрямую или через резервный счет, но с сохранением факта, что убыток будет признан в отчете о прибылях и убытках. Оценка дебиторской задолженности по справедливой стоимости – это также критерий представления дебиторской задолженности в финансовой отчетности по международным правилам. В отличие от российской практики, в МСФО применяется понятие «оценка возможных будущих убытков, ожидаемых от дебиторов», что связано с введением резерва по сомнительным долгам. Когда создают резерв, прогнозные безнадежные дебиторы неизвестны.

Создание резерва по сомнительным долгам по текущей дебиторской задолженности обеспечивает отражение дебиторской задолженности в бухгалтерском балансе с учетом ее фактической стоимости, что положительно. Это соответствует принципу осмотрительности и способствует оперативному управлению долгом, для которого существует неопределенность в отношении погашения, прежде чем он будет признан безнадежным.

Таким образом, нами были выделены существенные учётные аспекты и элементы процесса аудита, требующие усиления в практике правил учета по РСБУ с учетом применения МСФО и МСА, оптимизирующие процесс управления дебиторской задолженностью.

### **Список литературы**

1. Сутягин В.Ю. Дебиторская задолженность: учёт, анализ, оценка и управление: учебное пособие / В.Ю. Сутягин, М.В. Беспалов. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 216 с.
2. Методология развития и формирования отчетности коммерческих

организаций в условиях цифровой трансформации : монография / кол. авторов ; под общ. ред. Н.А. Каморджановой, Ю.Л. Ренкаса. — М.: РУСАЙНС, 2020. — 566 с.

3. Чекавинская Г.А. Новые характеристики концепции современного аудита/ Г.А. Чекавинская // Бухгалтерский учет, анализ и аудит: история, современность и перспективы развития: материалы XIII международной научной конференции студентов, аспирантов, преподавателей.- Санкт-Петербург: СПбГЭУ, 2018.- С.295-300.

4. Оценка системы внутреннего контроля клиента. URL: <http://www.audit-it.ru/articles/audit/a104/40721.html>. (дата обращения 05.11.2020).

## СЕКЦИЯ 3: НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ ДЛЯ ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

УДК 334.7

ББК 65.29

### *Вилли Ленси Вольф, аспирант СПбГЭУ, Бразилия* **ЭВОЛЮЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ**

#### **АННОТАЦИЯ**

Общество переживает процесс реорганизации из-за обострения социальных и экологических проблем. Позиция компании больше не ориентирована только на получение прибыли, а на поиск хороших отношений с обществом и устойчивости в бизнесе. В этом контексте предлагается обсудить важность корпоративной социальной ответственности как конкурентного преимущества для успеха организаций, рассматривая ее как элемент их стратегии

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, устойчивость бизнеса, бизнес-преимущества, социальная эффективность

В настоящее время целью компании может быть не только прибыль. Помимо того, что компания является экономическим агентом с миссией по производству богатства, компания также является социальным агентом, который должен нести ответственность перед обществом за свою социальную-деятельность в обществе и влияние на окружающую среду и общество.

Комиссия Европейских сообществ определила КСО (корпоративную социальную ответственность) как ответственность компаний за ее влияние на общество и, следовательно, должна возглавляться компанией. Компании могут стать социально ответственными, интегрируя социальные, экологические, этические, потребительские вопросы и вопросы прав человека в свою бизнес-стратегию и операции в соответствии с законом. Государственные органы играют вспомогательную роль посредством добровольных политических мер и при необходимости дополнительно их регулируют. (CSE 2001; 2011)

Важно отметить сложность и размах дискуссии о корпоративной социальной ответственности. Во-первых, КСО - это сложная категория на нескольких уровнях. Во-вторых, КСО претерпела терминологическую трансформацию и в ходе обсуждения потеряла популярное значение. В 1950-1970 годах они заменили термины «социальная ответственность предпринимателя» и «социальная ответственность бизнеса». В свою очередь, с конца 1990-х годов широко используется расширенный термин «корпоративная ответственность», который более адекватно отражает современный стратегический подход к КСО. В-третьих, анализ уровней

категорий КСО традиционно затрагивает несколько вопросов философии, права, социологии и экономики, а также менеджмента. Все эти дисциплины связаны с общественными науками. Каждая из этих наук имеет свои собственные методы исследования и категоризации, отличающиеся обилием интерпретаций и концепций.

За последние несколько десятилетий мы стали свидетелями очень больших изменений в взглядах на компании по отношению к своей среде. От экономических институтов с обязанностями, связанными с производственным процессом, они сталкиваются с необходимостью брать на себя новые роли в результате изменений в среде, в которой они действуют. Все больше и больше компаний обращаются к вопросам, которые связаны с политико-социальным аспектом и выходят за рамки чисто экономических соображений. Эти вопросы касаются, среди прочего, защиты потребителей, контроля загрязнения, безопасности и качества продукции, медицинской и социальной помощи и защиты групп меньшинств.

Традиционно ответственность компании выражалась в стремлении к максимальному увеличению прибыли и минимизации затрат, а на принятие решений менеджерами не оказывали существенного влияния социальные и политические аспекты деловой среды. В результате компании больше не озабочены социально-политическим контекстом – фактически ученые и предприниматели в настоящее время пересматривают эти концепции.

Несмотря на то, что у компаний есть веские причины для внедрения социально ответственных практик в своих организациях, все еще есть много сомнений в том, будет ли это внедрение эффективным. Большинство компаний, применяющих такую практику, поступают так только потому, что существуют требования закона. Отчасти этот факт может быть оправдан тем, что до сих пор многие люди не знают о преимуществах социально ответственных действий. С другой стороны, организационные структуры недостаточно подготовлены для разработки социально ответственных действий.

Организации, которые считаются социально ответственными, передают образ доверия потребителям, которые все больше и больше ценят этот тип практики и способствуют тому, чтобы они чувствовали себя более социально ответственными гражданами. Заинтересованные стороны должны требовать от компаний поведения, которое приведет к большей прозрачности их социальных и экологических показателей, путем публикации информационных отчетов и в то же время побудить компании занять ответственное отношение к этим вопросам (Fontes, 2011).

Согласно Зеленой книге Комиссии Европейских сообществ (2001 г.), количество европейских компаний, продвигающих стратегии социальной

ответственности, увеличилось из-за того, что существует давление социального, экономического и экологического характера.

В этом исследовании удалось определить, что социальная ответственность положительно влияет на эффективность организаций, выделяя их среди конкурентов. Социально ответственная компания укрепляет отношения с рынком, становится более конкурентоспособной; она обеспечивает большую интеграцию среди своих сотрудников, которые заинтересованы в понимании того, что организация, в которой они работают, заботится о своем сообществе, в дополнение к поддержанию здоровых отношений со своими акционерами, поставщиками и клиентами на основе этических и социальных принципов.

#### **Список литературы:**

1. Андриянова М. В. Консалтинг в области корпоративной социальной ответственности: возможности и основные направления. Инновации и инвестиции, (5), 2020. - 109-112с.
2. Благов Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е.Благов; Высшая школа менеджмента СПбГУ.— 2-е изд. — СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. — 272 с
3. Вередюк О.В. Нормативное регулирование корпоративной социальной ответственности, Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика, no. 2, 2009. 40-49 с.
4. Туркин С. - Как выгодно быть добрым: Сделайте свой бизнес социально ответственным / Сергей Туркин. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.—381 с.
5. Ялунер Е.В., Григорьев К.В. Стратегия и планирование в области обеспечения компании квалифицированными трудовыми ресурсами //Сборник научных трудов XVIII Международной научно-практической конференции Актуальные проблемы бизнес-образования. 25-26 апреля 2019 г., Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. – 299 с. – с.278-280.

УДК 347.471.03

ББК 65.050

*Григорьев К.В., аспирант, СПбГЭУ*

## **ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается процесс формирования социальной принадлежности в связи с изменением условий формирования гражданского общества и кризисом социальной идентичности

**Ключевые слова:** гражданское общество, социальная идентичность, предпринимательское сообщество

В настоящее время в период глобального экономического кризиса и мировой пандемии происходит перманентный кризис идентичности, при котором отдельные граждане и группы социумов различной величины не успевают адаптироваться к той части меняющегося мира с которой они непосредственно соприкасаются. Отсюда возникает проблема возможности прогнозирования этапов и времени развития идентичности отдельного человека в гражданском, правовом, предпринимательском обществе. Следует принять во внимание, что также существует проблема отставания вузов, особенно региональных, в подготовке высококвалифицированных специалистов, требуемых в прорывных отраслях экономики для грамотного ведения предпринимательской деятельности. [1] Если принять во внимание отсутствие у многих психологии личного успеха, то в настоящее время подготовка предпринимателей – задача многих государственных и независимых структур. [2]

В настоящее время в связи с развитием нейрокоммуницирующего информационного пространства, рефлексиирующего самому к себе, человек фактически не успевает сформировать полноценные, глубокие навыки, компетенции, убеждения, помогающие ему причислить себя к тому или иному сообществу, в том числе к предпринимательскому. В государствах с развитой идеей свободного рынка и развитым институтом частной собственности предпринимательское сообщество является важной частью гражданского общества в целом, так как позволяет осуществлять как коммерческий и финансовый контроль за деятельностью избираемых органов власти, так и перераспределять блага, ресурсы и продукты более предметно и социально, чем способно делать неповоротливое государство или его структуры. Таким образом при формировании индивидуума, его убеждений и позиции происходит формирование идентичности с тем или иным сообществом, даже не являясь участником оных. Процесс этот двухсторонний и чем влиятельнее или открытое сообщество, тем более просто индивидууму иметь сформированные убеждения в отношении него. В отличии, от допустим, военного сообщества, которое крайне влиятельно во все времена человеческой истории, однако при этом достаточно строго структурировано и поделено на касты и страты, предпринимательское сообщество в современном мире максимально открыто, ввиду невозможности сегодня в большинстве сегментов предпринимательской деятельности сохранять полностью закрытую форму формирования добавочной стоимости, даже в тех случаях, где о цепочки надбавочной стоимости не знает конечный потребитель, в этих случаях партнеры,

сотрудники, посредники в конкретной цепочке обладают значительным количеством информации, в том числе и коммерческой, относительно друг друга. Очевидным трендом и даже целью для государства и общества является увеличения количества граждан, идентифицирующих себя членами гражданского общества. Для примера можно воспользоваться широко распространённым индексом гражданского общества - the Civil Society Index, CSI, принимаемым многими исследователями за базовый индекс. Четкий контраст между показателями этого индекса в России и в достаточно близких нам культурно и исторически странах ЕС, сформирован очевидно не только культурными и этическими различиями, но и экономическими. Показатели развитости гражданского общества Германии и России по оценке CIVICUS Civil Society Index разнятся в 1,5-2 раза, что для комплексного интегрального показателя очень много, и может означать разницу в конкретных показателях в 10 и более раз. Конечно, первым из экономических показателей, влияющих на развитость гражданского общества в конкретной стране всегда приходит ВВП на душу населения, эти показатели действительно сильно коррелируют, о чем уже множество раз писали различные ученые. Поэтому, чтобы выявить какие-то иные показатели, мы посчитали необходимым сначала рассмотреть проблему более крупно, а затем более глубоко в конкретном аспекте.

