МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«Воронежский государственный университет»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

IX ВСЕРОССИЙСКАЯ НАУЧНО–ПРАКТИЧЕСКАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ ДЛЯ МАГИСТРАНТОВ

Тезисы докладов
ТОМ II

ВОРОНЕЖ
2021

Редакционная коллегия:
д.э.н., проф. Канапухин П.А.
к.э.н., доц. Федюшина Е.А. (отв. редактор)

Члены редколлегии:
преп. Ушакова Н.В., к.э.н., доц. Талтынов С.М.,
к.э.н., доц. Козуб Л.А., ст. преп. Кузнецова Ю.И.

Модернизация экономики России: тезисы докладов IX Всероссийской научно–практической конференции для магистрантов. В III томах. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2021. – Том II. – 150 с.

В сборнике представлены тезисы докладов IX Всероссийской научно–практической конференции для магистрантов, состоявшейся 4 декабря 2021 года.

Тезисы докладов опубликованы в авторской редакции, ответственность за их содержание несут авторы и научные руководители.

Мнение редакционной коллегии не всегда совпадает с мнением авторов.

© Воронежский государственный университет,
2021

СОДЕРЖАНИЕ

Секция актуальных проблем бухгалтерского учета и отчетности

Авдеев Р.А., маг. 1 к. Факторы, влияющие на финансовое состояние организации 7
Бизяева А.Е., маг. 2 к. Использование информационных технологий в учете денежных средств 9
Голева М.М., маг. 2 к. Актуальные положения бухгалтерского учета и отчетности учреждений здравоохранения 11
Гончарова Д.Ю., маг. 2 к. Мошенничество с бухгалтерской (финансовой) отчетностью 13
Горшенёва А.А., маг. 3 к. Понятийный аппарат учета финансовых результатов бюджетного учреждения 15
Казарян Л.А., маг. 2 к. Ограничение раскрытия информации о доходах и расходах в бухгалтерской (финансовой) отчетности организации 17
Кирсанова С.В., маг. 2 к. Актуальные проблемы проверки достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности 19
Козлова И.А., маг. 3 к. Организационные основы бухгалтерского учета лекарственных препаратов в бюджетных учреждениях здравоохранения 21
Кончакова Л.Е., маг. 1 к. Теоретические аспекты бухгалтерского баланса 23
Королева Н.Н., маг. 2 к. Организация внутреннего контроля закупки товаров, работ, услуг бюджетного учреждения здравоохранения 25
Корышева Е.А., маг. 1 к. Новые правила амортизации основных средств 27
Кудаева О.Ю., маг. 2 к. Организация учета средств на выполнение программы социальной поддержки граждан в департаменте социальной защиты Воронежской области 29
Минаева В.В., маг. 2 к. Учет операций организации с иностранной валютой 31
Минакова А.А., маг. 1 к. Учёт, анализ и аудит основных средств коммерческой организации 33
Никонова О.И., маг. 1 к. Учет и анализ на предприятиях малого бизнеса 35
Пылева И.С., маг. 1 к. Обзор изменений нормативно–правовой базы в области регулирования учета и отчетности по труду и заработной плате 37
Савина О.Е., маг. 1 к. Фактор Covid–19 – влияние на изменение оплаты труда медицинского персонала 39

Севастьянов А.В., маг. 2 к. Налоговая оптимизация 41
Сычёва Ю.Н., маг. 1 к. Особенности формирования учётной политики в бюджетном учреждении 43
Тесцова Т.Н., маг. 3 к. Задачи формирования учетной политики в бюджетных учреждениях здравоохранения 45
Чаркина Е.А., маг. 1 к. Особенности формирования доходов и расходов бюджетного учреждения 47

Секция инновационных подходов к управлению человеческими ресурсами

Абзалова Я.А., маг. 1 к. Мотивация медицинского персонала на основе совершенствования оплаты труда 49
Гончарова Д.В., маг. 2 к. Дистанционное обучение: преимущества и недостатки 51
Горун В.В., маг. 2 к. Мотивация государственных гражданских служащих 53
Мартишин Е.Е., маг. 1 к. Эффективность использования человеческого капитала в условиях мировой пандемии и локдауна 55
Медкова А.А., маг. 3 к. Исследование HR–бренда работодателя на примере ГК «АГРОЭКО» 57
Орехова С.Е., маг. 2 к. Инновационные методы и технологии в управлении человеческими ресурсами 59
Потоловская И.Ю., маг. 2 к. Оценка персонала как составляющая системы управления организацией 61
Рогожкина Д.А., маг. 2 к. Подбор персонала в организации 63
Толубаева Е.Г., маг. 3 к. Проблема гендерного неравенства как фактор кадрового риска 65

Секция совершенствования финансово–кредитных отношений

Гребенникова Ю.П., маг. 1 к. Политика управления риском ликвидности коммерческого банка (на примере АО «Банк ДОМ.РФ») 67
Егупов С.И., маг. 1 к. Обзор рынка ипотечного кредитования за 2021 год 69
Зайцева А.А., маг. 1 к. Управление запасами импортного сырья как элемент управления оборотным капиталом организации 71
Захарова А.П., маг. 2 к. Налоговые системы Российской Федерации и США в контексте принципа справедливости налогообложения 73
Ковалева М.А., маг. 1 к. Кредитный портфель российского банковского сектора в условиях пандемии 75
Кудряшова О.С., маг. 3 к. Банковский сектор России в условиях 77

глобальной нестабильности
Кустовинов В.С., маг. 1 к. Актуальные факторы, влияющие на обновление запасов организации 79
Лебедев В.С., маг. 2 к. Проблемы использования цифровых технологий в управлении денежными потоками организаций 81
Мурина Д.Е., маг. 3 к. Формирование финансовых резервов компаний как фактор устойчивости в условиях нестабильной экономики 83
Остапенко Д.В., маг. 1 к. Программы льготного кредитования малого и среднего предпринимательства 85
Панарина Д.А., маг. 3 к. Риск ликвидности коммерческого банка: сущность и управление 87
Пастревич А.О., маг. 3 к. Операционный рычаг как инструмент управления прибылью организации 89
Перцев Д.Д., маг. 3 к. Современные сигнальные теории структуры капитала 91
Пилюгин А.Н., маг. 1 к. Налогообложение добавленной стоимости в строительных организациях 93
Романовская Е.И., маг. 1 к. Управление дебиторской задолженностью как способ минимизации кредитных рисков организации 95
Сапрыкина А.А., маг. 1 к. Подход к оценке кредитных рисков на основе внутренних рейтингов и его применение в России 97
Скрынникова Н.Б., маг. 2 к. Влияние кредитной политики организации на управление дебиторской задолженностью 99
Сустретова А.Ю., маг. 3 к. Финансовые технологии как фактор влияния на финансовую устойчивость коммерческих банков 101
Сушкова В.А., маг. 2 к. Информационное обеспечение оценки инвестиционной привлекательности организации 103
Титова А.О., маг. 1 к. Современное состояние кредитного рынка Российской Федерации 105
Шацких В.А., маг. 3 к. Рост акций металлургических компаний в условиях КОВИД–19 (на примере ПАО «НЛМК» и ПАО «Северсталь») 107

Секция актуальных проблем современной экономической теории

Беличев С.И., маг. 2 к. Информационные продукты и услуги. Сущность и разграничение 109
Бондаренко А.А., маг. 1 к. Эффективность антимонопольной политики в современной России 111
Желтов С.А., маг. 2 к. Специфика горизонтальной и вертикальной дифференциации товара на автомобильном рынке 113
Завгородний Д.А., маг. 2 к. Современные методы исследования 115

поведения фирм в условиях рынка олигополистической конкуренции
Зверева Е.В., маг. 2 к. Взаимосвязь цифровой экономики и образования 117
Иванов А.В., маг. 1 к. Способы дифференциации продукта 119
Кушин М.Г., маг. 1 к. Роль рекламы в деятельности фирмы 121
Лопатина А. И., маг. 1 к. Преимущества и недостатки стратегии дифференциации 123
Мухортова О.С., маг. 1 к. Потребительское поведение как индикатор удовлетворенности (на примере компании MiHoYo Limited) 125
Паршина А.А., маг. 2 к. Современное состояние нефтегазового сектора в России 127
Постникова В.А., маг. 1 к. Анализ экономической эффективности предприятия с помощью методов детерминированного факторного анализа 129
Самохин Р.Р., маг. 2 к. Бизнес–экосистемы как современный вид стратегии диверсификации 131
Сащенко Е.С., маг. 2 к. Современное состояние рынка авиаперевозок в России 133
Старов Е.А, маг. 2 к. Изменения характера труда в цифровой экономике и их влияние на уровень экономического неравенства 135
Сувальская А.В., маг. 2 к. Проблемы конкуренции участников рынка олигополии в банковском секторе экономики России 137
Трубников М.М., маг. 2 к. Значение современных подходов к изучению человека для развития экономической науки и практики 139
Форофонтова М.А., маг. 2 к. Основные подходы к оценке эластичности спроса 141
Ходыкин А.С., маг. 2 к. Использование механизма аукциона в интернет–торговле 143
Шишкин С.С., маг. 3 к. Современные взгляды на понятие «дифференциация продукта» 145
Щепелькова Д.В., маг. 2 к. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия 147

Секция актуальных проблем бухгалтерского учета и отчетности

Авдеев Р.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Факторы, влияющие на финансовое состояние организации

Финансовое состояние организации можно определить в виде итогов складывающейся на деле определенной системы по поводу тех отношений, что в реальности появляются в ходе оборота средств определенного изучаемого субъекта хозяйствования, а также реальных их источников, характеризующих на тот или иной период времени наличие активов, величину обязательств, а также реальную возможность субъекта работать и успешно развиваться в постоянно меняющейся среде. На финансовое состояние организации оказывает влияние ряд факторов.

Согласно мнению Т.У. Турманидзе, существует несколько групп факторов – это внешние и внутренние факторы. К внутренним исследователем отнесены факторы, носящие производственный, внепроизводственный характер, а также факторы, сопровождающиеся нарушением хозяйственной, технологической дисциплины. К группе внешних им отнесены факторы, обусловленные экономическими условиями, политикой государства, природным условиями и рыночной ситуацией. Отметить стоит и то, что автором выделены дополнительные группы факторов – постоянные и переменные факторы. К переменным принято относить такие, которые связаны с освоением техники, с производством новых видов товаров. Также Т. У. Турманидзе выделены интенсивные по влиянию факторы, среди которых стоит отметить те, что связаны с инновациями, с повышением уровня производительности; особо отмечены им экстенсивные, обусловленные влиянием количественного прироста чего–либо. Исследователем отмечено, что при условии необходимости измерений отдельных факторов под призмой влияния их на результаты финансовой деятельности предприятия и его хозяйственных операций, целесообразно деление всех факторов на качественные, количественные, простые, сложные, прямые и косвенные. Дополнительно автор предлагает в ряду ситуаций рассматривать все факторы по уровням. Им выделены факторы первого, второго, третьего и прочих уровней подчинения. Преимуществом подхода Т. У. Турманидзе стоит считать его попытку выделения множества групп, в основе которой заложено видение отдельных характеристик и «принадлежностей» отдельных факторов к тем или иным условным аспектам.

Отметим также мнение А.Д. Шеремета и Е.В. Негашева. Они считают, что ключевые факторы, определяющие финансовое состояние – это выполнение финансового плана, пополнение оборотного капитала прибылью и оборачиваемость активов. Недостаток подхода сводится к тому, что

хозяйственные факторы принято авторами в качестве ключевых; они не учитывают в своих рассуждениях колоссального влияния на положение организации внешних факторов.

Приведем также мнение И.А. Жулега. Согласно мнению автора, все факторы делятся на внутренние и внешние, то есть зависимые и независимые соответственно. К внутренним отнесены такие факторы, как структура имущества, капитала, величина прибыли, себестоимость продаж товаров, продуктивность пользования имущественными ценностями и др. К другой группе относят такие факторы, как ставка налога, рефинансирования, пошлины и др. Также все факторы, влияющие на состояние организации, поделены по признаку воздействия на объективные и субъективные: к объективным она относит природные факторы, стихии, ценообразование и т.п.; к субъективным – факторы, которые обусловлены деятельностью предприятия. Эффективное хозяйствование, устойчивость положениям, достижение целей бизнес–планов и многое другое зависит от политики управленцев, от деятельности коллектива, от организационного таланта руководителей.

Подчеркнем также, что И.А. Жулега выделены факторы по уровням подчинения (первый, второй и т. д.). К первому уровню отнесены факторы, влияющие на результирующие показатели. Анализируя финансовое состояние предприятия, можно к факторам первого уровня подчинения отнести некоторые показатели ликвидности, платежеспособности, устойчивости предприятия. Все факторы, которые влияют на результирующие показатели, если они касаются первого уровня подчинения, но только косвенно, принято относить к группе факторов второго уровня. Аналогичные принцип подчинения работает для следующих ступеней.

И. А. Жулега также выделяет факторы по широте влияния на общие и специфические. К первым отнесены следующие факторы: платежеспособность, ликвидность, устойчивость, эффективность использования капитала и др. Ко второй группе ученая относит факторы, действующие в каких–то определенных условиях какой–либо отрасли экономики. Такой подход к классификации дает возможность более полно учитывать особенности деятельности отдельных предприятий и целых отраслей производства. Данный подход к выделению факторов наиболее полный, учтены факторы групп с различными признаками.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Щербакова Н.Ф.

Бизяева А.Е., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Использование информационных технологий в учете денежных средств

В условиях цифровизации социально–экономических отношений во всех сферах огромное значение приобретает использование современных информационных технологий в системе бухгалтерского учета организации. Сегодня значимость IT–решений для автоматизации учетных процессов признается повсеместно как в крупном бизнесе, так и на малых и средних предприятиях.

Большое внимание при цифровизации и автоматизации уделяется такому направлению бухгалтерского учета, как учет денежных средств. Это обусловлено, в том числе и экономической природой денежных средств как высоколиквидных активов, которые могут быть направлены на расширение деятельности и развитие организации. Потому руководители предприятия должны владеть точной, полной и достоверной информации об обеспеченности денежными средствами в каждый момент времени.