Четко следует разграничить случаи, в которых основная идея Руссо Ж. Ж. о прямой зависимости развития гражданского общества от развития института частной собственности невозможна. Такими случаями естественно являются и варианты развития института частной собственности вкупе с увеличением социальной дифференциации, в этом случае даже у граждан имеющих собственность, и развитые институты по её обеспечению, не будет свободного капитала (в первую очередь времени), чтобы выделять его для контроля за общественными благами, деятельностью избираемых представителей власти и прочей ноши сопутствующей деятельности активных членов гражданского общества, без которых это общество вообще не сможет существовать. В этом вопросе этот контраст сильно характеризует нищета, так как нищие, хоть и являясь иногда активными участниками различных объединений и организаций, и имеющие иногда активную гражданскую позицию, в основном в массе своей не имеют ни достаточной политической воли, ни возможностей для влияния на формирование и модерацию социальных институтов. В России эта проблема существует, но не стоит слишком остро: так, согласно статистике, в I квартале 2020 года доходами ниже прожиточного минимума располагали 18,6 млн человек или 12,6% населения Российской Федерации.

#### **Список литературы:**

1. Ялунер Е.В. Внедрение современной системы HR – менеджмента на российских предприятиях. /Проблемы преобразования и регулирования региональных социально- экономических систем: Сб. научных трудов. Выпуск 46 под научной редакцией С.А. Иванова. – СПб: ГУАП, 2019. – 81 с. – с.69-72

2. Ялунер Е.В. Вопросы поиска новых форм подготовки предпринимателей в условиях трансформации бизнес-среды/ Сборник научных трудов XVIII Международной научно-практической конференции Актуальные проблемы бизнес-образования. 25-26 апреля 2019 г., Минск: Институт бизнеса БГУ, 2019. – 299 с. – с.274-277.

УДК 338.242.2

ББК 65.050

*Лю Мо, аспирант, СПбГЭУ*

## **ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ РОССИЕЙ И КИТАЕМ В ОБЛАСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

### **АННОТАЦИЯ**

В статье проведен анализ перспективных направлений взаимодействия России и Китая в сфере развития международного предпринимательства

**Ключевые слова:** потенциал российско-китайского сотрудничества, Россия, Китай, международное предпринимательство, потенциал, перспективы

Россия и Китай – исторические партнеры, что определяется прежде всего географическим положением стран. В последние годы необходимость сотрудничества России и Китая в различных сферах деятельности особенно актуальна, а к географическим причинам добавилось множество других: социально-экономических, геоэкономических, политических. [1]

Сфера предпринимательства представляет собой одной из направлений торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества стран. Предпринимательство как фактор инновационного развития должно участвовать в создании валового регионального продукта, улучшать отраслевую структуру экономики, формировать дополнительные рабочие места, особенно в приграничных регионах. [3] Как показывает международная практика двусторонних отношений государств, сотрудничество в сфере предпринимательства может строиться по различным направлениям:

– создание преференциальных условий для осуществления взаимной торговли в отдельных приоритетных с точки зрения развития предпринимательства сферах и отраслях деятельности;

- инвестирование субъектов экономической деятельности различных стран в совместные инвестиционные проекты;
- стимулирование государствами развития экспортных операций субъектов предпринимательской деятельности путем установления льготных режимов налогообложения, предоставления финансовой и иных видов поддержки;
- обеспечение различных форм инфраструктурной поддержки для субъектов предпринимательской деятельности;
- совершенствование законодательства и политических условий как фактора улучшения предпринимательского климата.

Развитие предпринимательства на основе межгосударственных усилий становится значимым условием внутреннего социально-экономического развития стран. Это позволяет решить множество экономических проблем (появляются новые источники роста экономики; растет конкурентоспособность субъектов экономической деятельности не только на внутреннем, но и на внешних рынках; возникают новые источники поступлений в бюджеты государств), а также проблем социального значения (повысить уровень занятости, уровень доходов населения, снизить социальную напряженность и др.). В условиях спада экономики, обусловленной пандемией нового коронавируса, поиск новых путей развития государств становится особенно актуальным. Согласно прогнозам международных организаций, в 2021 году следует ожидать продолжения экономического кризиса и незначительных темпов восстановления экономики в различных странах. [2] Это может повлиять и на состояние предпринимательских отношений в случае отсутствия продуктивных мер со стороны государств по их развитию.

Оценивая перспективы сотрудничества России и Китая в сфере предпринимательства, следует решить задачи:

- провести анализ существующих договоренностей между странами, определяющих приоритеты сотрудничества в сфере предпринимательства;
- провести обзор результатов исследований о перспективных направлениях сотрудничества России и Китая в сфере предпринимательства;
- провести анализ основных тенденций в области экономического сотрудничества стран;
- на основе экономического анализа и других данных определить перспективные направления сотрудничества стран в сфере предпринимательства.

#### **Список литературы:**

1. Гэн Ч. Развитие торгово-экономического сотрудничества между Россией и Китаем в контексте продвижения концепции «один пояс, один путь» // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Т. 7. № 6А. С. 153-155.

2. The Global Economic Outlook During the COVID-19 Pandemic: A Changed World / The World Bank. URL: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2020/06/08/the-global-economic-outlook-during-the-covid-19-pandemic-a-changed-world> (дата обращения: 14.12.2020).

3. Ялунер Е.В. Тенденции развития предпринимательства. //Стратегии развития предпринимательства в современных условиях. Сборник трудов I международной научно-практической конференции. СПб: Изд-во СПбГЭУ, 2017. с. 12-14.

УДК 725.71

ББК 001.895

*Алексеев А.В., магистрант, СПбГЭУ*

*Левитина И.Ю., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

## **ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ИДЕИ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

### **АННОТАЦИЯ**

Сформулирована актуальность данной тематики, описаны основные тенденции развития и инновационные процессы ведения ресторанного бизнеса

**Ключевые слова:** ресторанный бизнес; инновационное развитие; разработка приложений, как инструмент оптимизации ресторанного бизнеса

В последнее время рынок ресторанного бизнеса стремительно растет и развивается, обходя стороной глобальный кризис. Появляется все больше ресторанов и кафе с различной кухней и блюдами. Люди все больше готовы менять привычную домашнюю трапезу на походы в ресторан. Для кого-то это место встречи с друзьями, для кого-то деловые встречи. В больших городах в обеденные перерывы нет возможности ездить домой, поэтому многие предпочитают обедать в ближайшем к своей работе ресторане или кафе. Также развитие туристической сферы, привлекая все больше потенциальных клиентов (особенно в больших городах России), благотворительно сказывается на ресторанном бизнесе. По мере роста экономики растет и благосостояние страны. И люди готовы платить за качественный сервис и вкусные блюда высокой кухни. Но правильно организовать бизнес-процессы является основной задачей для получения большей прибыли.

Основными тенденциями развития ресторанного бизнеса в России являются:

1. создание ресторанами благоприятного имиджа для своих заведений;
2. своевременные расчеты с поставщиками, от которых зависит лимит кредита и отношение самих поставщиков к данному ресторану;

3. формирование положительного мнения о ресторане среди постоянных потребителей.

Из-за стремительного роста количества заведений растет и конкуренция, поэтому главной задачей ресторанного бизнеса является привлечение постоянных потребителей путем создания специальной концепции (идеи), высокого уровня обслуживания и качества блюд. Должен быть свой «фирменный» стиль начиная от интерьера и заканчивая отношением к потребителю.

Инновационная активность организаций во всех областях ведения бизнеса возрастает с каждым годом и ресторанный бизнес не исключение. Для повышения прибыли, сокращения затрат, маркетингового анализа, автоматизации бизнес-процессов используют Web-сайты и различные мобильные приложения. Web-сайты имеет почти каждая компания, а вот приложения еще не так популярны среди малого бизнеса, за счет чего и конкуренция не так высока. Согласно статистике,

Использование смартфонов в мире достигает 59% , средний пользователь проверяет свой смартфон 85 раз в день, что говорит о возрастании популярности приложений.

За счет того, что пользователи скачивают приложения 1 раз и оно всегда у них под рукой, т.е. нет необходимости искать сайт продукта в интернете, любой может без труда найти нужную «иконку» и сделать заказ, особенно это удобно для ресторанов, имеющих доставку. «Иконки» всегда на виду и к тому же есть возможность отправлять push-уведомления из приложения со специальными предложениям, что будет привлекать внимание потребителя к бренду.

Кроме того, в таких городах, как Санкт-Петербург и Москва, куда ежегодно приезжает 8,2 млн и 23,5 млн туристов ежегодно (включая иностранцев). И наша задача заключается в создании инновационного продукта для привлечения туристов, чтобы оставить им самые приятные и вкусные воспоминания. Из-за языкового барьера не каждый иностранец может прийти в любое заведение, ведь не везде есть меню на английском языке, а тем более на его родном.

Идея создания приложения с полным меню, описанием, ценами и весом блюд с возможностью перевода на любой язык, а также ранжирование блюд по рейтингам, выбор ресторана с удобным местоположением – мечта для каждого туриста и гурмана. Взаимодействие ресторанов и потенциальных потребителей через данное приложение поможет повысить прибыль лучших заведений городов и привлечь потребителей в новые, только что открывшиеся места общественного питания. Также за дополнительную подписку владельцы ресторанов смогут получить доступ к анализу потребителей и конкурентов для разработки оптимального ведения бизнеса.

В заключении надо отметить, что ресторанный бизнес должен идти в ногу с инновациями и современными тенденциями для получения большей прибыли и достижения наилучших успехов, учитывая предпочтения и потребности потребителей.

#### **Список литературы:**

1. Гашко Д.В., Нормативно-правовая основа деятельности малых и средних предприятий в Российской Федерации, сборник: Перспективные направления развития малого и среднего бизнеса в цифровой экономике России. Под ред. Е.В. Ялунер, М.И. Лубочкиной. Санкт-Петербург, 2018. С. 4-29.

УДК 004.4'242

ББК 65.050

*Аненкова А.В., магистрант, СПбГЭУ*

*Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,  
гл.н.с. ИПРЭ РАН*

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ БИЗНЕСОМ**

### **АННОТАЦИЯ**

В данной статье рассмотрены перспективы и угрозы использования информационных технологий в бизнесе

**Ключевые слова:** информационные технологии, бизнес, угроза, конфиденциальность, перспектива, автоматизация

Технологии помогают делать работу организаций проще, это особенно актуально с развитием бизнеса. Информационные технологии образуют своеобразный симбиоз с предприятиями и успешно в нем существуют.

Технологии позволяют автоматизировать различные процессы, что повышает производительность. А это, в свою очередь, позволяет использовать меньшее количество ресурсов и соответственно улучшать качество при меньших затратах.

Технологии позволили предприятиям иметь более широкий охват в мире. Например, Интернет в настоящее время можно по праву считать важной частью маркетинговой кампании любого бизнеса, так как он позволяет бизнесу привлекать клиентов по всему миру.

Однако нельзя забывать и про угрозы, которые появляются также при использовании информационных технологий. Угрозы информационной безопасности – это события или действия, которые могут принести вред самой информации и также привести к нарушениям информационной безопасности.

Виды угроз многообразны и имеют великое множество классификаций.

Рассмотрим основные виды угроз, которые расклассифицированы по характеру нарушения:

Раскрытие конфиденциальной информации.

Данная угроза является одной из самых популярных в данное время. За данные с пометкой «конфиденциальная информация» можно получить, как и большую сумму денег, так и шанс оказаться задержанным и осужденным по некоторым статьям.

Вывод компьютерной системы из строя, снижение ее работоспособности.

Типовая удаленная атака, резкое снижение производительности системы атакуемого объекта. Невозможность доступа пользователей к ресурсам системы.

Превышение полномочий непривилегированных пользователей.

Отказ от авторства и транзакции.

Уничтожение и искажение информации.

Нарушение данных путем их целенаправленного изменения, создания и разрушения.

Взлом.

Из-за этого важно, чтобы предприятия несли ответственность при использовании технологий для ведения бизнеса.

В завершении можно сказать что Информационные - технологии стали неотъемлемой частью современного бизнеса. С каждым годом стать бизнесменом становится все проще, это говорит о том, что многие могут выйти на достойный заработок, а достойный заработок может быть потрачен на разные вещи, от развития новых технологий до благотворительности.

Цифровые технологии открыли перед руководителями проектов целый пласт новых возможностей. Традиционные модели работы перестраиваются с помощью интеллектуальных рабочих процессов, в которых активно применяется автоматизация, искусственный интеллект и данные. Для того чтобы идти в ногу со временем предприятиям следует постоянно развиваться, внедрять более динамичные, интеллектуальные и полностью скоординированные процессы, в которых учитываются клиенты, работники, поставщики и бизнес-партнеры.

### **Список литературы:**

1. Блог компании «ИТ-ТЕРМИНАЛ» [Электронный ресурс]. / Режим доступа: <http://blog.it-terminal.ru>
2. Портал «INFOSTART JOURNAL» [Электронный ресурс]. / Режим доступа: <https://infostart.ru>
3. Сайт «Stackoverflow: Каталог вопросов и ответов по

программированию»[Электронный ресурс]. / Режим доступа: <https://stackoverflow.com>

4. Loubochkin M.M., ECONOMIC GROWTH AND COMPANY STOCK PRICING IN THE GLOBAL STOCK MARKET, St Petersburg University Journal of Economic Studies. 2018. Т. 34. № 3. С. 396-414

УДК 336.714

ББК 65.050

*Байрамов А.М., магистрант, СПбГЭУ*

*Левитина И.Ю., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

## **ИЗМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИЙ ИНВЕСТИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматриваются изменения, происходящие в стратегиях инвестирования стартап проектов в период кризиса вызванного пандемией. В статье также выделены наиболее развивающиеся отрасли 2020 года

**Ключевые слова:** венчурный фонд, пандемия, рецессия, деловая активность, рыночная конъюнктура

Большинство стартапов взволнованы тем, что в период кризиса, вызванного пандемией COVID-19, инвесторы на время снизят деятельность в области заключения новых сделок. Деловая активность в сфере инвестирования стартапов на данный момент, к сожалению, действительно снизилась, однако не полностью. Правда, в апреле, по результатам исследований компании Wizer Feedback Ltd., половина венчурных фондов и бизнес ангелов приостановили или значительно сократили инвестирование [1].

Статистика за первый квартал этого года выглядит немного оживленной: опираясь на данные Института анализа инвестиционной политики, объём вложений в проекты уменьшился (по сравнению с аналогичным кварталом прошлого года), но незначительно всего на 13% - с 86 до 76 млрд. долларов. В этом году прогнозируется спад в пределах 20% [2].

Кризис, несмотря на снижение инвестиционной активности, создаёт новые возможности для внедрения новых продуктов. Примерно половина компаний в списке рейтинга 500 мировых крупнейших корпораций (Fortune Global) созданы именно во время рецессий разных годов [2]. Причина этого кроится в готовности внедрять инновационный подход.

Вместе с тем инвесторы именно из-за пандемии стали более критичными, инвестиционные стратегии изменили вектор направления. Рыночную структуру и проекты изучают внимательнее, чем раньше. Более

консервативными стали оценки. Ожидаемая эффективность от проекта во время кризиса повысилась более чем вдвое.

Например, в известном глобальном фонде 500 Falcons компании разделены на 3 группы [3]: Успешные – Выживающие - Борющиеся .

К первой группе относятся отрасли развитию которых способствовала пандемия. Это производители продуктов питания, электронная коммерция нового поколения, сферы коммуникаций, платформы edtech, здравоохранение и область финансовых технологий. «Выживших» и «борцов» определяет не столько направление, сколько грамотное управление денежными потоками.

#### **Список литературы:**

1. Wizer Feedback Ltd // Bloomberg URL: <https://www.bloomberg.com/profile/>
2. COVID и инвестиции // Ведомости URL: <https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2020/07/05/834008-covid-investitsii>
3. Falcons - 500 Startups URL: <https://mena.500.co/mena/>
4. Romanenko E.V., Yaluner E.V., Strinkovskaya A.S., Loubochkin M.M., Kurochkina A.L., AN EDUCATIONAL METHODOLOGY FOR STUDYING CULTURE AS AN ORGANIZING CENTER IN ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT, APUNTES UNIVERSITARIOS. 2021. Т. 11. № 2. С. 144-158.

УДК 338.28

ББК 65.050

*Григорян А.Г., магистрант, СПбГЭУ  
Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,  
гл.н.с. ИПРЭ РАН*

### **ПРОБЛЕМЫ ЗАПУСКА НОВЫХ СТАРТАПОВ В СНГ (РЕСПУБЛИКА АРМЕНИЯ)**

#### **АННОТАЦИЯ**

Рассматриваются проблемы, которые мешают запуску и развитию новых стартапов в Республике Армении

**Ключевые слова:** географические и геополитические особенности, нестабильная обстановка

Армения - небольшое государство в Закавказье с населением примерно в 3 миллиона человек. Но с одной из самых больших диаспор в мире, которая оказывает огромную поддержку родине и всячески помогает ее развитию. Среди других стран СНГ она выделяется некоторыми сложностями, которые обусловлены географическим положением и в то же время, являющиеся ее преимуществом.

По геополитическим и географическим причинам у страны высокие транспортные издержки, которые понижают ее производительность и

мешают участвовать в интеграционных проектах, нацеленных на экономическое развитие. Так же важным фактором, сдерживающим развитие страны, является расход на оборону и поддержку Арцаха. [1]

Война в Арцахе является причиной, из-за которой страна ежегодно на протяжении уже многих лет не может встать до конца на ноги. Из-за которой ежегодно теряет молодые умы, каждый из которых смог бы внести свой вклад в развитие различных сфер экономики. И естественно это усугубляет ситуацию с инвестированием, кто захочет вкладывать деньги в страну с нестабильной военно-политической обстановкой. Этот фактор и является ключевым, почему в Армении сложнее запустить стартап.

Но на сегодняшний день в Армении уже есть несколько стартапов, которые смогли стать популярными не только в стране, но и получить мировую известность. Например, приложение для обработки фотографий «PicsArt», которое получило всемирную известность благодаря новым и необычным инструментам для редактирования. Или «SoloLearn», позволяющее самостоятельно с нуля изучать программирование. И, конечно, хочется, чтоб количество новых сатрапов в стране росло. Потому что в стране очень много талантливых людей с интересными идеями, которые могут покорить мировой рынок.

#### **Список литературы:**

1. Вардомский Л. Б., Пылин А.Г., Ильина М.Ю. Экономика. Армении: идеи, модели и результаты развития: научный доклад / Под общей ред. Л.Б. Вардомского. - М.: Институт экономики РАН, 2016. - 59 с.