Учет денежных средств организации обеспечивает документирование операций с денежными средствами, систематический контроль их поступления и расходования, полное и достоверное отражение денежных потоков в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Обзор теоретических исследований позволил сформулировать основные причины внедрения информационных технологий в учет денежных средств на предприятии:

1) повышение оперативности учета (что особенно важно не только для бухгалтерского, но и для управленческого учета);

2) повышение достоверности информации за счет увеличения точности (не происходит ошибок вследствие человеческого фактора: усталости, невнимательности);

3) повышается скорость обработки информации сотрудниками бухгалтерии, увеличивается их производительность труда. Это приводит к возникновению резерва для экономии труда.

Соответственно, применяемые в учете программные продукты должны обладать указанными качествами для того, чтобы проект автоматизации учета демонстрировал должную эффективность. Безусловно, необходимым условием их использования является полное соответствие требованиям законодательства в области бухгалтерского и налогового учета денежных средств (ПБУ 23/2011, Налоговый кодекс Российской Федерации и другие нормативно–правовые акты).

Сегодня на рынке предлагаются различные программные решения для автоматизации учетных процессов денежных средств, осуществления

контроля за денежными потоками. В таблице 1 приведены наиболее популярные IT–решения для российского рынка, определены их ключевые преимущества.

Таблица 1. Современные программные продукты для бухгалтерского учета денежных средств в РФ

№ п/п	Продукт	Характеристика	Ключевые преимущества
1.	1С:Бухгалтерия 8	Бухгалтерская программа, автоматизирующая все элементы бухгалтерского и налогового учета. Позволяет вести учет банковских и кассовых операций, учет расчетов с подотчетными лицами и прочими контрагентами. Автоматизирует заполнение формы «Отчет о движении денежных средств»	Всесторонний учет, строгое соответствие законодательству РФ в части отчетных форм, легкая интеграция с другими продуктами 1С
2.	Adesk	Онлайн–продукт, позволяющий оптимизировать работу по учету денежных потоков: по видам потока, по проектам, по точкам продаж. Предусмотрены функции прогноза финансового потока. Предоставляет возможности для интеграции с банками	Широкие возможности для графического отображения информации, наличие дополнительных отчетных форм (например, о задолженностях)
3.	БИТ.Финанс	Программный продукт, предусматривающий всестороннюю автоматизацию учетных процессов. Обладает широким инструментарием составления отчетности по денежным средствам, планированию денежного потока	Совместим с 1С, позволяет осуществлять многосценарное планирование, увеличивает возможности сближения бухгалтерского учета с управленческим
4.	ФинТабло	Сервис бухгалтерского учета для малого бизнеса. Автоматически загружает данные со счетов компании. Предлагает использование неограниченного числа направлений для отслеживания денежных потоков	Низкая стоимость использования, возможность для подключения для всего бизнеса (включая нескольких юридических лиц и ИП)

Таким образом, хотя 1С и остается основным технологическим решением для автоматизации учетных процессов за счет широкого функционала, на рынке предлагаются различные программные решения, которые могут дополнить его. Их использование в практике учета организации способно повысить аналитические возможности информации, полученной в результате учета, повысить точность расчетов, ускорить выполнение аналитических операций.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Пожидаева Т.А.

Голева М.М., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Актуальные положения бухгалтерского учета и отчетности учреждений здравоохранения

Бюджетное учреждение здравоохранения – некоммерческая организация, образованная с целью оказания государственных (муниципальных) услуг и реализации государственных программ в сфере здравоохранения. Основным источником финансирования деятельности такого учреждения выступают государственные и муниципальные субсидии. Помимо этого, бюджетное учреждение вправе осуществлять приносящую доход деятельность, полученные от такой деятельности средства должны использоваться на нужды учреждения.

Организация и ведение бухгалтерского учета в бюджетных учреждениях здравоохранения четко регламентированы действующим бюджетным законодательством, а также Федеральным законом «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011г. № 402–ФЗ. Кроме того, при осуществлении бухгалтерского учета и составлении бухгалтерской отчетности учитываются отраслевые особенности деятельности в сфере здравоохранения. Финансово–хозяйственная деятельность бюджетных учреждений строится исходя из следующих положений:

– организация учета фактов хозяйственной жизни в разрезе КОСГУ;

– жесткий внешний и внутренний контроль за исполнением доходных и расходных статей плана финансово–хозяйственной деятельности;

– казначейская система исполнения бюджета;

– детализированная классификация кассовых и фактических доходов и расходов.

Бюджетные учреждения обязаны в установленные сроки предоставлять в вышестоящие контролирующие органы отчетность, сформированную в соответствии с Инструкцией, утвержденной приказе Минфина РФ от 25.03.2011 г. №33н, а также, при необходимости формировать отчетность об исполнении бюджета в соответствии с порядком, утвержденным приказом Минфина РФ от 28.12.2010 г. №191н.

В бюджетных учреждениях здравоохранения используется Единый план счетов бухгалтерского учета, правила работы с которым определены в Инструкции № 157н, в сочетании с планом счетов для этого типа учреждений (Инструкция № 174н). Действует общепринятый принцип двойной записи для всех совершенных фактов хозяйственной жизни, которые отражаются только по факту их совершения (метод начисления), ценности и находящиеся на балансе активы учитываются отдельно.

Соблюдение требований законодательства в отношении ведения бухгалтерского учета являются предметом проверок и ревизий Территориаль-

ных органов казначейства. Приведем пример типовых ошибок, выявленных в ходе проведения таких проверок в бюджетных учреждениях здравоохранения (на основе Информационного письма Федерального казначейства от 29.05.2021 г. № 07–04–05/21–10615).

Согласно ст. 9 Федерального закона № 402–ФЗ и все хозяйственные операции, проводимые учреждением, должны оформляться первичными учетными документами. В то же время, в ходе проводимых ревизий казначейством были выявлены следующие типовые нарушения в части их оформления: несоблюдение установленной формы первичных учетных документов; отсутствие обязательных реквизитов; принятие к учету документов, которыми оформлены не имевшие места факты хозяйственной жизни; отражение в учете операций без оформления первичных документов.

Данные принятых к учету первичных учетных документов систематизируются в хронологическом порядке и группируются по соответствующим счетам учета накопительным способом с отражением в регистрах бухгалтерского учета, которые формируются в виде книг, журналов, электронных документов, содержащих электронную подпись. При формировании регистров бухгалтерского учета на практике встречаются следующие нарушения: несвоевременное отражение фактов хозяйственной жизни в регистрах (выявлена отсрочка от 1 до 40 дней); неотражение в регистрах бухгалтерского учета результатов проведенной инвентаризации (по объектам нефинансовых активов (ф. 0504087), по наличным денежным средствам (ф. 0504088), по остаткам на счетах учета денежных средств (ф. 0504082).

В процессе ревизий денежных средств были выявлены следующие негативные факты: не определения и несоблюдения лимита остатка наличных денежных средств в кассе; несвоевременного оприходования поступивших в кассу наличных денежных средств; ненадлежащего заполнение кассовых документов; отсутствие первичных кассовых документов и др.

Таким образом, бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях здравоохранения имеет более сложную систему фиксации и группировки информации и более высокий уровень контроля точности. Это предъявляет повышенные требования к его ведению бухгалтерского учета при соблюдении следующих принципов: законность, осмотрительность, достоверность, независимость, постоянство, доступность, уместность, сопоставимость, превосходство содержания над формой, своевременность. Работы с бюджетными денежными средствами требует усиленного внутреннего контроля за формированием бухгалтерской отчетности.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бахтурина Ю.И.

Гончарова Д.Ю., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Мошенничество с бухгалтерской (финансовой) отчетностью

В Федеральном законе от 06.12.2011 г. (в ред. от 26.07.2019 года) №402–ФЗ «О бухгалтерском учете» говорится о том, что каждая организация должна составлять бухгалтерскую (финансовую) отчетность.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность – информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными настоящим Федеральным законом №402–ФЗ.

Бухгалтерская (финансовая) отчетность должна содержать информацию, которая дает достоверное представление о финансовом положении экономического субъекта, и составляться на основе данных, которые содержатся в бухгалтерском учете, а также информации, определенной федеральными и отраслевыми стандартами.

Экономическое мошенничество – это преступление, которое основывается на обмане, совершаемом для получения экономических выгод.

Внешние пользователи бухгалтерской (финансовой) отчетности, которые заинтересованы в информации любого экономического субъекта, обращают свое внимание на определенные показатели этой отчетности, к примеру: чистая прибыль, размер выручки, совокупные активы экономического субъекта.

Одними из главных мотивов искажения бухгалтерской (финансовой) отчетности организации являются:

– влияние на решения внешних пользователей, скрывая реальное финансовое состояние экономического субъекта;

– соответствие определенным завышенным показателям эффективности, нормативам и стандартам;

– личные обстоятельства сотрудников организации, которые несут ответственность за составление бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Основные факторы, которые влияют на возникновение экономического мошенничества с бухгалтерской (финансовой) отчетностью экономического субъекта:

– невысокая квалификация, неосведомленность сотрудников и высшего руководства организации;

– недостаточное количество аудиторских проверок и контроля как с внутренней стороны экономического субъекта, так и с внешней.

В МСА 240 «Обязанности аудитора в отношении недобросовестных действий при проведении аудита финансовой отчетности" от 09.01.2019

года (в редакции от 30.12.2020 года) недобросовестные действия (мошенничество) понимаются, как умышленно преднамеренное действие.

Недобросовестные действия – умышленные действия одного или нескольких лиц из числа руководства, лиц, отвечающих за корпоративное управление, сотрудников или третьих лиц, совершенные при помощи обмана для получения неправомерных или незаконных преимуществ (рис.1).

Факторы риска таких действий – события или условия, приводящие к возникновению побуждения или давления, которые направлены на совершение недобросовестных действий, или к возможности их совершения.

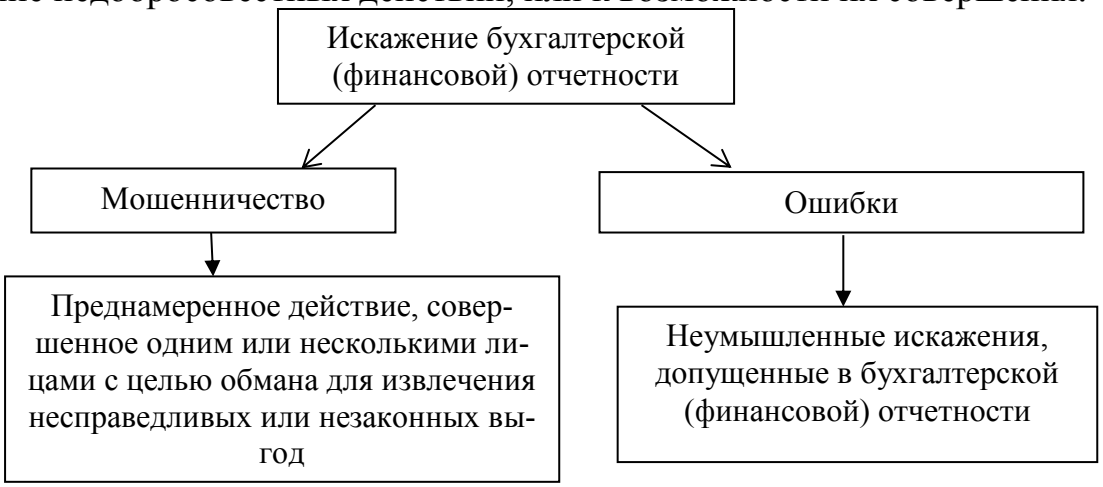

Рис.1 Причины искажения бухгалтерской (финансовой) отчетности

В настоящем мире существует большое количество способов экономического мошенничества с бухгалтерской (финансовой) отчетностью. В основном все они направлены на завышение выручки, прибыли и валюты баланса.

Внешние пользователи должны направлять внимание в первую очередь на:

– многократное изменение организационной структуры, отсутствие аудиторского комитета и службы внутреннего контроля;

– взаимодействие с внешними аудиторами;

– бухгалтерские отклонения:

1. Если снижаются доли выручки от продаж в совокупных доходах экономического субъекта, остающихся неизменными.

2. Имеется существенная величина непокрытого убытка экономического субъекта.

3. Большая дебиторская задолженность организации.

4. Высокая прибыль при дефиците собственных средств экономического субъекта.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Горшенёва А.А., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Понятийный аппарат учета финансовых результатов бюджетного учреждения

Важное значение для бухгалтерского учета финансовых результатов бюджетного учреждения имеет формирование его понятийного аппарата. Большинство вопросов теоретического, методического и практического характера возникает в виду того, что используемые понятия финансовых результатов разработаны для коммерческих организаций, кредитных организаций и др. В отношении организаций государственного сектора отмечается пока еще не в полной мере разработанность используемых определений (расходы, чистый операционный результат и др.).

Имеются исследования, результаты которых демонстрируют сходства и различия трактовки понятий «доходы», «расходы» для некоммерческого и коммерческого секторов экономики, а также в сравнении с Международными стандартами финансовой отчетности (МСФО ОС). Так, Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С., Ромашова С.М. отмечают важность теоретических разработок в свете разработки нормативной базы в форме федеральных стандартов бухгалтерского учета.

В научной среде не достигнуто единство подходов к раскрытию экономической сущности финансового результата. Известные определения финансового результата не отражают его экономической сущности применительно к организациям бюджетной сферы, в них содержатся дефиниции, которые свойственны коммерческой деятельности, поэтому нуждаются в уточнении.

Представим содержание отдельных понятий, которые используются для характеристики финансовых результатов бюджетных учреждений. В ФСБУ ОГС «Концептуальные основы бухгалтерского учета и отчетности организаций государственного сектора», который утвержден Приказом Минфина России от 31.12.2016 № 256н (ред. от 30.06.2020) отождествлено понятие финансовых результатов учреждения и его доходов и расходов, что читается в следующем положении: «В бухгалтерской (финансовой) отчетности общего назначения раскрывается информация о… финансовых результатах деятельности (доходах и расходах)». Тогда, как в общеэкономическом понимании финансовый результат деятельности экономического субъекта представляет собой разницу между доходами и соответствующими им расходами, что представлено далее в тексте указанного нормативного акта. Помимо этого, в тексте стандарта через дефис употребляется понятия поступлений – доходов, а также выбытий – расходов. Отметим, что использование в бухгалтерском учете организаций государственного сектора экономики метода начислений позволяет усомниться в постоянстве уста-

новленного равенства представленных выше понятий. Например, поступление денежных средств может быть обусловлено погашением дебиторской задолженности перед учреждением по начисленным ранее в его пользу доходам. Выбытие денежных средств может осуществляться при оплате ранее учтенной кредиторской задолженности, что не формирует в учете расходы учреждения.