УДК 338.242.2

ББК 65.050

*Конон А.А., магистрант, СПбГЭУ*

*Швецова Д.Г., к.э.н., доцент, СПбГУ*

## **СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА НА РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК КОМПАНИИ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ГАЗОМОТОРНОГО ТОПЛИВА**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается вопрос необходимости развития рынка газомоторного топлива на территории Республики Саха (Якутии)

**Ключевые слова:** рынок газомоторного топлива, стратегия экспансии

В настоящее время во многих странах при государственной поддержке реализуются программы внедрения транспорта, работающего на альтернативном топливе. К таким видам транспорта относятся электротранспорт, транспорт на водородном топливе, сжиженных углеводородных газах, а также сжиженном (СПГ) и компримированном природном газе (КПГ). Исторически за пределами России большую

распространенность получило использование в качестве газомоторного топлива СПГ, в первую очередь это обусловлено особенностями транспортировки. В условиях отсутствия разветвленной газотранспортной сети единственный эффективный способ транспортировки газа - его сжижение, при котором плотность газа возрастает в 600 раз. По этой причине в России, где газотранспортная сеть является развитой, КПГ составляет значимую конкуренцию СПГ. При этом высокая плотность СПГ создает возможность для его транспортировки и использования в мощных двигателях с высоким удельным потреблением топлива. Таким образом СПГ имеет большие перспективы в качестве топлива для крупнотоннажного грузового автотранспорта, водного, железнодорожного транспорта, сельскохозяйственной и карьерной техники. В то же время КПГ в условиях развитой газотранспортной сети является предпочтительным для секторов легкового автотранспорта, мало- и среднетоннажных грузовых и пассажирских перевозок.

На сегодняшний день рынок автомобильных газозаправочных станций (АГЗС) в России продолжает бурно развиваться и 27 субъектов Российской Федерации уже получили господдержку. Эти регионы располагаются вдоль ключевых федеральных трасс страны, в них уже имеется базовая газозаправочная инфраструктура.

На данный момент Республика Саха (Якутия) не попала в список субъектов для первоочередного развития рынка ГМТ, и соответственно единственное предприятие ООО «СахаАвтоГазСервис», занимающееся распространением использования КПГ в качестве моторного топлива, на территории республики остается без поддержки и нуждается в выборе правильной стратегии выхода на региональный рынок для дальнейшего развития своей деятельности.

Экономическая целесообразность разработки стратегии развития рынка газомоторного топлива на территории Республики Саха (Якутия) очевидна, так как практика активно работающих в этом направлении регионов, таких как Татарстан, Сахалин, Томск, Тула, Кострома и др. подтверждает возможность сократить расходы на закупку топлива в 3-4 раза по сравнению со все дорожающими бензином и дизельным топливом.

ООО «СахаАвтоГазСервис» изначально придерживается стратегии в области экспансии на рынке, так как первоначально компания действует «точечно», строя технологическую инфраструктуру (АГНКС), и когда в городе инфраструктура начинает успешно функционировать, компания переходит в следующие населенные пункты, внедряя продукцию и продвигая компанию.

На сегодняшний день ООО «СахаАвтоГазСервис» планирует строительство АГНКС в пяти близлежащих к г. Якутску районах (в

радиусе 100км), поэтому рекомендуется придерживаться следующей стратегии рыночной экспансии:

- строительство в нескольких населенных пунктах минимум 1 заправочного комплекса в территориально доступных для потребления местах без пунктов переоборудования транспортных средств;

- проведение рекламной кампании, используя разные каналы коммуникации для привлечения внимания потребителей (с акцентированием на явные преимущества газомоторного топлива для окружающей среды и потребителя). После получения прибыли в каждом регионе использовать ее на расширение и развитие заправочной инфраструктуры.

#### **Список литературы:**

1. Постановление Правительства РФ от 2 марта 2020 г. № 221 “О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации "Развитие энергетики" [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/73606744/>

2. Орвиль С. Уокер. Стратегии проникновения на рынок. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ipppou.ru/article.php?idarticle=002214>

3. Сероглазова Е.И. Методы реализации стратегического планирования маркетинга // E-Scio. 2019. №9 (36). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-realizatsii-strategicheskogo-planirovaniya-marketinga>

4. Romanenko E.V., Yaluner E.V., Strinkovskaya A.S., Loubochkin M.M., Kurochkina A.L., AN EDUCATIONAL METHODOLOGY FOR STUDYING CULTURE AS AN ORGANIZING CENTER IN ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT, APUNTES UNIVERSITARIOS. 2021. T. 11. № 2. С. 144-158.

УДК 330.322.12

ББК 65.050

*Копаница Е.В., магистрант, СПбГЭУ*

*Левитина И.Ю., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

### **ПОВЫШЕНИЕ АКТИВИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ ЧЕРЕЗ КРАУДФАНДИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

#### **АННОТАЦИЯ**

В работе рассмотрена роль молодежного предпринимательства в России, раскрыты преимущества использования краудфандинга при создании бизнес проектов для начинающих предпринимателей

**Ключевые слова:** краудфандинг, финансирование проекта, молодежное предпринимательство

В настоящее время, российская экономическая политика направлена на развитие сферы малого и среднего предпринимательства. Комплекс

мероприятий, использующихся при ее реализации, направлен на повышение инновационного развития страны, улучшения отраслевой структуры экономики, которая обеспечивала бы стабильную занятость населения и высокий уровень технологического обновления.

Одним из направлений реализации этой политики является повышение уровня молодежного предпринимательства в России, поскольку именно этот сегмент малого предпринимательства решает большую часть социально – экономических задач страны.

Молодежное предпринимательство сталкивается с рядом проблем, связанных с дефицитом финансовых ресурсов для начала реализации своих бизнес проектов. Однако развитие современных технологий на настоящем этапе охватывает все сферы деятельности, в том числе и финансовую. В финансовой среде это выражается через появление и развитие краудфандинга, который является наиболее понятным и доступным методом финансирования, поскольку интернет технологии в повседневной жизни молодежи имеет наибольшее распространение.

По итогам 2019 года объем рынка краудфандинга в России составил 7,1 миллиардов рублей, при этом более 1,33 миллиарда приходится на площадку Planeta.ru. Оставшаяся часть приходится на другие площадки, в том числе на Boomstarter.ru [1].

Анализ результатов функционирования площадки Planeta.ru показывает, что сегментация пользователей по возрасту на площадке выглядит следующим образом:

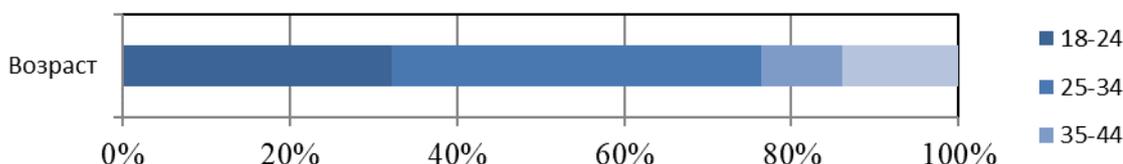


Рисунок 1. – Статистика пользователей платформы по возрастным категориям [2].

Данная статистика подтверждает гипотезу о том, что краудфандинг имеет популярность среди молодежного сегмента, как среди авторов, так и среди спонсоров.

Наиболее популярными категориями на площадках являются категории творческой направленности. Наглядно это представлено в таблице 1, которая содержит анализ 24 проектов, имеющих максимальную сумму сбора за всю историю.

Таблица 1 – Проекты - рекордсмены на Planeta.ru [3].

Название категории	Количество проектов	Сумма сборов, итого	Доля категории, %
Кино и видео	3	6 658 872	14
Музыка	11	20 695 079	44

Общественные инициативы	6	12 879 116	27
Литература и журналистика	4	7 101 455	15
Итого	24	47 334 522	100

Данная статистика показывает, что большие суммы сборов имеют категории «Музыка» и «Общественные инициативы». Эти категории являются основными с точки зрения активизации молодежного предпринимательства и государственной поддержки, поскольку имеет особое значение. Музыкальные проекты удовлетворяют социальные потребности общества, а проекты общественной направленности, кроме коммерческой составляющей, имеют общественную значимость, поскольку, как правило, позволяет сокращать уровень безработицы, повышать уровень квалификации кадров, улучшать состояние окружающей среды и т.д.

Использование краудфандинга в среде молодежного предпринимательства позволяет участникам проекта решать следующие задачи:

Снижение расходов на организацию и обеспечение функционирования бизнеса.

Анализ потребительского рынка. Предварительный сбор денег показывает, насколько успешным будет проект.

Социальное признание. При проведении кампании, предприниматели могут оперативно получать мнение от заинтересованных пользователей проекте в кратчайшие сроки. Другой стороной, проведение кампании может способствовать формированию репутации о проекте и повышать уровень осведомленности.

Маркетинг. Осуществление бизнеса в интернет среде, позволяет охватывать большее количество потенциальных инвесторов при меньших затратах, чем при рекламе в оффлайн режиме.

В рамках проведения исследования, была дана оценка эффективности разных методов продвижения. В период с мая по октябрь 2020 года посещаемость Planeta.ru сократилась с 500 862 до 424 405 пользователей. При этом, структура источника привлечения пользователей сохраняется: "Социальные сети" (36.50%), второй по значимости «Прямое посещение» (31.94%), затем следует «Поиск» (16.80%), затем «Почта» (8.00%), потом «Рефералы» (6.72%). Среди социальных сетей поток пользователей выглядит следующим образом:

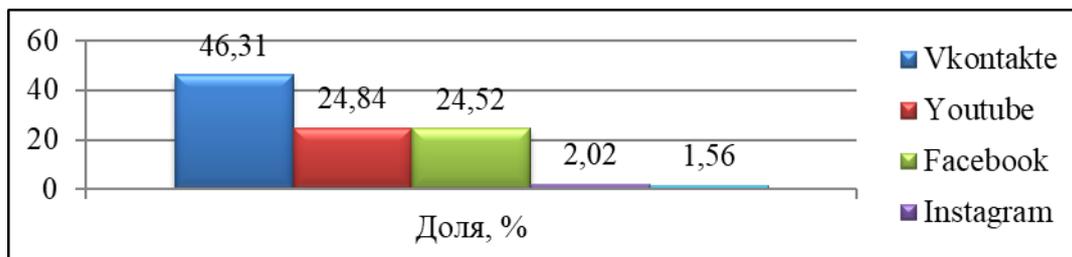


Рисунок 2 – Анализ привлечения пользователей через социальные сети.