Определение доходов и их виды содержатся в ФСБУ ОГС «Доходы», который утвержден Приказом Минфина России от 27.02.2018 № 32н (ред. от 16.12.2019). Доход для целей бухгалтерского учета признается в результате совершения фактов хозяйственной жизни (обменных операций или необменных операций), в результате которых ожидается получение экономических выгод или полезного потенциала, при условии, что их сумма (денежная величина) может быть надежно определена.

Оценка положений ФСБУ ОГС «Представление бухгалтерской (финансовой) отчетности» (Приказ Минфина России от 31.12.2016 № 260н (ред. от 13.12.2019) на предмет определения понятийного аппарата в отношении финансовых результатов бюджетных учреждений позволяет отметить, что в его тексте приведены следующие термины, определение которых не раскрывается в указанном нормативном акте:

– результаты деятельности субъекта отчетности;
– издержки на ведение субъектом отчетности своей деятельности;
– достигнутые результаты;
– финансовый результат отчетного периода;
– будущие результаты текущих судебных разбирательств.

В Приказе Минфина России от 25.03.2011 № 33н (ред. от 11.06.2021) «Об утверждении Инструкции о порядке составления, представления годовой, квартальной бухгалтерской отчетности государственных (муниципальных) бюджетных и автономных учреждений» используются следующие понятия в отношении объектов учета, характеризующих формирование финансовых результатов деятельности исследуемых экономических субъектов: собственные доходы учреждения (приносящая доход деятельность), в т.ч. доходы от оказания услуг (работ), средства по обязательному медицинскому страхованию, средств во временном распоряжении; финансовый результат экономического субъекта; операционный результат до налогообложения; чистый операционный результат.

Исследование понятийного аппарата учета финансовых результатов бюджетного учреждения подтверждает дискуссионность используемых в действующих нормативных правовых актах терминов, которые используются по вопросам регламентации бухгалтерского учета и формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций бюджетной сферы.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бахтурина Ю.И.

Казарян Л.А., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Ограничение раскрытия информации о доходах и расходах в бухгалтерской (финансовой) отчетности организации

На сегодняшний день активно вносятся изменения в нормативную базу Российской Федерации, в особенности – в сфере российского бухгалтерского и налогового учета и отчетности. В частности, ряд недавних изменений коснулся и вопросов раскрытия информации о доходах и расходах организации в ее бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Значительное изменение в ряд основных ПБУ были внесены с февраля 2021 года в связи с вводом в действие Приказа Минфина от 27.11.2020 № 287н «О внесении изменений в нормативные правовые акты по бухгалтерскому учету», который вступил в силу 27.02.2021 года и своим действием затронул следующие ПБУ:

– 9/99 «Доходы организации»;
– 11/2008 «Информация о связанных сторонах»;
– 2/2008 «Учет договоров строительного подряда»;
– 12/2010 «Информация по сегментам».

После внесения данных изменений, начиная с 2021 года, организации получили право на ограничение раскрытия информации в пояснениях к своей бухгалтерской (финансовой) отчётности.

В соответствии с данным приказом, к информации в ограниченном объеме в бухгалтерской отчетности относится информация, которая может быть развернута в узкоотраслевом объеме. Следовательно, к такой информации относятся следующие данные:

– о доходах организации;
– о связанных сторонах;
– о договорах строительного подряда;
– по сегментам.

В соответствии с данными изменениями, если подробное представление информации приведет к экономическим рискам или урону деловой репутации организации или ее партнеров, то допускается ограниченное раскрытие информации в пояснительной части бухгалтерской (финансовой) отчетности. Иными словами, действие данного Приказа направлено на повышение рейтинговых позиций организации и способствует реализации принципа непрерывности ее деятельности.

В настоящее время в пояснительной записке к годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности рассматривается следующая информация:

– о доходах в разрезе групп, подгрупп в зависимости от экономического содержания с обособлением сумм предоставленных льгот (скидок);

– о доходах от благотворительности, пожертвований и других бесплатно полученных ценностей, признанных в текущем отчетном периоде, и характер указанных ценностей;

– об основных видах безвозмездно полученных услуг (работ);

– о суммах дебиторской задолженности, признанной по необменным операциям;

– о суммах изменений доходов будущих периодов по видам доходов;

– о суммах обязательств по авансовым поступлениям.

Плановые, прогнозные задания по доходам субъекта бухгалтерского учета отражаются в бюджетной информации субъекта бухгалтерского учета.

Ограничение объема раскрываемой информации не означает полное исключение любого типа информации из отчетности, речь идет об ограничениях в отношении только лишь тех данных, раскрытие которых может нанести урон рейтинговым позициям организации. Решения о наличии угрозы урона, сокращении раскрытия информации в отчетах и степени этого ограничения принимает руководство хозяйствующего субъекта.

Руководство организации принимает, в частности, следующие решения:

– о ситуации, когда требуется ограниченное раскрытие информации;

– о характере информации, подлежащей раскрытию в ограниченном объеме;

– о степени такого ограничения.

К кругу организаций, имеющих право раскрывать информацию в ограниченном объеме, относятся все организации, составляющие финансовую отчетность в соответствии с законодательством Российской Федерации и подпадающие под действие упомянутых ПБУ.

Допустимый характер ограничения – это ограничение объема раскрываемой информации, предусмотренного конкретным ПБУ.

В качестве примеров ограниченного раскрытия информации, касающейся доходов и расходов организации, Минфин России следующие примеры. Во–первых, могут не указываться организации, на которые приходится основная часть не денежной продукции. Во–вторых, может не раскрываться информация по каждому договору строительного подряда, а также по каждому покупателю, на долю которого приходится не менее 10% выручки.

Обоснованность и характер ограниченного раскрытия информации в отчетности организации проверяются независимым аудитором.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Забродин И.П.

Кирсанова С.В., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Актуальные проблемы проверки достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности

Под бухгалтерской (финансовой) отчётностью организации принято понимать один из важнейших документов экономического субъекта, который отражает его финансовое состояние на отчетную дату, результаты его деятельности за прошедший период и предоставляет информацию для всестороннего анализа итогов работы компании.

Но, вопреки этому, не всегда можно быть уверенным в том, что отчётность составлена с соблюдениями всех требуемых правил. Часто возникают ситуации, когда несмотря на запрет законодательства и применение санкций при умышленном искажении отчетной информации, происходят отражения несуществующих операций, совершается подделка документов и предоставляются ложные сведения. Помимо того, допускаются и непреднамеренные ошибки при ведении бухгалтерского учёта и составлении бухгалтерской (финансовой) отчётности.

В достоверности отчетной информации, предоставляемой хозяйствующими субъектами, заинтересованы государственные структуры, руководство организации, а так же другие участники рыночных отношений для оценки организации в качестве контрагента. Именно поэтому проблема проверки достоверности бухгалтерской (финансовой) отчётности всегда остаётся злободневной.

Причины, по которым информация в отчетных документах могла быть искажена, могут быть различными. Это может быть, как и ошибка в учёте по причине невнимательности или неопытности бухгалтера, так и определённый злой умысел.

Зачастую, недостоверные данные в отчетности не приводят к каким–либо серьезным последствиям для организации, и она продолжает осуществлять свою деятельность.

Однако нередкость и происшествия, когда неверно составленная отчетность мешает руководству принимать решения по управлению организацией и своевременно решать проблемы, с которыми приходится сталкиваться экономическому субъекту.

Представляют собой опасность неверные данные в отчетности и для контрагентов организации, которые теряют возможность реально оценить эффективность компании и могут потерпеть из–за этого огромные убытки.

Но наибольший ущерб от подделки отчётных документов наносится государству, поскольку оно недополучает налоговые доходы и теряет возможность осуществлять контроль над преступной деятельностью.

В Российской Федерации сейчас происходит всесторонняя модернизация законодательства в области бухгалтерского учета и отчетности с опорой как на международный опыт, так и на российскую практику.

В 1990–х гг. в России была принята к осуществлению концепция реформирования бухгалтерского учета, в основу которой положена идея того, что российские правила и стандарты ведения учета необходимо как можно больше приблизить к международным.

На сегодняшний день, перестройка бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации связана с постепенным переходом на МСФО большого количества экономических субъектов.

В целях международной стандартизации, была принята новая редакция Федерального закона «О бухгалтерском учёте», изменены нормативно–правовые акты по бухгалтерскому учёту и разработаны формы финансовой отчётности, обязательные к применению всеми организациями, в том числе и к субъектам малого предпринимательства.

Цель перехода МСФО заключается в том, чтобы обеспечить прозрачность и точность данных бухгалтерской (финансовой) отчетности и наиболее точно отразить картину реальных финансовых результатов деятельности и финансового положения российских организаций.

Интеграция России в мировое сообщество привела к необходимости стандартизации бухгалтерского (финансового) учета и приведении его основных принципов к международным стандартам ведения учета. Переход к МСФО нужен, прежде всего экономическим субъектам, планирующим в ближайшее время выйти на мировой рынок и привлечь иностранных инвесторов.

Формирование консолидированной отчетности по МСФО сможет позволить российским компаниям не только раскрыть информацию в отчетности более точно и прозрачно, но и упростить выход на мировой рынок и сократить уровень затрат на привлечение иностранного капитала.

Таким образом, составление бухгалтерской (финансовой) отчетности по МСФО далеко не единственный способ решения проблемы искажений и недостоверности данных финансовой отчетности, поскольку всегда найдутся лица, которые будут заинтересованы отразить в отчетности ту информацию, которая будет им выгодна.

Помимо прочего, мнение о том, что достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности удостоверяется аудиторским заключением, тоже нельзя считать правдивым. Это можно объяснить тем, что аудит подтверждает достоверность отчетности только во всех существенных отношениях, оопределенных, по мнению аудитора и не может предусмотреть умышленных искажений данных, предоставляемых аудитору для проверки.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Козлова И.А., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Организационные основы бухгалтерского учета лекарственных препаратов в бюджетных учреждениях здравоохранения

Лекарственные препараты – один из объектов бухгалтерского учета учреждений здравоохранения. Их определение содержится в Федеральном законе от 12.04.2010 № 61–ФЗ (ред. от 11.06.2021) «Об обращении лекарственных средств». Значительный перечень объектов, относящихся к лекарственным препаратам, наличие государственного контроля (надзора) в сфере их обращения, а также существенная значимость в процессе оказания медицинской помощи определяют важность организации бухгалтерского учета лекарственных препаратов в соответствии с установленными требованиями в условиях специфики деятельности бюджетных учреждений здравоохранения.

Организация бухгалтерского учета лекарственных препаратов в бюджетных учреждениях здравоохранения регламентируется Единым планом счетов и инструкцией, утвержденной приказом Минфина России от 01.12.2010 г. № 157н; федеральными стандартами бухгалтерского учета для организаций государственного сектора и, прежде всего – «Запасы», утвержденным приказом Минфина России от 31.12.2016 г. №256н; планом счетов и инструкцией, утвержденной приказом Минфина России от 16.12.2010 г. № 174н для бюджетных учреждений и др. нормативными актами. Особенности учетного процесса, которые свойственны конкретному учреждению отражаются в его учетной политике.

Рассмотрим пример организации бухгалтерского учета лекарственных препаратов в бюджетном учреждении здравоохранения – районной больнице, в структуру которой входит аптека, выполняющая функции складского хранения лекарственных препаратов и медицинских материалов. Основными субъектами учетного процесса в этом случае являются бухгалтерия, аптека, старшая медицинская сестра каждого отделения больницы, ответственные лица фельдшерско–акушерских пунктов (ФАПов).

Лекарственные средства, поименованные в ст.58.1 Закона № 61–ФЗ подлежат предметно–количественному учету в специальных журналах, по иным лекарственным средствам ведется количественно–суммовой учет в общем порядке, определенном п. 119 Инструкции №157н.

Следует отметить, что в нормативных актах бухгалтерского учета не содержатся отдельные нормы по списанию лекарственных препаратов и материалов. На практике зачастую возникает вопрос, как ведется учет медикаментов в бюджетном учреждении при передаче от старшей медсестры на пост, когда при этом оформляется выбытие медикаментов. Они списы-

ваются в общем порядке, предусмотренном для списания материальных запасов. Учреждение вправе самостоятельно, в рамках формирования учетной политики, установить порядок учета и списания лекарственных препаратов и материалов. Так, списание лекарственных препаратов и материалов в расход может происходить при передаче из аптеки учреждения в отделения. Это обусловлено тем, что лекарственные средства отпускаются в отделения в размере текущей потребности:

− наркотические − в размере 3–х дневной потребности;

− ядовитые – 5–ти дневной;

−все остальные – 10–ти дневной потребности, а также не допускается создание запасов в отделениях сверх текущей потребности.

Учреждению важно обеспечить контроль за наличием лекарственных препаратов и медицинских материалов в отделениях больницы, а также за их списанием в связи с тем, что они составляют прямые расходы, непосредственно связанные с оказанием медицинских услуг.

Наряду с отражением прямых расходов медикаментов при их выдаче со склада в отделение, списание может происходить по факту оказания услуг. Приобретенные лекарственные препараты и медицинские материалы учитываются на балансовом счете 105 01 с указанием ответственного лица. При передаче лекарственных препаратов и медицинских материалов из аптеки учреждения в отделения медицинского учреждения они не списываются, при этом отражается их внутреннее перемещение со счета 105 01 на счет 105 01 со сменой аналитики на основании Требования–накладной (ф.0504204) с указанием ответственных лиц. Для этих целей может быть введен дополнительный аналитический на счете 105 01. Старшая медицинская сестра отделения фиксирует дату выбытия медикаментов на основании сведений, получаемых с постов. И только после этого отражается их списание в бухгалтерском учете. Списание лекарственных препаратов с баланса учреждения оформляется Актом о списании материальных запасов (ф. 0504230 п.37 Инструкции 174н). Так же основанием для списания в бухгалтерском учете может служить Ведомость выдачи материальных ценностей на нужды учреждения (ф. 0504210).