Таким образом, можно сказать, что краудфандинг является одним из современных и доступных способов для развития молодежного предпринимательства, который является коммуникативным пространством для активной молодежи. Дальнейшее развитие предпринимательства должно происходить при государственной поддержке и регулировании краудфандинговой среды, что в настоящий момент находится на начальной стадии. Законодательство о регулировании крауд – среды вступило в силу с начала 2020 года, при этом существует ряд недоработок и вопросов, требующих внимания, как со стороны спонсоров, так и со стороны авторов проекта. Поэтому постепенное совершенствование механизмов краудфандинга и законодательства будет способствовать повышению уровню инновационного развития страны.

#### **Список литературы:**

1. Развитие альтернативных механизмов инвестирования: прямые инвестиции и краудфандинг [Электронный ресурс]: официальный сайт Центрального Банка РФ URL: [http://www.cbr.ru/content/document/file/112055/consultation\\_paper\\_200811.pdf](http://www.cbr.ru/content/document/file/112055/consultation_paper_200811.pdf) (дата обращения 09.11.2020)
2. Медиа кит [Электронный ресурс]: официальный сайт краудфандинговой площадки Planeta.ru URL: <https://planeta.ru/advertising> (дата обращения 09.11.2020)
3. Проекты - рекордсмены [Электронный ресурс]: официальный сайт краудфандинговой площадки Planeta.ru URL: <https://planeta.ru/stories/> (дата обращения 09.11.2020)

*Дробнич Э.А., магистрант, СПбГЭУ  
Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,  
гл.н.с. ИПРЭ РАН*

## **СТРАТЕГИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВОДСТВА КОЗЬЕГО СЫРА**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается стратегия расширения ассортимента за счет государственной поддержки

**Ключевые слова:** господдержка, стратегия, сельское хозяйство

Правительство Ленинградской области направляет усилия на поддержку сельскохозяйственных производителей, в частности фермерские хозяйства. Объемы помощи увеличиваются каждый год. Все больше и больше фермеров получают поддержку регионального областного правительства.

Существуют ряд видов государственной и региональной поддержки:

- Гранты;
- Программа «Ленинградский гектар»;
- Субсидии;
- Льготы на кредит в Россельхозбанке.

Под грантами существуют следующие направления: начинающий фермер, семейная ферма, агростартап, сельскохозяйственный потребительский кооператив. [1]

Различные типы грантов предназначены для хозяйств с различным стажем работы. Таким образом дифференцируется поддержка для каждого этапа развития хозяйства, учитывая специфику и динамику производственного роста и расширения.

Для участия в гранте под названием «Семейная ферма», необходимо соблюсти ряд условий:

хозяйство должно быть зарегистрировано более 2 лет;

на хозяйстве должен быть зарегистрирован дополнительно один из родственников;

проживать семья должна в Ленинградской области;

40% денежных средств должно предоставить хозяйство и другие.

Для подачи на грант необходимо написать бизнес-план по развитию, план расходов на развитие.

В Ленинградской области в Волосовском районе расположилась козья ферма, которая в месяц перерабатывает 3,6 тонн молока в месяц. Из этого молока производится 300 кг сыра в месяц. Соответственно,

хозяйство соответствует критериям малого предприятия: небольшой объем основных фондов, площадь производства, численность персонала менее 15 человек, маленькая выручка. Малое хозяйство требует относительно ощутимых годовых затрат (более 10 млн руб.). Большие вложения приходится на постройку зданий для сыроварни, молочного цеха, на оборудование и технику, на закупку и содержание скота и т.д. Основными затратами являются: зарплата сотрудникам, корм для животных, сырье, лабораторные испытания и т.д.

Продукция из козьего молока очень популярна в России, за счет своего вкуса, цвета, запаха, полезности, менее аллергенна, в отличие от коровьего молока. Козьих ферм очень мало в Ленинградской области. Спрос на полезный востребованный продукт существенно не удовлетворен. Фермерские хозяйства не обладают необходимыми финансовыми средствами для расширения производства. Необходима инвестиционная поддержка местного производителя продуктов питания. Полноценное продуктовое обеспечение дает возможность стабильного, безопасного, надежного экономического роста региону, застрахует его от перепадов и падений внешней конъюнктуры.

Региональная и государственная поддержка может помочь козьей ферме реализовать стратегию расширения ассортимента и роста объемов. Увеличение поголовья стада, покупка дополнительного оборудования и технологий позволит увеличить объем выпуска сыра, улучшить и оптимизировать структуру затрат, повысить рентабельность и экономическую эффективность.

#### **Список литературы:**

1. Агентство по обеспечению деятельности агропромышленного и рыбохозяйственного комплекса Ленинградской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.agroconsult.lenreg.ru>
2. Loubochkin M.M., ECONOMIC GROWTH AND COMPANY STOCK PRICING IN THE GLOBAL STOCK MARKET, St Petersburg University Journal of Economic Studies. 2018. Т. 34. № 3. С. 396-414

УДК 339.37

ББК 65.050

*Панов К.Д., магистрант, СПбГЭУ*

*Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,  
гл.н.с. ИПРЭ РАН*

## **ТЕНДЕНЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В УСЛОВИЯХ КОРОНАВИРУСА**

### **АННОТАЦИЯ**

Изучается влияние коронавируса на работу розничной торговли в России. Выделены основные тенденции, которые сформировались на рынке

**Ключевые слова:** розничная торговля, ритейл, коронавирус, компании, тенденции, онлайн-продажи

Коронавирус в 2020 году затронул все отрасли экономики, включая отрасль торговли. Большинство компаний ритейла были не готовы к жестокой реальности, в которых падал спрос на товары, в результате отрицательно сказывалось на выручке. А на отдельные виды товаров был ажиотаж, такие как гречка или консервы, компании просто не успевали поставлять нужный товар в срок, формировалась паника у населения. По итогу, за первые 8 месяцев 2020 года розничная торговля сократилась на 5,1% в сравнении с 2019 годом[1].

По данным Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ), к середине весны трафик магазинов в формате «у дома» в России снизился на 20-30%, супермаркетов – на 40-60%[2]. На фоне этого стала стремительно развиваться онлайн-продажа товаров, которая в первое время давала сбой в работе из-за наплыва людей. По словам президента ассоциаций компаний интернет-торговли (АКИТ) Артема Соколова: «Благодаря этому росту доля онлайн-коммерции впервые превысила 10% (6,1% в 2019 году) и приблизилась к уровню наиболее развитых с точки зрения онлайн-продаж стран, таких как США и Китай»[3]. В США и Китае доля онлайн-торговли составляет 14% и 30% соответственно.

С увеличением спроса весной, чтобы удовлетворить потребности населения, компаниям по доставке в срочном порядке пришлось пересмотреть свою работу, в которую входило увеличение общего объема складского помещения, поиск новых способов привлечения народа, а также увеличение числа доставщиков. С другой стороны, коронавирус помог привлечь новых клиентов доставкам, которые до этого не пользовались данными услугами. Для многих людей доставка стала единственной возможностью насладиться едой из ресторанов в условиях их закрытия по распоряжению Правительства. Не только компании, которые направлены на внедрение инновационных продуктов в своей

работе, стали сотрудничать с сервисами доставки, но и прибавились те, которые консервативно относились к данному вопросу.

Отметим тенденции в ритейле, которые сформировались из-за коронавируса в России:

#### 1. Рост онлайн-продаж продуктовых магазинов.

Магазины продуктов и фармацевтическая отрасль придерживались оффлайн модели продаж, однако, коронавирус стал катализатором к продажам через Интернет. Онлайн-торговля показала невероятный рост, который произошел во всех странах, которых коснулся коронавирус. Многим людям онлайн-покупки продуктов питания понравились, что они выразили уверенность, что будут заказывать еду и после спада пандемии.

#### 2. Увеличение роли доставки товара.

Службы доставки не были готовы к резкому увеличению количества заказов. Им приходилось быстро реагировать на ситуацию, нанимать новых курьеров, повышать оплату за труд за риск инфицирования. Если кампания не реагировала, не могла быстро нормализовать доставку товара до клиента, то она несла колоссальные убытки. Покупателям важна скорость доставки, а также удобство заказа. Чтобы снизить риск заражения через доставку товаров, многие компании переняли опыт бесконтактной доставки. Компаниям стоит развивать свои приложения по доставке, чтобы упростить форму заказа для клиента.

#### 3. Покупка без оплаты на кассе.

Сегодня в большинстве супермаркетов продавцы защищены масками и перчатками, а также отделены от покупателей защитным стеклом. Однако такие меры устраивают не всех покупателей, так как риск заражения присутствует, когда ты просто вышел из дома. Поэтому в розничной торговле развиваются способы покупки товаров без участия кассиров. Возрастает роль касс самообслуживания в работе магазина.

Например, одной из компаний, которая запустила инновационную технологию, стала «Азбука Вкуса». В Москве был запущен формат магазина без касс и продавцов. Чтобы купить продукт, его нужно взять с полки и положить в корзину. С помощью компьютерного зрения отслеживается, какой товар был взят и при выходе из магазина автоматически спишутся деньги с карты[4].

#### **Список литературы:**

- 1 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/23457?print=1>
- 2 Ассоциация компаний розничной торговли [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.acort.ru/>
- 3 РБК. Доля онлайн в российской рознице приблизилась к уровню развитых стран [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5>

f592c909a79471b55995534

4 vc.ru. Первая «Азбука вкуса» в Москве без касс и продавцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/trade/130435-foto-kak-vuglyadit-pervaya-azbuka-vkusa-v-moskve-bez-kass-i-prodavcov>

УДК 336

ББК 65.050

*Сорокина К.Ф., магистрант, СПбГЭУ  
Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой  
Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,  
гл.н.с. ИПРЭ РАН*

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ: РОЛЬ В СОЗДАНИИ ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается вопрос определения и оценки интеллектуального капитала. Признание его нематериальным активом и как следствие разработка системы оценки интеллектуального капитала

**Ключевые слова:** нематериальные активы; интеллектуальный капитал; стоимость компании; конкурентоспособность; человеческий капитал

В условиях рыночной экономики, когда каждое предприятие стремится занять наиболее выгодное положение на международном уровне, топ-менеджмент нацелен на повышение стоимости своей компании. К сожалению, российский бизнес недооценен, а это в свою очередь отрицательно влияет на конкурентоспособность отечественных производителей в условиях глобализации. Неэффективность управления и ориентация на максимизацию текущей прибыли, а не стоимость бизнеса – главная причина заниженной стоимости предприятий.