Таким образом, лекарственные препараты и медицинские материалы продолжают учитываться на балансе учреждения от момента поступления в аптеку до момента фактического оказания медицинской услуги, что позволяет обеспечить временную определенность фактов хозяйственной жизни по расходам учреждения здравоохранения, избежать ошибок в определении себестоимости оказанных медицинских услуг. Исходя из вышесказанного, следует, что решение о порядке учета и списания лекарственных препаратов и материалов принимается медицинской организацией самостоятельно и закрепляется в ее учетной политике.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бахтурина Ю.И.

Кончакова Л.Е., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Теоретические аспекты бухгалтерского баланса

Бухгалтерский баламнс (фр. balance, буквально – весы, от лат. bilanx – имеющий две весовые чаши) – одна из трёх основных форм бухгалтерской отчётности. В соответствии с международными правилами финансовой отчётности, баланс содержит данные об активах, обязательствах и собственном капитале. В советской и российской бухгалтерской практике – способ группировки активов и пассивов организации в денежном выражении.

По определению Т.Я. Натепровой «бухгалтерский баланс представляет собой способ экономической группировки хозяйственных средств по составу и размещению и по источникам их образования в денежном выражении на определенную дату. Бухгалтерский баланс – это форма финансовой отчетности, характеризующей имущественное положение организации на определенный момент времени. Моделирование бухгалтерского баланса и его содержание находятся в прямой зависимости от целей его составления».

Ефимова О.В. определяет баланс как «систему показателей, сгруппированных в сводную ведомость в виде двусторонней таблицы, отображающую наличие хозяйственных средств и источников их формирования в денежной оценке на определенную дату».

Согласно мнению С. М. Бычковой, баланс как экономическая категория, а также как элемент бухгалтерской сферы, что понятно, требует рассмотрения в нескольких аспектах. Ею выделены такие подходы к определению понятия (баланс – это):

– форма отчетности, бланк, подлежащий заполнению бухгалтерами и несущий практический смысл;

– объективная мера, своего рода соотношение между средствами и источниками формирования их (при этом задача бухгалтера – не заполнение баланса, а его открытие);

– соотношение сальдо по всей совокупности счетов по дебету и кредиту (баланс является обусловленной счетами и двойной записью формой).

По определению Е. М. Сорокиной, бухгалтерский баланс – форма, на которую исторически возложены следующие функции в системе управления предприятия или организации:

– экономико–правовая функция (признак всякого субъекта предпринимательской деятельности – наличие бухгалтерского баланса, являющегося самостоятельным);

– информационная (заключается в том, что инвесторы и собственники могут черпать сведения из баланса);

– демонстрационная (баланс отражает уровень рисков);

– определяющая (баланс определяет итоговые финансовые результаты в виде наращения капитала фирмы или компании).

С учетом изложенной информации можно говорить, что при рассмотрении баланса крайне важным является обособление теории от практики. Говоря о последней, стоит отметить, что формально баланс представляет собой просто отчетную форму, бланк, в котором раскрывается содержание и основные моменты баланса.

Говоря о балансе, стоит отметить, что рядом экспертов он рассматривается в качестве метода экономической группировки и отражения в денежной форме средств или имущества предприятия, их организации по составу и прочим признакам. Итоговые показатели (в сумме) при этом принято считать эквивалентом источников формирования в целом.

Основное свойство рассматриваемой формы сводится к тому, что сумма активов всегда равна аналогичной для пассивов. Объяснить это можно тем, что в процессе отражения операций на счетах всегда подлежит соблюдению принцип двойной записи.

Баланс формируется на определенную дату. Пример – начало квартала. Во многом это обусловлено отраслевыми нормами, требованиями, которые предъявляются к отчетности. В балансе отражено состояние средств, источников их формирования на конкретный момент времени. Для целей самоконтроля некоторые фирмы прибегают на практике к формированию балансов на ежемесячной основе, иногда – на ежедневной. Предоставлять документ проверяющим органам необходимо раз в квартал. Понятно, все средства и прочие показатели баланса являются динамичными категориями, что и подлежит отражению с помощью двойной записи на счетах.

Говоря о двойной записи, стоит отметить, что это своеобразный способ ведения учета. Он предполагает следующее: всякое изменение в состоянии средств предприятия или организации непременно оказывает влияние на итоги как минимум пары счетов. Изымаемые средства принято относить на кредит отдельных счетов, поступающие – на дебет.

Чтобы сформировать баланс, необходимо использовать балансовое обобщение. Оно дает возможность выявить имущественное и финансовое состояние фирмы, а также определить ее положение в системе управления экономикой в условиях рынка.

Таким образом, бухгалтерский баланс – это способ экономической группировки и обобщения информации об имущества организации по его составу, размещению и источникам его формирования на определенную дату в денежном выражении.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Щербакова Н.Ф.

Королева Н.Н., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Организация внутреннего контроля закупки товаров, работ, услуг бюджетного учреждения здравоохранения

На необходимость осуществления внутреннего контроля закупок товаров, работ, услуг бюджетного учреждения указывает п. 19 Федерального закона №402–ФЗ «О бухгалтерском учете», в которой предусмотрено, что каждый экономический субъект независимо от организационно–правовой формы обязан организовать и осуществлять внутренний контроль за фактами хозяйственной деятельности. В законе также отмечено, что порядок организации и осуществления бюджетными учреждениями внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни устанавливается самостоятельно с учетом положений бюджетного законодательства РФ.

Исходя из анализа содержания нормативно–правовых документов, регулирующих закупочный процесс и организацию внутреннего контроля, под внутренним контролем закупок медицинской организации считаем целесообразным понимать деятельность органов управления медицинской организации и персонала, направленную на: своевременное выявление и устранение негативных отклонений от намеченных операционных результатов закупок; снижение риска неэкономного расходования средств или неполного покрытия потребности учреждения в материально–техническом обеспечении, необходимом для качественного оказания медицинской помощи населению; обеспечение разумной уверенности в достижении целей организации по обеспечению эффективности закупок, подготовке достоверной бухгалтерской и иной отчетности и соблюдению требований законодательства в части закупок.

Как и любая другая, система внутреннего контроля обладает следующими свойствами: целостность, многомерность целей, адаптивность, самоорганизация, временная задержка в обратной связи.

Внутренний контроль закупок бюджетного учреждения здравоохранения охватывает все уровни управления. Его осуществляют:

– руководитель бюджетного учреждения в лице главного, который несет ответственность за организацию бухгалтерского учета и системы внутреннего контроля;

– главный бухгалтер, в обязанности которого входит ведение бухгалтерского учета и контроля фактов хозяйственной жизни, их отражение в системе учета, своевременное формирование и представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности, а также оперативной и результативной информации руководству организации;

– руководители различных структурных подразделений бюджетного учреждения (планово–экономического отдела, договорного отдела, кон-

трактной службы закупок);

– другие сотрудники организации в рамках своей компетенции (экономисты, бухгалтеры, специалисты по закупкам, сотрудники договорного отдела).

Внутренний контроль закупок бюджетного учреждения здравоохранения должен быть организован на каждом этапе закупочного процесса в форме предварительного, текущего и последующего контроля. При этом могут быть использованы следующие контрольные процедуры: документальное оформление, подтверждение соответствия документов установленным требованиям, санкционирование сделок и операций, сверка данных, надзор, обеспечивающий оценку достижения поставленных целей или показателей, физические способы контроля, а также процедуры, связанные с компьютерной обработкой информации и информационными системами.

Несмотря на это, в настоящее время одной из основных проблем организации внутреннего контроля закупок товаров, работ, услуг в медицинских учреждениях является отсутствие комплексности – контроль чаще всего осуществляется не на всех стадиях закупочного процесса, а лишь на отдельных его этапах. В этой связи считаем целесообразным выделить следующие основные направления внутреннего контроля закупок:

– контроль соблюдения установленных требований к организации закупочного процесса (организация работы контрактного управляющего или контрактной службы закупок, разработка и утверждение организационно–распорядительной документации, регламентирующей закупочный процесс);

– контроль на этапе планирования закупок (определение потребности учреждения в материально–техническом обеспечении, формирование план–графика, обоснование НМЦК, техническое сопровождение, нормирование закупок, соблюдение установленных лимитов);

– контроль надлежащего и своевременного заключения и исполнения контракта (соблюдение сроков заключения и исполнения контрактов и представленных обеспечений, контроль соответствия условий заключаемых контрактов объявленным предложениям победителя закупки, соблюдение условий контрактов по качеству поставляемых товаров и др.);

– контроль своевременности отражения данных о закупках в учетной системе учреждения, а также полноты внесения сведений в реестр контрактов и в отчеты контрактной службы об исполнении контрактов.

Внутренний контроль закупок товаров, работ, услуг бюджетного учреждения будет достигать наибольшей эффективности, если помимо непрерывного контроля на всех этапах закупочного процесса будет организована периодическая оценка эффективности средств контроля. Такая оценка должна проводиться лицами, не зависимыми от исполнителей текущих контрольных функций.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Кондрашова Н.В.

Корышева Е.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Новые правила амортизации основных средств

С 2022 года вводится в действие для обязательного применения ФСБУ 6/2020 «Основные средства» (далее – стандарт). В разрезе начисления амортизации данный стандарт вносит существенные изменения в текущий порядок учета основных средств.

Основными отличиями по начислению амортизации нового стандарта от ПБУ 6/01 «Учет основных средств» являются:

1. Стандарт предусматривает начисление амортизации основных средств (далее – ОС) некоммерческих организаций, а также вводит категорию инвестиционной недвижимости, оцениваемой по переоцененной стоимости. Например, если организация сдает в аренду здания, что входит в категорию инвестиционной недвижимости, и выбрала модель оценки по первоначальной стоимости, то такая недвижимость подлежит амортизации. В аналогичном случае при выборе модели последующей оценки по переоцененной стоимости, объект недвижимости амортизации не подлежит.

Необходимо отметить, что земельные участки, которые также являются инвестиционной недвижимостью, не подлежат амортизации ни в каком случае, так как стандарт не предусматривает аналогичные МСФО 16 «Основные средства» исключения, при которых земельные участки могут амортизироваться.

2. Амортизации согласно стандарту подлежит не вся первоначальная или переоцененная стоимость ОС (как это предусмотрено в ПБУ 6/01), а только ее часть, полученная путем вычитания из данной первоначальной или переоцененной стоимости ликвидационной стоимости.

Например, организация купила здание, его первоначальная стоимость 50 000 000 руб. Переоценка зданий организацией не производится. Ликвидационная стоимость здания составляет 10 000 000 руб. Таким образом, амортизации по данному объекту недвижимости подлежит сумма в размере 40 000 000 руб. (50 000 000 – 10 000 000).

Что собой представляет термин «ликвидационная стоимость» также можно рассмотреть на примере. Допустим, после окончания использования транспортного средства организация планирует продать его за 130 000 руб. Расходы при выбытии составляют 8 000 руб. Следовательно, ликвидационная стоимость ТС равна 122 000 руб. (130 000 – 8 000).

3. В отличие от ПБУ 6/01, стандарт не предусматривает конкретных формул расчета амортизации различными способами, а приводит общие регламентации по данным способам. Например, организацией самостоятельно определяются формулы расчета сумм амортизации при использова-

нии способа уменьшаемого остатка, которые будут обеспечивать систематическое уменьшение амортизационной суммы в следующих периодах.

Еще одним нововведением стандарта в отношении способов начисления амортизации ОС, является требование выбора данных способов исходя из наиболее точного отражения распределения во времени ожидаемых к получению будущих экономических выгод от использования ОС. Например, отдача от использования здания с течением времени неизменна, поэтому в данном случае целесообразно применять линейный способ начисления амортизации. Допустим, у организации также есть компьютерное оборудование, отдача от которого будет со временем уменьшаться, поэтому здесь следовало бы применять способ уменьшаемого остатка.

4.Изменения коснулись и подходов к началу, приостановлению и прекращению начисления амортизации. Согласно стандарту, начисление амортизации ОС начинается с даты его признания в бухгалтерском учете. При этом стандарт разрешает по решению организации начинать начисление амортизации с первого числа месяца, следующего за месяцем признания объекта ОС в бухгалтерском учете. Начисление амортизации по ОС не приостанавливается, за исключением случаев, когда ликвидационная стоимость объекта ОС становится равной или превышает его балансовую стоимость. Прекращается начисление амортизации ОС с момента его списания с бухгалтерского учета. Допустимо прекращать такое начисление с первого числа месяца, следующего за месяцем списания объекта с бухгалтерского учета.

5. Некоторые изменения внесены стандартом и в определение срока полезного использования ОС. Помимо существующих добавлены следующие факторы при определении срока полезного использования: моральное устаревание и планы по замене ОС, модернизации, реконструкции, технического перевооружения.

6. Появилось требование к пересмотру элементов амортизации (способы начисления амортизации, сроки полезного использования и ликвидационная стоимость ОС). Указанные элементы должны в конце каждого отчетного года, а также при наступлении обстоятельств, свидетельствующих о возможном изменении элементов амортизации проверяться на соответствие условиям использования данного ОС.

Таким образом, можно наблюдать значительный ряд изменений в порядке амортизации ОС. Эти изменения направлены в первую очередь на предоставление различным пользователям бухгалтерской (финансовой) отчетности широкой информационной базы об организации, позволяющей принимать управленческие решения, а новые подходы, реализованные в стандарте, позволяют вести более гибкий бухгалтерский учет, допуская при этом наличие у бухгалтера профессиональных оценочных суждений.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Кондрашова Н.В.

Кудаева О.Ю., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Организация учета средств на выполнение программы социальной поддержки граждан в департаменте социальной защиты Воронежской области

Департамент социальной защиты (департамент) – исполнительный орган государственной власти Воронежской области, проводящий политику в отрасли социальной поддержки отдельных групп и категорий населения и реализующий отраслевое управление в рамках возложенных на него задач и компетенций. Департамент является администратором доходов, распорядителем бюджетных средств, получателем бюджетных средств. Работа департамента регулируется нормативно–правовыми актами Российской Федерации, Воронежской области, а также локальными нормативными актами.

Учетом результатов реализации государственных программ в учреждении занимается отдел бюджетного планирования, мониторинга и анализа реализации государственных программ и национальных проектов.

Обязанности по организации ведения бухгалтерского учета и хранения документов бухгалтерского учета возлагаются на руководителя департамента. Руководитель департамента приказом возлагает ведение бухгалтерского учета, в т.ч. исполнения сметы доходов и расходов по бюджетным средствам и средствам, полученных из внебюджетных источников, на отдел бюджетного учета и сводной отчетности, которым руководит начальник отдела – главный бухгалтер. Ответственность за ведение бухгалтерского учета, своевременное представление полной и достоверной бюджетной и налоговой отчетности несут сотрудники отдела бюджетного учета и сводной отчетности департамента. Главный бухгалтер подчиняется непосредственно руководителю учреждения, отвечает за ведение бухгалтерского учета, а также за своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской (финансовой) отчетности. Распределение служебных обязанностей в бухгалтерии производится по функциональному признаку, в зависимости от объема работ, при этом за работником закрепляется определенный участок.

Бухгалтерский учет в подведомственных учреждениях департамента, наделенных полномочиями юридического лица, ведут бухгалтерии этих учреждений.

Бухгалтерский учет в департаменте ведется на основании:

– плана счетов бухгалтерского учета в учреждениях;
– автоматизированной формы ведения бухгалтерского учета;
– порядка использования субсчетов плана счетов бухгалтерского учета для отражения фактов хозяйственной жизни по исполнению сметы

доходов и расходов, как бюджетных средств, так и средств, полученных из внебюджетных источников;

– унифицированных форм первичных учетных документов и бухгалтерских регистров.

В учетном процессе департамента используются различные программные продукты:

для бухгалтерского и налогового учета – 1С: Бухгалтерия государственного учреждения 8 (редакция 2); для учета расчетов с персоналом – 1С: Зарплата и кадры бюджетного учреждения 8 (редакция 3); для учета кассового исполнения доходов и расходов – БЮДЖЕТ–СМАРТ; для передачи отчетности в контролирующие органы – СВОД–СМАРТ; для передачи отчетности в МИ ФНС, ПФ, ФСС по телекоммуникационным каналам связи – СБИС.

В целях учета средств по госпрограммам в рамках переданных полномочий получателя бюджетных средств через Федеральное казначейство для департамента открыты 14 лицевой счет, а также 04 лицевой счет администратора доходов бюджета для отражения операций, связанных с администрированием доходов бюджетов.

Расходная часть бюджета исполняется за счет бюджетных ассигнований – денежных средств, предусмотренных в бюджете на оплату обязательств. В пределах ассигнований определенного года финансовый орган утверждает суммы бюджетных обязательств, которые могут принять в этом году получатели бюджетных средств (ПБС). То есть устанавливает годовые лимиты бюджетных обязательств и доводит их до ПБС. Исключение – публичные нормативные обязательства. На их исполнение финансовый орган лимиты не устанавливает. Такие обязательства оплачиваются в пределах доведенных до ПБС бюджетных ассигнований. Такой порядок предусмотрен п. 5 ст. 219 БК РФ и раскрыт в письме Минфина России от 01.04.2016 № 02–01–10/18596.

Финансовое обеспечение на исполнение публичных обязательств до учреждений доводится в виде лимитов бюджетных обязательств (ЛБО) в пределах полученных бюджетных ассигнований (п. 5 ст. 219 БК РФ; п. 9 Правил, утв. постановлением Правительства от 02.08.2010 № 590; п. 7.2, 7.3 Порядка, утв. приказом Минфина России от 27.08.2018 № 184н). Такие средства финансового обеспечения не включаются в нормативные затраты на оказание государственных услуг в соответствии с государственным заданием (п. 2 Правил, утв. постановлением Правительства от 02.08.2010 № 590).

Представленная характеристика субъектов учетного процесса департамента социальной защиты Воронежской области, специфики ведения бухгалтерского учета составляют его организационные особенности.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бахтурина Ю.И.

Минаева В.В., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Учет операций организации с иностранной валютой

Центральным документом в системе регулирования осуществления операций организации с иностранной валютой является Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. N 173–ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле». Правила осуществления наличных расчетов в иностранной валюте в Российской Федерации установлены указанием Банка России от 09.12.2019 N 5348–У «О правилах наличных расчетов».

В системе российских стандартов бухгалтерского учета учету ценностей, номинированных в иностранной валюте, посвящено Положение по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006).

Порядок отражения иностранной валюты в отчете о движении денежных средств установлен Положением по бухгалтерскому учету «Отчет о движении денежных средств» (ПБУ 23/2011).

Основным документом, регламентирующим учет операций с иностранной валютой в конкретной организации, является ее учетная политика. Детальность ее составления в части учета иностранной валюты, в частности, зависит от объемов и диверсифицированности валютных операций организации. Целесообразно предусмотреть правила учета активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте, в каждом соответствующем разделе учетной политики («Оценка ресурсов, стоимость которых выражена в иностранной валюте (условных денежных единицах), и используемых для строительства (создания) внеоборотных активов», «Пересчет стоимости финансовых вложений в иностранной валюте», «Оценка запасов, стоимость которых выражена в иностранной валюте», «Расчеты с поставщиками и подрядчиками в иностранной валюте», «Целевое финансирование в иностранной валюте» и проч.).

В рабочем плане счетов организации опция валютного учета устанавливается в отношении следующих счетов, субсчетов (в зависимости от используемых валютных ценностей): 50–1 «Касса организации», 50–2 «Операционная касса», 50–3 «Денежные документы», 52 «Валютные счета», 55–1 «Аккредитивы», 55–3 «Депозитные счета», 57 «Переводы в пути». Записи по таким счетам делаются одновременно в иностранной валюте и рублях.

Для организации учета операций в иностранной валюте необходимо создать справочник валют, который можно сформировать на основе Общероссийского классификатора валют ОК (МК (ИСО 4217) 003–97) 014–2000 или ввести валюты самостоятельно. При этом курс валюты можно вводить вручную или загружать из интернета регулярно по установленному распи-

санию или по необходимости. Кроме того, при открытии нового банковского счета в российском банке его валюта добавляется в справочник валют автоматически.

Если организация ведет учет расчетов с контрагентами по договорам, то в отношении каждого договора можно установить валюту, в которой номинированы расчеты.

Учет каждого открытого счета в кредитной организации также организуется с признаком валюты. На сегодняшний день процедура открытия валютного счета максимально упрощена, основные действия могут быть выполнены онлайн. Кроме того, организация может открыть мультивалютный счет.

При оформлении операций стандартными документами учетной программы («Поступление», «Реализация» и проч.) если в корреспонденции счетов задействованы счета с валютной опцией, сумма, как правило, автоматически пересчитывается по выбранному курсу, кроме операций с авансами (согласно ПБУ 3/2006 авансы не пересчитываются).

При осуществлении операции закрытия месяца пересчитываются величины всех активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте и подлежит пересчету согласно ПБУ 3/2006.

В учетной программе могут быть выделены операции, номинированные в условных единицах, иностранной валюте, которые не пересчитываются не автоматически, а вручную.

Основной формой бухгалтерской (финансовой) отчетности, отражающей денежные средства организации, в том числе иностранную валюту, является отчет о движении денежных средств. Кроме того, остаток денежных средств и денежных эквивалентов отражается в бухгалтерском балансе.

Показатели бухгалтерского баланса, отчета о движении денежных средств организации отражаются в валюте Российской Федерации – рублях. Величина денежных потоков в иностранной валюте пересчитывается в рубли по официальному курсу этой иностранной валюты к рублю, устанавливаемому Центральным банком Российской Федерации.

В форме отчета о движении денежных средств, утвержденной приказом Минфина России № 66н, отражаются входящие, исходящие денежные потоки по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности; общий результат движения денежных средств; остатки денежных средств на начало и конец периода; величина влияния изменений курса иностранной валюты по отношению к рублю.

Организация бухгалтерского учета операций с иностранной валютой с учетом всех установленных требований способствует достижению комплаенс–целей организации, формированию качественной информации для принятия управленческих решений.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Панина И.В.

Минакова А.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Учёт, анализ и аудит основных средств коммерческой организации

Успех функционирования коммерческого предприятия зависит от объёмов получаемой прибыли и понесенных для этого затрат. Важнейшая статья расходов предприятия – инвестиции в основные средства. Отсюда возникает проблема формирования денежного фонда для возмещения затрат, вкладываемых предприятием в основные средства. Важность таких вложений связана с тем, что основные средства выступают ведущим фактором производства, от их качества, соответствия достижениям научно–технического прогресса зависят важные технико–экономические показатели предприятия, например: себестоимость продукции или услуги, трудоёмкость и т.д.

Согласно ФСБУ 6/2020 «Основные средства», под основными средствами понимается актив, который имеет материально–вещественную форму; может применяться в производстве, управлении, природоохранной или уставной деятельности, может быть сдан в аренду; используется более 12 месяцев; приносит экономическую выгоду. Согласно данному стандарту организация имеет право самостоятельно установить лимит стоимости основных средств, принимаемых к бухгалтерскому учету (он может не иметь стоимостного выражения, а считаться в процентном отношении, например, к статье баланса «Основные средства»).

В целях бухгалтерского учета основных средств используют следующие счета: 01 «Основные средства», 08 «Вложения во внеобротные активы», 02 «Амортизация основных средств». По дебету счета 08 «Вложения во внеобротные активы формируется первоначальная стоимость объекта, включающая в себя расходы на приобретение, транспортировку, сборку и т.д. (Д08 К60,70, 69 и т.д.). Принятие к учету основного средства осуществляется по первоначальной стоимости и отражается по дебету счета 01«Основные средства» (Д01 К08). Объекты основных средств изнашиваются и переносят свою стоимость на продукцию или услуг по частям, т.е. происходит начисление амортизации. Предприятие каждый месяц начисляет амортизацию способом, принятым в учетной политике: линейный способ, способ уменьшающегося остатка, пропорционально объему выполненных работ. Самый распространенный способ – линейный. Начисление амортизации отражается по кредиту счета 02 «Амортизация основных средств». (Д20,23,25,26,44… К02). База для начисления амортизации определяется как разница между балансовой и ликвидационной стоимостью. Под ликвидационной стоимостью понимают стоимость, оставшуюся после ликвидации объекта за минусом расходов на демонтаж.

Для улучшения качества использования основных средств применяют на практике экономический анализ. Задачами экономического анализа основных средств являются: оценка обеспеченности фондами, поиск резервов для повышения качества их использования. Основными показателями состояния основных фондов являются коэффициенты износы и годности (данные показатели характеризуют степень изношенности основных средств), показатели динамики отражают коэффициенты поступления, обновления, выбытия и ликвидации (показатели динамики основных средств дают возможность оценить производственный потенциал предприятия, проанализировать и спланировать мероприятия по повышению производственных мощностей). Эффективность использования основных средств характеризуется показателями фондоотдачи и фондорентабельности оборудования. Фондоотдача характеризует объем выручки, приходящейся на единицу стоимости основных производственных фондов. Рентабельность характеризует долю прибыли в каждом заработанном рубле. Также важнейшим показателем является фондоворуженность. Данный показатель характеризует насколько работники предприятия обеспечены основными средствами. Информация о состоянии основных средств предприятию необходима для оценки своих производственных возможностей.

В целях установления достоверности и правильности отражения в учете операций по основным средствам предприятия в соответствии с Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008г. проходят аудиторскую проверку. Аудиторская проверка основных фондов предполагает проверку фактического наличия основных средств, проверку начисления амортизации, бухгалтерских проводок, первичных документов.

Планирование аудита основных средств включает в себя разработку плана и программы проверки. Как правило, аудит основных средств начинают с проверки их фактического наличия. С этой целью применяется выборочное наблюдение. Аудит поступления основных средств проводится путем просмотра первичных учетных документов с целью подтверждения правильности отражения и формирования первоначальной стоимости данных объектов в учете предприятия. Аудит начисления амортизации позволяет проверить правильность установления сроков полезного использования объектов, начисления амортизации, ведение ведомости по износу основных средств. Аудит налогообложения основных средств позволяет проверить правильность начисления и уплаты налогов.

Таким образом, грамотный подход к организации учета и анализа основных средств предприятия позволяет своевременно оценить его производственные возможности, найти резервы для их повышения, а также избежать проблем с налоговыми органами и аудиторами.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Никонова О.И., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Учет и анализ на предприятиях малого бизнеса

Предприятия малого бизнеса – это организации и индивидуальные предприниматели из Единого реестра налоговой с пометкой «Малое предприятие» и «Микропредприятие». Согласно со статьей 4 Федерального закона Российской Федерации от 24 июля 2007 г. №209–ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» субъектами малого и среднего предпринимательства считаются: хозяйственные общества и партнерства; производственные и потребительские кооперативы; крестьянско–фермерские хозяйства; индивидуальные предприниматели. В то же самое время субъекты: должны быть зарегистрированы в законном порядке; соответствовать определенным правилам и положениям, которые можно увидеть в п. 1.1 ст. 4 закона № 209–ФЗ

Предприятия малого бизнеса – это коммерческие организации, где доход менее 800 млн. рублей в год, а в штате работают не более 100 сотрудников.

Статьей 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209–ФЗ установлены критерии малого и среднего предпринимательства в 2021 году. Данные условия разделены на три группы: критерии юридические, критерии по численности и критерии по доходу. Если хозяйственное общество или хозяйственное партнерство совпадает хотя бы с одним из юридических критериев, то нужно сверить их соответствие критерию численности (а именно среднесписочной численности работников за предшествующий календарный год) и критерию дохода. В то время как для производственных, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей важны только критерии численности и дохода. Другие условия для них в расчет не берутся. Предприятие теряет статус субъекта малого и среднего предпринимательства, если одно из критериев не выполняется, так как все условия должны быть соблюдены, после чего организация переходит на систему общего налогообложения.