Акции большей части отечественных компаний не обращаются на открытом фондовом рынке, инвестиционная привлекательность падает, что в дальнейшем приводит к малым объемам привлеченных инвестиций.

Исходя из вышеизложенного, для успешного развития бизнеса менеджеры должны ориентироваться на повышение стоимости организации, и разрабатывать стратегическое планирование, включающее в себя новые стандарты и программы, а также мотивацию персонала с позиций этого подхода.

Изучая опыт развитых стран, можно сделать вывод о том, что максимизация стоимости компании – цель обеспечения долгосрочного её развития. А средством достижения поставленной задачи выступают получение прибыли, соответствие ожиданиям потребителей, создание крепкого коллектива внутри организации, а также выполнение миссии предприятия.

В наше время переход к концепции управления стоимостью предприятия становится все актуальнее. Данная концепция появилась в середине 1980-х годов в Соединенных Штатах Америки. Смысл ее заключается в том, что все решения высшего руководства должны рассматриваться с точки зрения их влияния на рыночную стоимость компании. Кроме того, владельцам предприятия важно знать, сколько стоит их бизнес для того, чтобы понимать на сколько целесообразно продолжать им заниматься.

Главная задача результативного стейкхолдера – максимизация стоимости своей организации.

Но ведь ценность компании – это не стоимость её зданий, сооружений, товара, продукции на складе и прочее. Это в первую очередь люди, которые работают в данной компании.

Истории известно не мало примеров, когда после ухода ключевого сотрудника компания терпела колоссальные убытки.

Так модный дом Gucci после смерти Рудольфо Гуччи буквально за 10 лет был на грани банкротства, а наследник династии был вынужден продать свою долю в семейном бизнесе.

Подобная история случилась с модным домом Chanel после смерти Коко Шанель.

Так что же такое стоимость компании? Стоимость ателье, тканей и платьев, или всё-таки уникальные способности человека, работающего в этой компании?

Сегодня все согласны с утверждением, что нематериальные активы – являются самым ценными активами компании. Однако, я нахожу важным включение в структуру нематериальных активов интеллектуальный (человеческий) капитал.

#### **Список литературы:**

1. Альбеков А.У., Согомонян С.А. Экономика предприятия. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 448 с.
2. Бусов В.И., Землянский О.А., Поляков А.П. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) – М.: Юрайт, 2014. – 430 с.
3. Волков В.П., Ильин А.И., Станкевич В.И. Экономика предприятия : учебное пособие. – 2-е изд. испр. – М.: Новое знание, 2011. – 672 с.- (Экономическое образование).
4. Гусева Н. В. Цены и ценообразование на предприятии: учебное пособие / Н.В.Гусева. – Самара: Самар. гос. техн. ун-т, 2014. – 160 с.: ил.
5. Казакова Н.А. Экономический анализ в оценке бизнеса / Н.А.Казакова. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2011. – 288 с.
6. Масленкова О.Ф. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / О.Ф.Масленникова. – М.: Издательство «КноРус», 2011. – 288 с.
7. Ковалев В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рен-

табельностью / В.В.Ковалев – М.: Проспект, 2015. – 336 с.

8. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: вопрос – от-вет. / Г.В.Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 284 с.

УДК 336  
ББК 65.050

*Сорокина К.Ф., магистрант, СПбГЭУ*  
*Ялунер Е.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой*  
*Экономики предпринимательства, СПбГЭУ,*  
*гл.н.с. ИПРЭ РАН*

## **ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается вопрос определения интеллектуального капитала. Проблемы его формирования в качестве нематериального актива

**Ключевые слова:** нематериальные активы; интеллектуальный капитал; инвестиции; конкурентоспособность; человеческий капитал

Сегодня взгляд на ключевые факторы экономики существенно изменился, в силу чего можно констатировать формирование нового фактора конкурентоспособности компаний – человеческий интеллект. Безусловно человек всегда был связан с развитием экономики, однако лишь в XXI веке мы можем смело заявить, что знания можно капитализировать.

Развитие идеи того, что интеллект и компетенции конкретного человека первичны, вполне себе логично. За любым научно техническим прогрессом, рождением научной идеи, революцией, появлением новых продуктов, услуг или методов продаж стоит человек.

Не смотря на очевидность того, что человеческий интеллект необходимо капитализировать, мы сталкиваемся с рядом проблем. Интеллект человека, невозможно приобрести как любой иной материальный актив, в отрыве от обладателя. И вместе с тем данный актив можно считать неисчерпаемым, в отличии от любого сырьевого ресурса. Человеку свойственно в течение жизни развиваться и накапливать новые знания. И в то же время — это очень эмоциональное существо, которое может испытывать различные чувства, влияющие на исполнение той или иной работы. И наконец - знания становятся капиталом лишь взаимодействуя со средствами производства.

Так как же учитывать человеческий капитал – на отдаче от его использования или же на владении этим активом?

На мой взгляд, необходимо объединить предыдущие варианты и дать определение данного НМА как сформированных человеком

компетенций и знаний, которые при использовании в том или ином предприятии способствуют росту прибыли.

Подводя итог, можно сказать, что структура человеческого актива включает в себя компетенции и мотивации, грамотное измерение которых способствует эффективному управлению ими.

Активный рост экономики сегодня - следствие растущей роли человеческого фактора. В борьбе за конкурентные преимущества человеческий капитал становится определяющим звеном. История знает много примеров стран, не имеющих в достаточном количестве природных ресурсов, и тем не менее сумевших выйти на ведущие позиции экономического развития только благодаря разработкам в инновационной сфере, подтверждая роль социальных факторов в устойчивом экономическом росте.

Опираясь на вышеизложенные факты, хочется подчеркнуть необходимость переоценки и корректировки существующих методов оценки человеческого капитала. Необходимо разработать научную базу концепции развития человеческого актива, в рамках которой исследовать глубинную основу данного вопроса. Данной базой являются инвестиции [3].

Необходимо принять затраты на развитие человеческого актива уже не за расходы, а за инвестиции в человеческий интеллект как главный источник прибыли.

Наша страна владеет интеллектуальными ресурсами, необходимыми для развития новой экономики в мировых масштабах. Важно разработать механизм смены фокуса экономики с сырьевой на инновационную модель развития. Способности, степень обучаемости конкретного человека играют определяющую роль в освоение тех или иных знаний в частности и в формировании общественного капитала в целом.

Следовательно, необходимо разработать государственную политику в сфере образования. Увеличить число бюджетных мест, заняться развитием образования и качества интернета в отдалённых регионах, уменьшить кредитную ставку на оплату образования, особые условия оплаты для студентов из многодетных семей. Уменьшить налог на прибыль предприятиям, регулярно вкладывающим деньги на обучение своего персонала.

Человеческий капитал - важнейший ресурсом развития современной экономики и является способом обеспечения национальной конкурентоспособности. Очевиден тот факт, что чем больше возможностей развития будет иметь каждый отдельно взятый член общества, тем будет больше интеллектуальный актив государства, тем лучше будут позиции экономики России на мировом уровне.

**Список литературы:**

1. Алексеева С.А., Квасов И.А. Маркетинг человеческого капитала: сегодня и завтра. URL: // <http://www.panor.ru>.
2. Плячкайтене И.М. Становление и развитие теории человеческого капитала // Молодой ученый. 2011. №7. С. 102-104.
3. Устинова К.А. Инвестирование в образование как составляющую человеческого капитала: проблемы и мероприятия для их решения // Вопросы инновационной экономики. 2011. №6 (6). С. 3-9.
4. Черных С.А. Человеческий капитал: реалии настоящего и необходимость развития в будущем // Креативная экономика. 2009. №5 (17). С. 74-77.
5. Шамарова Г.М. Проблемы управления человеческим потенциалом // Управление персоналом. 2009. №8. С. 50-54.
6. Шумахов Р.В. Человеческий капитал как фактор экономического роста. URL: <http://www.jurnal.org/articles/2009/ekon8.html>

УДК 338.242.2

ББК 65.050

*Паршина Т.А., магистрант, СПбГЭУ*

*Лубочкина М.И., к.т.н., доцент, СПбГЭУ*

## **УСКОРИЛА ЛИ ПАНДЕМИЯ ЦИФРОВИЗАЦИЮ РОССИЙСКОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается вопрос влияния пандемии на ускорение развития цифровизации в малом и среднем бизнесе, а также факторы, препятствующие росту индекса цифровизации

**Ключевые слова:** цифровые технологии, индекс цифровизации бизнеса, цифровые форматы взаимодействия

Многие страны мира, и в первую очередь развитые, стремятся перейти к типу экономики, в основе которого лежат современные цифровые технологии. Не является исключением и Россия. Так, согласно недавно изданному Указу Президента РФ от 21.07.2020 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» глава нашего государства определяет необходимость цифровизации бизнеса в стране и активное внедрение современных цифровых технологий.

По мнению международных экспертов, внедрение цифровых технологий нового поколения – искусственный интеллект, робототехника, беспроводной Интернет и др. - способны повысить производительность труда в компаниях на 40% [1].

Особую актуальность вопросы цифровизации бизнеса, в том числе малого и среднего, приобрели в условиях пандемии по COVID-19 в 2020 году. Резко изменившиеся внешние условия поставили бизнес перед проблемой: найти новые способы построения своей деятельности, когда

должны быть минимизированы деловые встречи, посещаемость торговых и розничных точек продаж сведена практически к 0. Фирмам пришлось очень быстро перестроиться и активно начать использовать возможности цифрового формата взаимоотношений с партнерами, клиентами, государственными структурами.

Об изменениях и трендах цифровизации предприятий малого и среднего предпринимательства свидетельствуют результаты исследования, которое было проведено в 2020 год. Инициаторами данного исследования российского МСП явились Аналитический центр НАФИ, банк «Открытие» и Московская школа управления Сколково. Такого рода исследования проводятся не впервые, его цель – рассчитать индекс цифровизации МСП.