Для субъекта малого и среднего предпринимательства существует законодательно установленное право выбора – вести бухгалтерский учет в общеустановленном порядке или использовать упрощенные алгоритмы учета и отчетности (ФЗ «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402–ФЗ). Имеются три способа, с помощью одного из которых предприятие может организовывать упрощенный бухгалтерский учет:

– организовать бухгалтерский учет в полном объеме (общепринятая учетная система);

– вести учет в комбинированном регистре бухгалтерского учета – книге (журнале) учета фактов хозяйственной деятельности (простая форма учета);

– вести учет доходов или доходов и расходов, в соответствии с выбранным режимом при УСН.

Формирование и принятие учетной политики является обязательным элементом ведения бухгалтерского учета, что в свою очередь является совокупностью способов ведения бухгалтерского учета – первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки, итогового обобщения возникших фактов хозяйственной деятельности. Учетная политика организации является внутренним документом, который оформляется в виде приказа руководителя.

Организациям, которые перешли на упрощенную систему налогообложения, не обязательно вести бухгалтерский учет, за исключением учета основных средств и нематериальных активов, однако в действительности данное освобождение от ведения бухгалтерского учета, на самом деле, является формальным.

Из входящих в реестр малого и среднего бизнеса индивидуальные предприниматели и юридические лица сократились на 10 августа 2020 года за месяц на 7,6%, или на 461 900. В Российской Федерации количество организаций малого и среднего бизнеса составляет 5,6 млн., из которых индивидуальное предпринимательство – 3,3 млн., остальные – это количество юридических лиц с численностью 2,3 млн.

Таблица 1. Сокращение организаций малого бизнеса за 2019–2020г.

	2019 год	2020 год
Число индивидуального предпринимательства, ед.	Снизилось на 115 900	Снизилось на 214 300
Число юридических лиц, ед.	Снизилось на 131 000	Снизилось на 247 500
Число работников, занятых в малом и среднем бизнесе, чел.	–	Выросло на 251 000

Таким образом, можно увидеть, что сокращение числа индивидуального предпринимательства в 2020 году увеличилось на 98 400 предприятий, тогда как число юридических лиц – 116 500, на что повлияла волна пандемии, из–за которой количество субъектов малого и среднего предпринимательства сильно сократилось — с 6,1 млн в июле до 5,6 млн в августе.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сапожникова Н.Г.

Пылева И.С., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Обзор изменений нормативно–правовой базы в области регулирования учета и отчетности по труду и заработной плате

Учет труда и расчетов с персоналом по его оплате всегда был наиболее ответственным и трудоемким участком бухгалтерской работы, выполняющим сложные и многогранные задачи. С одной стороны, достоверность расчета суммы заработка обеспечивает справедливость выплат работнику. С другой стороны, заработная плата является объектом для расчета НДФЛ и страховых взносов, правильность исчисления и уплаты которых проверяется контролирующими налоговыми органами. Отчетность, организации, касающаяся трудовой деятельности ее работников, отличается разнообразием и сдается в различные ведомства: Пенсионный фонд РФ (далее – ПФ РФ, Фонд социального страхования (далее – ФСС), налоговые органы и органы государственной статистики.

Все вышеизложенное указывает на необходимость постоянного отслеживания бухгалтером изменений действующего законодательства в области учета труда, расчетов с персоналом и соответствующих форм налоговой и персонифицированной отчетности. Рассмотрим далее наиболее существенные из последних актуальных изменений.

Первая группа изменений касается налоговой отчетности, а именно – отчетности в отношении сумм исчисленного, удержанного и перечисленного налога на доходы физических лиц по форме 6–НДФЛ. Такой отчет организации сдают ежеквартально. Его сложность заключается в том, что в одном разделе суммы исчисленного и удержанного НДФЛ и параметры для его определения (доходы работников, налоговые вычеты, ставки налога и др.) отражаются нарастающим итогом с начала года, а в другом разделе суммы налога показываются только в рамках отчетного квартала. Иными словами, данный отчет является достаточно сложным и в то же время эффективным для налоговых проверок: контролирующие органы сверяют суммы налога по сроку их уплаты с фактически поступившими в бюджет платежами. В случае выявления фактов недоимки или задержки оплаты налога организации приходит соответствующее требование. Начиная с 2021г., декларация 6–НДФЛ претерпела существенные изменения. Так, в ее годовую форму добавлено приложение 2–НДФЛ. По мнению работников Минфина, такое нововведение направлено на экономию трудоемкости работы как со стороны проверяющих органов, так и организаций–налогоплательщиков, поскольку теперь вместо двух отдельных отчетов надо будет сдавать и, соответственно, проверять, только один. Мы не в полной мере согласны с этой точкой зрения, поскольку устоявшаяся бухгалтерская практика по подготовке двух отдельных отчетов претерпевает

существенные изменения и бухгалтерам предстоит разбираться в новом формате отчета.

Вторая группа изменений связана с отменой отчета «Сведения о среднесписочной численности работников за прошедший календарный год», который ранее организации сдавали в январе следующего года. Причиной отмены сведений о среднесписочной численности явилось включение данного показателя в состав расчета по страховым взносам. Однако, по нашему мнению, упразднение сведений о среднесписочной численности в качестве отдельного отчета может вызвать для организации ряд практических неудобств. В частности, при заключении договоров с поставщиками и подрядчиками организации должны проявлять так называемую должную осмотрительность. Она заключается в том числе в проверке наличия у поставщика (подрядчика) ресурсов для выполнения обязательств по договору, и отчет о среднесписочной численности как раз свидетельствовал о наличии у организации штатного персонала.

Третья группа изменений касается порядка работы бухгалтерии с листками временной нетрудоспособности сотрудников. Так, начиная с 2022г., больничные листы будут выдаваться только в электронной форме. Как только работодатель узнает о закрытии больничного листа, ему нужно будет в течение трёх рабочих дней (в настоящее время – в течении 5 дней) отправить в ФСС сведения для начисления пособия по установленной форме. В связи с переходом на электронные больничные листы, в 2022 году появится новый отчёт в ФСС «Сведения о застрахованном лице». В отчете указываются Ф.И.О. сотрудника, его дата рождения, ИНН, документ, удостоверяющий личность, СНИЛС, сведения о месте регистрации, реквизиты для перечисления пособия. Указанный отчет должен будет отправляться работодателем в трехдневный срок с момента принятия сотрудника на работу, или его увольнения. Так же он подлежит сдаче при каких–либо изменениях в личных данных работника (например, смена фамилии в связи с бракосочетанием). Изначально применение электронных больничных, казалось бы, упростило бухгалтерскую и кадровую работу: отпала необходимость заполнения бланков черной гелевой ручкой, ФСС перестал затребовать больничные на проверку.

В заключении отметим, что с 1 января 2022 года ожидается увеличение МРОТ до 13 617 руб. Это автоматически повлечет за собой индексирование заработной платы тех работников, у которых она окажется ниже минимальной, а следовательно – увеличится налоговая нагрузка организаций и усилятся проверки контролирующих органов, что в очередной раз повысит ответственность работы бухгалтерии в отношении учета труда и расчетов с персоналом по его оплате.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Забродин И.П.

Савина О.Е., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Фактор Covid–19 – влияние на изменение оплаты труда медицинского персонала

Медицина всегда была отраслью, развитие которой никогда не стоит на месте, но вот уже на протяжении двух лет это одна из самых напряженных отраслей круглосуточной деятельности людей. В виду социальной значимости объектов здравоохранения в условиях постоянно меняющихся внешних и внутренних факторов, в том числе с появлением новой короновирусной инфекции Covid–19, система здравоохранения столкнулась в настоящее время со следующими проблемами:

1) необходимость в кратчайшие сроки перепрофилировать отделения больниц для лечения больных с короновирусом;
2) оперативно закупать дополнительные единицы медицинского оборудования (рентгеновские аппараты, аппараты УЗИ, аппараты ИВЛ);
3) расширять штат сотрудников путем приема на работу новых работников (часто студентов медицинских ВУЗов);
4) изыскивать дополнительные средства на оплату труда вновь принятых сотрудников.

В рамках данной статьи рассмотрим практический пример как в одной из основных больниц города Воронежа – бюджетном учреждение здравоохранения Воронежской области «Воронежской городской больнице скорой медицинской помощи № 1» решается вопрос оплаты труда медицинского персонала. В связи с открытием ковидных отделений, расширением и перепрофилированием коечного фонда численность медицинских работников больницы увеличилась. Каждый из них получает ежемесячно заработную плату за фактически отработанное время. Как известно, заработная плата – это вознаграждение или денежная компенсация за труд, состоящая из оклада и стимулирующих и компенсационных выплат. Но кроме этого медики БУЗ ВО «ВГКБСМП № 1», участвующие в оказании помощи пациентам с Covid–19, дополнительно получают социальные выплаты за счет средств Фонда социального страхования. Вот какие выплаты по категориям положены медицинским работникам согласно постановлению правительства № 1762 «О государственной социальной поддержке в 2020 – 2021 годах медицинских и иных работников медицинских и иных организаций (их структурных подразделений), оказывающих медицинскую помощь (участвующих в оказании, обеспечивающих оказание медицинской помощи) по диагностике и лечению новой коронавирусной инфекции (COVID–19), медицинских работников, контактирующих с пациентами с установленным диагнозом новой коронавирусной инфекции (COVID–19), внесении изменений во Временные правила учета информации в целях

предотвращения распространения новой коронавирусной инфекции (COVID–19) и признании утратившими силу отдельных актов Правительства Российской Федерации» в БУЗ ВО «ВГКБСМП №1»:

1) врачам стационаров – 3880 рублей;
2) среднему медицинскому персоналу – 2430 рублей;
3) младшему медицинскому персоналу стационаров – 1215 рублей

Отдельно установлены размеры доплаты сотрудникам патологоанатомических бюро. Выплата производится территориальными органами ФСС РФ за одну нормативную смену и рассчитывается как произведение стоимости одной смены на количество отработанных смен в календарном месяце. Расчет величины специальных социальных выплат для каждой категории работников, исходя из нормы рабочего времени за октябрь 2021 года (151,2 часа, одна смена для аттестованных сотрудников – 7,2 часа) представлен в таблице 1.

Таблица 1. Расчет величины специальной социальной выплаты по категориям медицинского персонала

Категория	Расчет доплаты	Сумма доплаты, руб.
Врачи	151,2/7,2*3880,00	81480,00
Средний мед. персонал	151,2/7,2*2430,00	51030,00
Младший мед. персонал	151,2/7,2*1215,00	25515,00

В настоящее время осуществление выплат продлится до 31 декабря 2021 года. Одной из проблем, которая может возникнуть в случае отмены или уменьшения стимулирующих выплат – это сохранение существующего уровня заработной платы с учетом этих самых выплат, но уже за счет средств самой организации. Скорее всего, в этом случае с работниками будут подписаны дополнительные соглашения, в которых будут прописаны размеры должностного оклада, размеры стимулирующих и компенсационных выплат, зависящие от качества выполняемой работы. Поэтому руководитель должен быть непременно заинтересован в качественной работе медицинского персонала и соответствующей оплате его труда. Для этого необходимо своевременно и регулярно анализировать финансовую деятельность больницы, используя современные и необходимые для этого показатели, с учетом специфики деятельности БУЗ ВО «ВГКБСМП № 1». Для осуществления постоянного контроля за образованием и использованием фонда оплаты труда, оптимальным расходованием денежных средств, направленных на оплату труда, соблюдением штатной дисциплины и других вопросов, касающихся правильного начисления и выплаты заработка сотруднику, в каждом учреждении должна функционировать эффективная система внутреннего контроля.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Кондрашова Н.В.

Севастьянов А.В., маг. 2 к.
Санкт–Петербургский государственный университет

Налоговая оптимизация

Проанализировав теоретическую составляющую темы «Налоговая оптимизация», выявили специфичные, универсальные методики налоговой оптимизации, а также методы с высоким риском налоговых санкций. Задачей данных материалов является анализ специфичных и универсальных методик на примере компаний, вывод об их эффективности и универсальности модели налоговой оптимизации.

Основным показателем, на основе которого сравнивается эффективность и безопасность налоговой оптимизации является показатель налоговой нагрузки (на основании Приказа ФНС «Об утверждении концепции системы планирования выездных налоговых проверок»). Представим методику расчета показателя налоговой нагрузки в таблице 1.

Таблица 1. Методика расчета налоговой нагрузки

Автор методики	Основная формула расчета	Характеристика расчета налоговой нагрузки	Примечание
Департамент налоговой политики Минфина России	НН = (Нобщ/Вобщ) * 100%, где НН – налоговая нагрузка; Нобщ – общая сумма налогов; Вобщ – общая сумма выручки от реализаци	Отношение всех уплачиваемых предприятием налогов к выручке от реализации продукции (работ, услуг), включая выручку от прочей реализации	Данный показатель не определяет налоговую нагрузки на финансовое состояние предприятие. В целом данный показатель необходим для ФНС, для планирования проведения камеральных и выездных проверок.
М.Н. Крейнина	НН = (В–Ср–Пч)/(В–Ср) *100%, где В – выручка от реализации; Ср – затраты на производство реализованной продукции (работ, услуг) за вычетом косвенных налогов; Пч – фактическая прибыль, остающаяся в распоряжении предприятия	Сопоставление налога и источника его уплаты, где интегральным показателем выступает прибыль экономического субъекта	Данный подход отрицает применение налогов включаемых в себестоимость, которые в процессе хозяйственной деятельности не выгодны предприятию: уменьшают прибыль и ухудшают финансовое состояние.
А. Кадушин, Н. Михайлова	НН =(Нс/Ча)/(ЧП/Ча) где Нс – сумма налогов в совокупном объеме; ЧП – чистая прибыль; Ча – чистые активы предприятия	Доля отдаваемой в бюджет добавленной стоимости, созданной конкретным экономическим субъектом	Таким образом, налог сравнивается с источником уплаты. Этот показатель позволяет оценить налоговую нагрузку различных типов производства и обеспечивает сопоставимость налогового бремени для различных отраслей

Использовать будем методику Департамента налоговой политики Минфина РФ, так как именно её данные о среднеотраслевых коэффициентах представлены на сайте НАЛОГ.РУ.

Опираясь на критерий «качества»: показатель налоговой нагрузки, консультанты могут оценить корректность проведенной налоговой оптимизации, спрогнозировать риски возможных выездных проверок, что при наличии нарушений (согласно статистки отчетов о результатах контрольной работы налоговых органов 85,7% выездных налоговых проверок заканчиваются с выявленными нарушениями) влечет финансовые санкции за правонарушения НК РФ. Следует отметить, что методов с высоким налоговым риском: дробление, использование «фирм–однодневок», не будем затрагивать, так как конечная цель налоговой оптимизации – корректная модель, без риска штрафных санкций за необоснованную налоговую выгоду.

Опираясь на модели налоговой оптимизации предложим универсальную методику налоговой оптимизации и сравним её со специальными методами налогового оптимизирования. Для простоты понимания данные методики представим в форме анкетирования, что удобно как для консультантов, изучающих материал «налогового оптимизирования», так и для будущих клиентов по «Налоговой оптимизации бизнеса».

При проведении анализа была выявлена корреляция с высокими трудозатратами на организацию специфичных методик налоговой оптимизации и значительным снижением налоговой нагрузки в компании. Примером может служить организация переезда производственной компании в Особую экономическую зону. При выполнении ряда критериев: необходимость инвестиций в капительное строительство, среднесписочная численность, компания получает снижение налоговой нагрузки в 6 раз, а по показателю налоговой нагрузки по Налогу на прибыль в 21 раз.

По итогам работы сделан вывод об эффективности универсальных и специфичных методик налоговой оптимизации и вывод об универсальной модели снижения налоговой нагрузки. Предложена универсальная модель анкетирования клиентов с точки зрения проведения налоговой оптимизации в компаниях различных видов деятельности.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Соболева Г.В.

Сычёва Ю.Н., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Особенности формирования учётной политики в бюджетном учреждении

Учётная политика бюджетного учреждения это документ, регламентирующий способы, принципы, правила ведения бухгалтерского, налогового учета, а также подготовку и предоставление отчетности.

В бюджетном учреждении учётная политика формируется в соответствии с Федеральным законом от 06.12.2011 № 402–ФЗ, Приказом Минфина России от 01.12.2010 № 157н, Приказом Минфина России от 16.12.2010 № 174н, Приказом Минфина России от 25.03.2011 № 33н, приказом Минфина России от 30 декабря 2017 г. № 274н «Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Учетная политика, оценочные значения и ошибки», приказом Минфина России от 6 октября 2008 г. № 106н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету», Федеральными стандартами бухгалтерского учета для организаций государственного сектора.

В соответствии с п.2 ст.8 Закона № 402–ФЗ, бюджетное учреждение самостоятельно формирует свою учетную политику.

На практике в бюджетном учреждении формирование учетной политики задача главного бухгалтера, так как именно он несет ответственность за ведение бухгалтерского, налогового учета и за своевременное предоставление полной и достоверной бухгалтерской и налоговой отчетности. Утверждение учетной политики является обязанностью руководителя учреждения. Если в соответствии с заключенным соглашением ведение бухгалтерского и налогового учета передано специализированному государственному (муниципальному) учреждению – «Централизованной бухгалтерии», то таким соглашением может быть предусмотрен порядок формирования и утверждения учетной политики.

В Учетной политике бюджетного учреждения отражаются следующие разделы:

1. Организационные порядки.
2. Положения о методах оценки объектов бухгалтерского учета (основные средства, нематериальные активы, материальные запасы).
3. Порядки формирования себестоимости оказанных услуг или работ. Виды и размер расходов влияющие на формирование себестоимости.
4. О расчёте с дебиторами и кредиторами, расчетов с учредителем и заработной платы, использование табеля рабочего времени, формирования резерва по сомнительной задолженности.
5. О формировании финансового результата.
6. Регламент санкционирования обязательств.

7. Правила отражения операций на забалансовых счетах.

Кроме того, бюджетные учреждения, осуществляющие полномочия по исполнению публичных обязательств перед физическим лицом, подлежащих исполнению в денежной форме, при формировании учетной политики предусматривают особенности организации и ведения бухгалтерского учета в части операций по исполнению указанных полномочий.

В соответствии со стандартом «Учетная политика» бюджетное учреждение обязано публично раскрывать на официальном сайте в Интернете основные положения своей учетной политики. Перечень информации и документов, открытость и доступность которых должны быть обеспечены учреждениями, отражены в п. 3.3 ст. 32 Федерального закона от 12.01.1996 № 7–ФЗ «О некоммерческих организациях».

Учетная политика должна применяться последовательно из года в год.

В течение года (налогового периода) можно дополнять учетную политику новыми положениями при изменении законодательства. Если отсутствуют веские причины внесения изменений в учетную политику в течении года, то все изменения вносятся с начала отчетного года.

Главным отличием учётной политики в бюджетном учреждении является рабочий план счетов. В бюджетный план счетов включается раздел «Финансовые активы», присутствует ряд аналитических счетов. В плане счетов бюджетной организации используется бюджетная классификация счетов, состоящая из 26 разрядов. В номере счёта присутствует аналитический код признака поступления и выбытия средств, код финансового обеспечения, код синтетического счёта бухгалтерского учёта, код аналитического счёта бухгалтерского учёта и аналитический код вида поступлений, выбытий объекта учёта.

Формы ведения бухгалтерского учёта, методы начисления амортизации по нефинансовым активам, способ оценки активов и обязательств, порядок ведения раздельного учёта доходов и расходов учреждения за счет бюджетных и внебюджетных средств, порядок бухгалтерского учёта, порядок исполнения плана финансово–хозяйственной деятельности, порядок определения финансового результата за счёт средств бюджета, выделенных на выполнение муниципального задания и за счёт средств, полученных бюджетным учреждением из внебюджетных источников (от оказания платных услуг), отраженные в учётной политике бюджетных учреждений в большинстве случаев будут одинаковыми.

Но, тем не менее, учётная политика каждого бюджетного учреждения имеет свою индивидуальную специфику в зависимости от цели создания учреждения, источников финансирования его деятельности, вида учредителя, государственной регламентации финансовой деятельности и самостоятельности учреждения.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Лаврухина Т.А.

Тесцова Т.Н., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Задачи формирования учетной политики в бюджетных учреждениях здравоохранения

Учетная политика – это совокупность способов ведения экономическим субъектом бухгалтерского учета (ст. 8 Федерального закона от 06.12.2011 № 402–ФЗ «О бухгалтерском учете»). Для организаций бюджетной сферы основные положения ее формирования содержаться в Приказе Минфина России от 30.12.2017 № 274н «Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Учетная политика, оценочные значения и ошибки» (ФСБУ ОГС «Учетная политика»). Согласно этому стандарту главным бухгалтером бюджетного учреждения (иным лицом, на которое возложено ведение бухгалтерского учета) должны быть решены задачи в целях формирования учетной политики.

На основе действующих нормативных актов, содержащих возможность выбора из перечня вариантов должны быть определены методы оценки объектов бухгалтерского учета; представлен порядок признания (постановки на учет) и прекращения признания (выбытия из учета) объектов бухгалтерского учета, и (или) раскрытия информации о них в бухгалтерской (финансовой) отчетности в соответствии с нормативными правовыми актами, регулирующими ведение бухгалтерского учета и составление бухгалтерской (финансовой) отчетности. При этом в указанных положениях в большей степени следует раскрывать не только отраслевые особенности, но и те из них, которые свойственные конкретному учреждению.

В соответствии с Единым планом счетов (Приказ Минфина России от 01.12.2010 № 157н) и планом счетов бюджетных учреждений (Приказ Минфина России от 16.12.2010 № 174н) сформировать Рабочий план счетов бухгалтерского учета учреждения здравоохранения, который может содержать либо применяемые счета бухгалтерского учета для ведения синтетического и аналитического учета (номера счетов), либо коды счетов бухгалтерского учета и правила формирования их номеров.

Разработать и утвердить порядок проведения инвентаризации активов, имущества, учитываемого на забалансовых счетах, обязательств, иных объектов бухгалтерского учета учреждения здравоохранения помимо случаев, когда требуется обязательное ее проведение согласно Приказу Минфина России от 31.12.2016 № 256н «Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Концептуальные основы бухгалтерского учета и отчетности организаций государственного сектора».

Следующая задача состоит в разработке форм первичных (сводных) учетных документов, регистров бухгалтерского учета, иных документов бухгалтерского учета, применяемых в процессе ведения бухгалтерского учета бюджетного учреждения здравоохранения, по которым нормативными актами не предусмотрены обязательные формы.

Достаточно объемной задачей, требующей четкой координации действий структурных подразделений бюджетного учреждения здравоохранения является формирование правил документооборота и технологии обработки учетной информации. Они включают порядок и сроки передачи первичных (сводных) учетных документов для отражения в бухгалтерском учете, соответствующие утвержденным графику документооборота и (или) порядку взаимодействия структурных подразделений учреждения и (или) ответственных за оформление фактов хозяйственной жизни, а также предоставление первичных учетных документов для ведения бухгалтерского учета лиц.

Сложность решения обозначенной задачи состоит в том, что содержание указанных документов должно коррелировать с действующими положениями структурных подразделений бюджетного учреждения здравоохранения и должностными инструкциями ответственных лиц. В практической деятельности исследуемых экономических субъектов наблюдаются проблема обеспечения такой взаимосвязи, обусловленная сложностью организационной структуры учреждений, значительным объемом, разнообразием используемых в учетном процессе документов и количеством ответственных лиц.

Важной задачей создания учетной политики бюджетного учреждения здравоохранения является формирование порядка организации и осуществления бухгалтерией внутреннего контроля. Неоднозначность ее решения предопределена тем обстоятельством, что организационно–методических разработок по этому направлению учетной работы, соответствующих особенностям финансово–хозяйственной деятельности медицинских учреждений, крайне недостаточно. Основу для разработки порядка внутреннего контроля могут составить контрольные функции бухгалтерии, которые представлены в положении о структурном подразделении, а также контрольные функции бухгалтеров, содержащиеся в их должностных инструкциях. Значительная доля ответственности за качественное решение указанной задачи лежит на учредителях бюджетных учреждений здравоохранения, которые могут предоставить единые для подведомственных учреждений методические рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля.

Таким образом, основные задачи формирования учетной политики определены положениями ФСБУ ОГС «Учетная политика», в связи с чем их качественное и своевременное решение имеет обязательный характер.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бахтурина Ю.И.

Чаркина Е.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Особенности формирования доходов и расходов бюджетного учреждения

Документом, который является основанием для формирования доходов и расходов бюджетного учреждения, выступает План финансово–хозяйственной деятельности организации (ПФХД). В соответствии с Приказом Минфина России от 6 июня 2019 г. № 85н «О Порядке формирования и применения кодов бюджетной классификации Российской Федерации, их структуре и принципах назначения», определяются правила формирования и применения кодов бюджетной классификации РФ, их структура, принципы назначения, коды составных частей бюджетной классификации Российской Федерации на 2020 г. и на плановый период 2021 и 2022 гг. Организация бухгалтерского учета конкретного бюджетного учреждения определяется положениями самостоятельной Учетной политики учреждения, содержание которой формируется на основании приказа «Об утверждении федерального стандарта бухгалтерского учета для организаций государственного сектора «Учетная политика, оценочные значения и ошибки»» № 274–Н от 30.12.2017 года.

В соответствии с действующим законодательством каждый тип государственных организаций должен использовать частный план счетов, так как Воронежский государственный университет является бюджетным учреждением учет ведется согласно Приказу Минфина России от 30 октября 2020 г. № 253н «О внесении изменений в приложения к приказу Министерства финансов Российской Федерации от 16 декабря 2010 г. № 174н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета бюджетных учреждений и Инструкции по его применению».

Все доходы и расходы учреждения формируются на основании плана финансово–хозяйственной деятельности, требования к плану финансово–хозяйственной деятельности определены Приказом Минфина России «О внесении изменений в приложение к Требованиям к составлению и утверждению плана финансово–хозяйственной деятельности государственного (муниципального) учреждения, утвержденным приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31 августа 2018 г. № 186н» от 7 февраля 2020 г. № 17н.

План финансово–хозяйственной деятельности разрабатывается учреждением, применяется в государственных (муниципальных) заведениях. Каждую из этих групп можно детализировать, например, рассматривать каждый вид активов по отдельности по кодам и группам. Детализацию целесообразно производить в согласованности с бухгалтерией, чтобы одновременно решить вопросы формирования бухгалтерской отчетности. План

финансово–хозяйственной деятельности составляется отдельно по видам финансового обеспечения: субсидии на выполнение государственных заданий, целевые субсидии, которые выделяются на определенные цели и по приносящей доход деятельности.

Доходы, полученные бюджетным учреждением, являются источником формирования имущества данного учреждения в денежных или иных формах:

– регулярные и единовременные поступления от учредителей;

– добровольные имущественные взносы и пожертвования;

– выручка от реализаций товаров, работ и услуг;

– дивиденды, проценты, которые получены по акциям, облигациям, другим ценным бумагам и вкладам;

– доходы, получаемые от собственности бюджетного учреждения;

– другие, не запрещенные законом поступления.

Доходы бюджетного учреждения учитываются в разрезе кодов видов доходов, которые определяются в зависимости от сущности факта хозяйственной жизни. Доходы учреждения начисляет в учете в момент подписания контракта, соглашения, договора или иного документа, который подтверждает факт хозяйственной жизни бюджетного учреждения. Доходы начисляются на текущий период, а также на будущий период.

К доходам текущего периода относятся те доходы, которые бюджетное учреждение получает в текущем году и остальные доходы, которые планируется получить в последующие годы действия договора, соглашения, которое подписано организацией.

Расходы на текущий финансовый год и плановый период должны быть отражены в плане финансово–хозяйственной деятельности с приложением обоснования по каждому показателю расходования. Расходы учреждение ведет в соответствии с планом финансово–хозяйственной деятельности по кодам КОСГУ, по которым запланированы расходы учреждения. Учет расходов учреждения ведется по отдельным видам деятельности и распределяются по счетам:

- 109.60 – прямые затраты;
- 109.70 – накладные расходы;
- 109.80 – общехозяйственные расходы.