Показатель цифровизации - Business Digitalization Index – является комплексным и определяется на основе частных индексов, представленных на рисунке 1.



Рисунок 1 – Частные индексы обобщающего показателя Business Digitalization Index

В течение 2020 года исследователи проводили 4 волны опросов, и в октябре 2020 года, последние данные показали, что индекс цифровизации, значение которого измеряется в диапазоне от 0 до 100, составило 50. Точно такой же уровень был обозначен в феврале 2020 года, когда исследование только было запущено [2].

Такие результаты указывают на то, что российский малый и средний бизнес лишь наполовину готов к широкомасштабной цифровизации. Согласно полученным данным, только 8 % наших компаний имеют высокую степень цифровизации; немного выше показатель характерен для средних предприятий (порядка 20 %).

Несмотря на то, что уровень цифровизации в целом за 2020 год не изменился и остался на уровне 50 баллов; частные показатели изменились: одни – выросли, другие – показали отрицательную динамику.

Итак, более подробно рассмотрим основные тенденции в области цифровизации малого и среднего бизнеса, сложившиеся к концу 2020 года.

Во-первых, увеличилась доля компаний, использующих интернет в своей деятельности, до 96 % (в начале года возможностями сети интернет пользовалось 94 % МСП).

Во-вторых, представители МСП обратили внимание на преимущества и растущую популярность среди пользователей мобильных приложений, и таким образом доля компаний, использующих их для ведения своего бизнеса, возросла до 60 % против уровня в 52 % на февраль 2020 года.

В-третьих, представители МСП активно начали работу по наполнению, совершенствованию и обновлению своих корпоративных сайтов. Согласно полученным данным исследования, 60 % имеют полноценные сайты (по состоянию на февраль этот показатель оценивался в 41 %).

В-четвертых, активизировалось онлайн-общение с контрагентами, потребителями и клиентами: для этого используются мессенджеры (87 % на конец года в сравнении с 80 % на начало 2020 года).

Наряду с вышеуказанными положительными тенденциями цифровизации МСП наблюдаются и направления, в которых компании проявляют низкую активность и заинтересованность. Так, например, достаточно высока доля малого и среднего бизнеса, который вообще не использует никакие средства для информационной безопасности (28 % против 17 % на начало исследования в феврале 2020); многие компании не задумываются о политике в области информационной защиты (67 %). Далеко не все МСП используют антивирусные программы: среди юридических лиц показатель на конец 2020 года 31% (в феврале 2020 – 40 %), среди ИП – 43 % против 35 % в начале года.

По мнению экспертов, участвовавших в исследовании, одной из проблем цифровизации МСП в России в настоящее время является отсутствие установок на цифровое развитие сотрудников. Это подтверждается следующими фактами: 47 % руководителей МСП считают, что их сотрудники достаточно «подкованы» в области цифровых технологий и не нуждаются в дополнительном повышении квалификации. Доля компаний, в которых сотрудники получили возможность пройти обучение, составила всего 27 %. Некоторые компании проводят курсы по повышению информационной грамотности собственными силами, но доля таких компаний за последний год значительно упала с 34 % до 23 %. Отдельные компании предпочитают принимать в штат узкопрофильных IT-специалистов (web-разработчики, web-аналитики, интернет-

маркетологи и др.), вместо того, чтобы «взрачивать» собственных сотрудников.

Согласно результатам проведенного анкетирования, основные препятствия в сфере цифровизации бизнеса – это перевод процедур из офлайн-режима в онлайн (17%), невозможность обеспечения оборудованием сотрудников компании (14%), снижение эффективности работников на «удаленке» (12%).

Подводя итог, следует отметить, что компании МСБ страны начали больше полагаться на цифровые решения в области организации внутренних процессов, коммуникации с клиентами и контрагентами и продвижения своих продуктов и услуг, однако, значительного скачка в области цифровизации бизнеса не произошло. Возможно, среди основных причин этого можно назвать нехватку бюджета и недостаток цифровых навыков и специалистов, а также культурное сопротивление переменам.

### **Список литературы:**

1. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишнеvский, Л. М. Гохберг и др. ; науч. ред. Л. М. Гохберг ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 82 с. Режим доступа: [https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F\\_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf](https://www.hse.ru/data/2019/04/12/1178004671/2%20%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf) (дата обращения: 06.10.2020).

2. Банк «Открытие»: пандемия не изменила индекс цифровизации компаний МСБ. Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/bank-otkrytie-pandemiya-ne-izmenila-indeks-tsifrovizatsii-kompaniy-msb/> (дата обращения: 06.10.2020).

УДК 334.012.42

ББК 65.050

*Фисак К.М., магистрант, СПбГЭУ*

*Левитина И.Ю., к.э.н., доцент, СПбГЭУ*

## **ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассматривается вопрос об отличиях социальных сетей для ведения бизнеса. Особенности создания и ведения бизнеса во Вконтакте, YouTube и Instagram

**Ключевые слова:** бизнес-модель, социальная сеть, таргетинг, Вконтакте, YouTube и Instagram

Последние события, происходящие в мире, показали предпринимателям, что бизнес, который ведется в офлайн среде, является не способным справиться с различными непредсказуемыми обстоятельствами, поэтому многие предприниматели решили выйти в Интернет.

Проблемы, с которыми сталкивается предприниматель при решении вести бизнес с помощью социальных сетей — это выбор социальной сети, модель продвижения, выявление и привлечение потенциальных клиентов.

Принимая решение о выходе бизнеса в социальную сеть, предприниматель должен создать новую бизнес-модель или использовать существующую, которая позволит ему увеличить конкурентное преимущество и прибыльность компании.

В укрупненном виде бизнес-модель представляет собой совокупность аспектов: действия, которые необходимы для реализации, вспомогательные инструменты и портрет потребителя с анализом требований к данной группе.

Выбор социальной сети зависит от вида бизнеса. Наиболее востребованными в России являются Вконтакте, YouTube и Instagram. Регистрация на каждой платформе простая и понятная, состоит из указания адреса электронной почты, номера телефона и создание уникального наименования канала, профиля или страницы.

Вконтакте и Instagram предоставляют бизнесу возможность обозначить свой профиль как бизнес-аккаунт.

Для реализации результатов собственного не крупномасштабного производства или оказания услуг можно использовать социальные сети: YouTube и Instagram. В данных социальных сетях предприниматель может использовать рекламную бизнес-модель, транслируя полезный контент о процессе создания товара или услуги, предлагая видео или фото мастер-классы. Тем самым предприниматель получает возможность привлечь потенциальных клиентов, рекламодателей, информацию о которых будет размещать непосредственно в видеороликах или фотоматериалах, а также получать рекламные отчисления от прокрутки видеороликов до начала, в течение или в конце видеоролика (данная услуга представлена на платформе YouTube). Также данные социальные сети позволяют устраивать партнерские интеграции, обмениваясь аудиторией с другими блогерами.

Для социальной сети Вконтакте предприниматель может использовать бизнес-модель маркетплейса. Так как предложения площадки создавать товары с указанием цены, наименования и связи с продавцом, является отличительной чертой данного вида бизнес-модели.

Следующим важным аспектом в разработке бизнес-модели является понимание настраиваемого таргетинга в каждой социальной сети.

Для запуска таргетинга Вконтакте необходимо пополнить счет минимум на 500 рублей, настроить аудиторию по территориальному признаку, интересам потенциальных клиентов, возрастной группе, семейному положению, также можно выйти на рекламные предложения на странице конкурентов. Настройки рекламы Вконтакте позволяют настроить временные рамки показа рекламы, а также добавить рекламные предложения не только в версию сайта для компьютера, но и в мобильное приложение.

Для запуска рекламы в Instagram предпринимателю необходимо создать профиль в Facebook. Настройка рекламы в Instagram также позволяет выбрать географический район показа, задать критерии аудитории (похожая на текущую аудиторию страницы или настроить новую), а также указать период размещения. Для расширения возможностей рекламной кампании предпринимателю потребуется воспользоваться услугами Facebook.

YouTube представляет пользователям несколько типов рекламы: баннерная, видео с возможностью пропуска через 5 секунд просмотра или без возможности пропуска, а также реклама для увеличения конверсии. Основные параметры настройки рекламы схожи с описанными выше, но на YouTube у предпринимателя есть возможность выбрать тематику видео, на которых будет воспроизводиться реклама, тем самым ограничить или увеличить возрастной разброс аудитории.

Для правильного выбора социальной сети для бизнеса предпринимателю необходимо четкое определение ценностного предложения его деятельности, а также определение целевой аудитории, так как от этого зависит результативность размещаемых рекламных кампаний. Именно эти параметры являются основополагающими при выходе на социальные площадки интернета. Для предпринимателя, который непосредственно создает товар или услугу, лучшим предложением будет транслирование процесса создания, данными действиями увеличивается связь между потребителем и производителем. Для бизнеса, который реализует готовую продукцию, выбор смещается в пользу качественных фотоматериалов готовой продукции, для увеличения приверженности аудитории, аккаунт может быть совмещён с личным, для налаживания тесной коммуникации.

Таким образом, вид бизнеса является основополагающим фактором при выборе социальной сети. Однако с ростом компетенций предпринимателя и росту его бизнеса необходимо выходить на новые площадки и реализовывать различные подходы для увеличения потока клиентов. Интернет и социальные сети постоянно развиваются, что дает предпринимателям потенциал для реализации собственных проектов.

**Список литературы:**

1. Апатова Н.В. Социальные сети в цифровой экономике//Экономика и управление. – 2018.- Т.4 (70), №4. – С. 3-9.
2. Васильева Н.Ф., Кавура В.Г., Интернет как фактор развития экономики// Вестник института экономических исследований. - 2019. – С. 112-114

УДК 374  
ББК 65.050

*Храмченко К.П., магистрант СПбГЭУ*  
*Лубочкина М.И., к.т.н., доцент СПбГЭУ*

## **ПРОБЛЕМА ПРОФОРИЕНТАЦИИ ДЕТЕЙ СИРОТ В РФ И ПУТИ ЕЕ РЕШЕНИЯ**

### **АННОТАЦИЯ**

Рассмотрены проблемы адаптации выпускников детских домов к самостоятельной жизни – осознанному выбору востребованной современной экономикой специальности. В статье использованы материалы социально ориентированного проекта по организации профориентационной работы с данной категорией населения

**Ключевые слова:** профориентация, дети-сироты, цифровизация, проект социальной сети профориентационной направленности

Профессиональная ориентация – ответственный этап становления личности, значимый не только для отдельно взятого индивида, но и для экономики страны в целом. Эффективная профессиональная ориентация, с одной стороны, обеспечивает успех в профессиональной деятельности, востребованность на рынке труда, стабильный доход, с другой стороны – способствует накоплению качественного человеческого капитала.

По своей структуре и функциональному наполнению профориентация является достаточно сложным процессом, базирующимся на экономике, социологии, психологии, медицине, праве и специальных профессиональных знаниях.

Профориентация является важнейшей составляющей переходного этапа для выпускников школ от общего обучения к приобретению профессиональных трудовых компетенций. Следует учитывать, что обычно необходимость выбора дальнейшей профессии совпадает с этапом самоопределения подростков, что значительно усложняет процесс. В России, к сожалению, профориентация как отдельное направление развита недостаточно. Особенно остро стоят вопросы профориентации для выпускников детских домов и интернатов, которые изначально социально дезадаптированы, и выпуск из учебного заведения для них зачастую равнозначен полной потере общественных связей.

Согласно данным Генпрокуратуры РФ, только 10% совокупного состава выпускников детских домов и интернатов адаптируются ко

взрослой жизни в социуме после выпуска. Столь низкий процент связан, в первую очередь, как это ни прискорбно, с отсутствием заинтересованности социума в подростках. Профорientационная работа позволит детям-сиротам найти свое место в жизни, выбрать профессию, которая не только обеспечит стабильный доход и спрос на рынке труда, но и будет соответствовать внутренним потребностям, а также физическим, интеллектуальным и иным возможностям индивида.

Решить данную проблему можно при помощи инновационных технологий, используя повсеместную цифровизацию различных сфер жизнедеятельности социума. Данное решение возможно, в частности, за счет создания социальной сети, предоставляющей профорientационные сервисы и услуги выпускникам детских домов и интернатов. В рамках социальной сети подростки получают возможность попробовать себя виртуально в той или иной профессии, выполнить определенные должностные обязанности, принять на себя ответственность по решению стратегических, организационных, технических задач.

Социальная сеть также позволит организовать различные конкурсы, рейтинги, гранты, целью которых является привлечение общественности и бизнес среды к проблеме послешкольного образования и дальнейшего трудоустройства выпускников детских домов и интернатов. В результате, выгода будет обоюдной, поскольку не только подростки получают шанс найти подходящую им профессию, в соответствие с их возможностями, способностями и потребностями, и обрести свое место на рынке труда, но и работодатели смогут обеспечить себе накопление человеческого капитала из талантливых выпускников.

В рамках платформы необходимо привлечь социально-активные компании, которые всегда принимают участие в благотворительных проектах - Газпром, Роснефть, Лукойл и пр. В дальнейшем, в целях развития проекта, целесообразно создать кластер, в рамках которого в детских домах будут осуществлять набор детей на определенную специальность с гарантией трудоустройства после окончания учебного заведения. Это обеспечит и профорientацию, и создание важных специальностей на рынке труда, и окажет помощь детям-сиротам, обеспечив их занятость и достойную социальную позицию после окончания учебного заведения.

С целью развития данного направления социальная сеть целесообразно интегрировать в платформу «Госуслуги» и в информационную сеть Центра занятости и региональной биржи труда.

Проект по созданию социальной сети с интегрированными в нее профорientированными программами для выпускников детских домов, детей сирот и подростков, попавших в тяжелую жизненную ситуацию, обладает высокой социальной значимостью, и позволит, в случае

успешной его реализации, решить ряд острых социальных проблем, а также обеспечит накопление человеческого капитала определенной профессиональной направленности и уровня квалификации, необходимость в котором диктует экономическое и инновационное развитие общества.

#### **Список литературы:**

1. Байбородова Л. В., Серебренников Л. Н., Чернявская А. П. Профориентация и самоопределение детей-сирот: учеб.- метод. пособие / под. ред. Л. В. Байбородовой, М. И. Рожкова. – 3-е изд., перераб. и доп. — Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2017. — 243 с.
2. Диннер, И.В. Понятие профориентации и профессионального самоопределения в контексте непрерывного профессионального развития / В сборнике: Омские научные чтения Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 572-574.
3. Маркетинговое исследование рынка профориентации в России 2015-2019 гг., прогноз до 2024 г. (с обновлением).
4. Сиротство. Статистика проблемы в России и регионах. Если быть точным [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://tochno.st/problems/orphanhood> (Дата обращения: 26.09.2020)

УДК 64.04, 64.05

ББК 65.050

*Швецова Ю.И., юрист ООО «УК «Гарант»», г. Отрадное, Лен. область, магистрант СПбГЭУ  
Швецова Д.Г., к.э.н., доцент, СПбГУ*

### **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ**

#### **АННОТАЦИЯ**

Дано краткое описание бизнес-процесса в конкурентной среде рынка клининговых услуг. Рассмотрены потенциальные клиенты клининговых услуг в современных условиях конкурентной среды

**Ключевые слова:** конкуренция, управляющая организация, рынок, конкурентоспособность, клининговые услуги

В настоящее время основной задачей компаний, которые нацелены развивать свой бизнес является увеличение критериев своей конкурентоспособности на действующем рынке. Ежедневно предприятия открываются, таким образом идёт развитие малого и среднего бизнеса. Определяющим фактором успешности бизнеса является способность к повышению конкурентоспособности. Для того, чтобы достичь финансового благосостояния, предприятие должно иметь товар или услугу, который будет обладать определенным уровнем качества и конкурентоспособности.

В условиях современного рынка конкурентоспособность предприятия – это одно из ключевых свойств, которое может определяться лишь уровнем максимального удовлетворения по критериям потребности в сопоставлении с похожими товарами или услугами (компаниями), имеющихся на рынке. Филип Котлер понимал конкурентоспособность, как способность предприятия противостоять конкуренции более успешно, чем подобные ему предприятия на рассматриваемом рынке товаров или услуг [1].

Конкуренция – неотъемлемый элемент рынка. Именно конкуренция, конкурентная борьба, является основным двигателем развития предприятий, формирования новых форм оказания услуг. Не исключением является и рынок клининговых услуг.

Для примера рассмотрим рынок клининговых услуг Ленинградской области. Более восьмидесяти процентов оказываемых на данном рынке услуг, приходится на первую и вторую категории. Крупных заказчиков имеют всего около сорока компаний.

Самой многочисленной в количественном отношении является четвертая группа: подобных предприятий в Ленинградской области около сотни. В основном это фирмы с количеством работающих 5-20 человек.

Также следует отметить, что на рассматриваемом рынке функционирует значительное количество микро-предприятий. По оценке некоторых экспертов их более сотни. Данные предприятия фактически являются внутренними подразделениями компаний. Теоретически они могут развиваться в качестве самостоятельных компаний, но на данный момент этого не происходит. Конкурентоспособность данных микро-компаний могла бы вырасти в случае их развития и выхода на рынок в качестве отдельных единиц, тогда формировалась бы более устойчивая и развитая конкурентная среда. Для потребителей клининговых услуг это означало бы возможность выбора поставщика услуги, выбора нужного уровня качества услуги и возможность получения более комфортного оказания.

Львиную долю клиентов клининговых компаний составляют крупные предприятия торговли (торговые центры, гипермаркеты, супермаркеты). Помимо этого, к основным клиентам относятся - производственные предприятия, транспортные и складские компании, медицинские и спортивные учреждения, офисные и бизнес-центры, банки, государственные учреждения, гостиницы, клубы, кинотеатры, вокзалы [2].

Фирмы, заключающие соглашение на оказание услуг, обязаны обеспечить целый диапазон услуг. К примеру, никак не возбраняются дополнительные услуги от сантехников, электриков, садовников. Но, для того чтобы гарантировать поставщику эффективность выполнения плана, следует управлять никак не меньше 30 зданиями, где площадь

общедомового имущества не менее 15000 квадратных метров. Таким образом, не исключено, что имеются предпосылки к развитию организации, а соответственно, и формированию более развитой конкурентной среды.

Деятельность клининговых услуг регламентируется государством. Данные услуги распространяются и на обслуживание муниципальных, торговых зон, но потребность из числа их в обслуживание клининга довольно невысока, для чего принимается решение по охвату рынка в целом, куда входят квартиры, частные дома, бассейны и сфера жилищно-коммунального хозяйства.

В связи с развитием конкурентной среды и рыночных отношений, стало очевидным формирование потребности в законодательном обеспечении функционирования рынка клининговых услуг.

#### **Список литературы:**

1. Ажаханова, Д.С. Современные подходы к стратегическому управлению // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. - 2018. - № 19. С.16-18
2. Учинина Т.В., Булдыгина Ю.В. Региональный опыт развития рынка клининговых услуг. Образование и наука в современном мире. Издательство: Пензенский государственный университет архитектуры и строительства, 2018. № 2 (15). С. 104-110
3. Loubochkin M.M., ECONOMIC GROWTH AND COMPANY STOCK PRICING IN THE GLOBAL STOCK MARKET, St Petersburg University Journal of Economic Studies. 2018. Т. 34. № 3. С. 396-414

#### **Список обозначений:**

СПбГЭУ - Санкт-Петербургский государственный экономический университет

ИПРЭ РАН – Институт проблем региональной экономики Российской академии наук, СПб

СПбГУ - Санкт-Петербургский государственный университет

РГГМУ - Российский государственный гидрометеорологический университет, СПб

Научное издание

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

**Сборник научных трудов II национальной  
научно-практической конференции**

**Санкт-Петербург**

**19 ноября 2020 г.**

Подписано в печать 22.03.2021. Формат 60×84 1/16.  
Усл. печ. л. 10,0. Тираж 100 экз. Заказ 144.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