При формировании отчета об исполнении расходы текущего года сравниваются с аналогичными данными прошлогодних периодов с учетом видов расходов, КОСГУ и других применяемых в учреждении классификаций.

Таким образом, план финансово хозяйственной деятельности является главным документом, принимаемым бюджетным учреждением в области формирования и управления доходами и расходами.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Коробейникова Л.С.

Секция инновационных подходов к управлению человеческими ресурсами

Абзалова Я.А., маг. 1 к.
Донецкая академия управления и государственной службы

Мотивация медицинского персонала на основе совершенствования оплаты труда

Мотивационная политика в области здравоохранения обусловливает развитие стратегической линии в учреждениях, которая направлена на достижение масштабных целей, стоящих перед работниками в соответствии с целями самой организации. Актуальность исследуемой проблемы заключается в обосновании предпосылок для повышения производительности труда и удовлетворённости работников организационной системой стимулов и вознаграждений, учитывающей индивидуальный вклад.

Оплата труда – это главный источник доходов работника, эффективное средство мотивации. Уровень оплаты труда работников должен быть связан с объёмом выполняемых работ и с качеством предоставляемых социальных услуг, удовлетворённостью гражданами качеством оказания медицинской помощи и отсутствием жалоб.

Самым важным элементом мотивационной политики любой организации является вознаграждение. Вознаграждение – это денежная оплата труда работников в виде заработной платы и премиальных выплат, зависящих от количества и качества труда.

Вознаграждение в области здравоохранения принято рассматривать как общий доход физического лица (оклад) за проделанную им работу. Безусловно, заработная плата и премиальные выплаты оказывают влияние на привлечение, мотивацию, сохранение в учреждении рабочей силы. Самым эффективным способом материальной мотивации считается повышение заработной платы и выдача премиальных выплат. Для оказания влияния на сотрудника, размер ожидаемого вознаграждения должен быть значимым для него.

Представление о том, что в медицинских учреждениях политика и методы вознаграждения рассматривается как стратегический инструмент для достижения конкретных целей − это относительно новый взгляд на оплату труда в государственных организациях.

В большинстве медицинских учреждений используется тарифная система оплаты труда. Главным недостатком этой системы является слабая мотивация сотрудников учреждений в виду того, что размер материального вознаграждения за труд не зависит от его объёма и качества. Это обусловливает необходимость разработки инструментов, способствующих обеспечению стимулирующей функции оплаты труда. В качестве одного

из таких инструментов может рассматриваться система премирования сотрудников по результатам оценки эффективности их работы.

Для нормативно–правового обеспечения эффективного функционирования системы премирования необходимо разработать Положение о премировании. Оно может быть, как типовым, разработанным на уровне министерства, так и локальным, разработанным на основе типового и утверждённым руководителем организации здравоохранения по согласованию с профсоюзной организацией.

В процессе разработки Положения о премировании работников необходимо определить и реализовать соответствующий набор вознаграждений, для сотрудников.

Положение о премировании работников может выступать как:

– элемент разработки системного подхода к управлению эффективностью на организационном уровне, способствующий переходу на эффективный контракт;

– механизм совершенствования набора и удержания медицинских работников;

– метод стимулирования повышения производительности и улучшения качества на уровне отдельного сотрудника и организации;

– элемент подхода к изменению управления организацией, где цель заключается в реструктуризации организационной культуры;

– механизм повышения «гибкости» рабочей силы с точки зрения работы, рабочего времени и рабочего поведения;

– метод содействия интеграции медицинских работников многопрофильных бригад и поощрения за командную работу;

– метод стимулирования работников здравоохранения к постоянному обновлению своих навыков и приобретению новых компетенции.

Премирование должно осуществляться для каждого работника индивидуально с учётом его личного вклада в выполнение поставленных задач.

Основным источником финансирования системы премирования могут выступать средства, полученные за счёт: экономии фонда заработной платы; предоставления платных услуг; спонсорской помощи.

Руководству рекомендовано предусматривать премирование работников, которое может производиться по итогам работы за квартал, год. руководство медицинского учреждения сможет повысить эффективность использования кадрового потенциала. При этом понятие эффективности в сфере здравоохранения нельзя отождествлять с общеэкономической категорией эффективности. Социальная эффективность отражает результат деятельности медицинского учреждения по укреплению здоровья населения.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляхова Л.С.

Гончарова Д.В., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Дистанционное обучение: преимущества и недостатки

В современном мире дистанционный формат работы приобретает все большее распространение и становится объектом внимания большого числа работодателей. Сегодня это связано, в первую очередь, с распространением инфекции covid–19 и соответствующих мер предупреждения роста заболеваемости. Однако причины явления глубже; они обусловлены научно–техническим прогрессом, развитием технических средств коммуникации на основе сети Интернет (e–learning).

Дистанционное обучение персонала (также встречается тождественный термин – обучение персонала с использованием дистанционных технологий) можно определить как форму обучения сотрудников организации, которая осуществляется на расстоянии, то есть на основе взаимодействия обучающихся и преподавателя (руководителя курсов, семинаров) с использованием опосредованной коммуникации. Основным каналом коммуникации при этом выступает Интернет (электронная почта, социальные сети и мессенджеры, сайты и специальные образовательные платформы), но могут использоваться и другие каналы, например, телефонная связь и почта.

Эффективность дистанционного обучения по сравнению с традиционной формой является дискуссионным вопросом. Однако нельзя отрицать, что рассматриваемый формат обучения сотрудников вследствие своей специфики имеет как преимущества, так и недостатки относительно очного формата обучения (таблица 1).

Таблица 1. Основные преимущества и недостатки дистанционного формата обучения по сравнению с очным форматом

Преимущества	Недостатки
Более высокая доступность	Необходимость высокой самодисциплины сотрудника
Гибкость	Сложность формирования навыков
Ниже стоимость обучения	Организационные проблемы

Дистанционное обучение может осуществляться везде, где сотрудник имеет доступ к компьютеру (аналогичному техническому устройству) и Интернету. Это значительно расширяет круг работников, которые могут пройти обучение. Ограничения географического характера, невозможность покинуть место жительства и работы, особые условия труда не имеют такого же значения, как при организации очной формы обучения. Сотрудник может обучаться без отрыва от работы. Кроме того, происходит унификация передаваемых знаний: персонал региональных подразделений, не имея по месту жительства доступа к специализированным обучающим компаниям, может проходить те же онлайн–курсы, что и работники центрально-

го офиса.

Электронный курс, в отличие от традиционного, более гибок в доработках. В него могут быть оперативно внесены доработки, соответствующие актуальным изменениям. Также существует возможность индивидуализации программы, в том числе с использованием модульного принципа (учебная информация структурируется в модули, набор модулей соответствует целям обучения конкретного работника).

Если при очной форме обучения высоки затраты живого труда (чтение лекций, проведение семинаров и контрольных мероприятий), то в формате e–learning используется преимущественно овеществленный труд – ранее записанные обучающие видео, инструкции, составленные тесты и контрольные. Непосредственное участие руководителя курсов минимально (разъяснение отдельных моментов, индивидуальная консультация, проверка знаний) или вообще отсутствует за счет автоматизации. В результате этого стоимость дистанционного обучения, как правило, заметно ниже, чем традиционного (на 30 – 40%). Также ресурсы Интернета позволяют найти отдельные занятия и даже программы, позволяющие повысить компетенции бесплатно.

Тем не менее, следует подчеркнуть и минусы дистанционного формата. В первую очередь, они связаны с психологическими особенностями обучающихся. Отсутствие регулярного контроля преподавателя требует высокой усидчивости, самодисциплины для вдумчивого восприятия информации. При отсутствии таких качеств риск низкого внимания и, как следствие, низкой результативности обучения выше, чем при очном формате. E–learning нацелен в большей степени на передачу информации и знаний, а не на развитие навыков. В связи с этим данная форма обучения менее эффективна по сравнению с практическими занятиями, в особенности для работников, чья профессия связана с ручным трудом (например, кулинария, токарное дело).

Для эффективного обучения необходимо наладить высококачественный канал коммуникации между обучающимися и преподавателем, с минимальными помехами, с возможностью обратной связи. Это требует ресурсов со стороны работодателей на оборудование компьютеризированного рабочего места, установку специальных прикладных программ и т.д.

Кроме того, российской практике присущи особенности дистанционного формата. Так, в начале пандемии многие компании не предлагали скидок на дистанционный формат обучения, обосновывая это аналогичной себестоимостью.

Дистанционный формат обучения персонала имеет особенности по сравнению с очным. Рациональность его применения зависит от организации процесса обучения, характера труда и целей обучения.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Дуракова И.Б.

Горун В.В., маг. 2 к.
Донецкая академия управления и государственной службы

Мотивация государственных гражданских служащих

Мотивация является той движущей силой, которая базируется на удовлетворении определённых потребностей человека, заставляет действовать его с максимальными усилиями для достижения целей. Эффективное управление персоналом невозможно без понимания потребностей гражданского служащего, а также правильного использования стимулов, побуждающих к работе. Проблема мотивации личности государственного гражданского служащего приобрела важное значение. Различают мотивацию позитивную и негативную. Положительная – это мотивация, которая благоприятствует эффективному достижению целей, а отрицательная, препятствующую этому.

К основным видам позитивной мотивации относятся:

– надбавки к окладам и премии;

– формирование уважительного отношения к сотруднику;

– поручение почётных обязанностей;

– привлечение к выполнению ответственных поручений.

К негативной мотивации необходимо отнести:

– материальные наказания;

– утрата социального статуса;

– препятствия и затруднения при служебно–профессиональном продвижении;

– создание атмосферы нетерпимости.

Мотивация гражданских служащих не может быть действенной без применения современных методов материального стимулирования персонала. Беря во внимание различные подходы, можно определить, что мотивация является основанием для побуждения человека к действию с помощью комплексного воздействия внешних и внутренних факторов. Мотивация персонала является одной из самых важных задач руководителей и кадровой службы, которая требует умения, напористости и знания потребностей участников трудового коллектива. Положительный результат будет достигнут при условии побуждения персонала к интенсивному труду и, как следствие, к качественному и своевременному выполнению работы.

Рациональная система мотивации обеспечивает как достижение организационных целей, так и удовлетворение индивидуальных потребностей. Могут быть сформулированы требования, которым должна соответствовать система мотивации:

– быть многофакторной;

– иметь конкретную направленность на группу сотрудников или на отдельного сотрудника;

– постоянно совершенствоваться и дополняться;
– быть значимой для организации.

И тогда это даст возможность учитывать такие факторы мотивации персонала, которые на данном этапе развития организации занимают приоритетное место. Но мотивация персонала ни при каких условиях не должна стать главной целью организации. В настоящее время не снижается вероятность невыполнения гражданским служащим служебных обязанностей или их сугубо формального выполнения, не приносящего конкретный результат. Кроме этого, существуют проблемы недостаточного уровня профессионализма чиновников, нежелания брать ответственность за порученное дело на себя, ухода наиболее способных и перспективных гражданских служащих в коммерческие структуры.

Во многом это связано с отсутствием действенных стимулов для работы в государственной гражданской службе. Кроме этого, неразвитая система мотивации в государственной гражданской службе может стать причиной служебных злоупотреблений в государственных учреждениях.

На сегодняшний день существуют следующие проблемы мотивации труда персонала в сфере государственной гражданской службы:

1. Недостаточное внимание к индивидуальному подходу в служебных отношениях. В результате этого не в полной мере учитываются факторы, которые влияют на улучшение работоспособности гражданских служащих.

2. Не в полной мере используются методы, позволяющие улучшить психологический климат в коллективе.

3. Отсутствует прямая зависимость размера премии от результатов работы гражданских служащих. Премия превратилась в надбавку к должностному окладу и перестала выполнять свою основную функцию – стимулирования.

Причины несовершенства системы оплаты труда гражданских служащих во многом связаны с отсутствием действующего механизма мотивации и стимулирования персонала. Должны быть обеспечены следующие материальные выплаты:

– должностной оклад;
– надбавки за выслугу лет;
– надбавки за особые условия гражданской службы;
– надбавки за работу со сведениями, составляющими государственную тайну;
– денежные поощрения;
– премии за выполнение особо важных и сложных заданий.

Научный руководитель – к.т.н., доц. Смирнов С.Н.

Мартишин Е.Е., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Эффективность использования человеческого капитала в условиях мировой пандемии и локдауна

В условия современной экономики, динамики развития рынка и общества в целом все большее значение принимает человеческий капитал. Человеческий капитал, как фактор производственного развития, обеспечивает эффективное и рациональное функционирование предприятия. Знания, умения и навыки, накопленные человеком, его уникальный опыт и профессионализм позволяют сократить издержки производства, стимулировать научно–технический процесс и развивать благосостояние экономики в целом.

В условиях мировой пандемии, массовой самоизоляции и постоянных локдаунов человеческий капитал приобретает большое значение. Мировая экономика перестраивается на путь уменьшения мобильности рабочей силы, рабочие места переносятся на удалённый режим работы, пустуют офисы, цеха, меняется структура рынка. В этих, казалось бы, не легких условиях постоянного сокращения производства ряд предпринимателей оказывается в большом плюсе, причём положительная сторона «медали» ощущается, как и для владельца предприятия, так и для самих работников. В наибольшей степени выигрыша оказалась IT–сфера. Для предприятия отпадает необходимость в аренде больших площадей, снижаются расходы на электроэнергию и другие необходимые для работы ресурсы, больше не надо тратиться на оборудование рабочих мест, отпадает необходимость в выполнении ряда принятых на себя социальных обязательств. (например, обеспечение горячих обедов, обслуживание кулеров с питьевой водой и т.п.). Для работников отпадает необходимость добираться к месту работы, что означает освобождение дополнительного времени, сокращение расходов на транспорт, появление дополнительного времени отдыха. Так же появляется возможность совмещения видов деятельности/ нескольких рабочих мест. В перерывах между выполнениями заказов одной компании можно успеть выполнить ряд схожих для другой фирмы.

С другой стороны, работники несут расходы на увеличение потребления электроэнергии и интернет–ресурсов, активно проявляются признаки профессионального и эмоционального выгорания сотрудников. Отсутствия смены обстановки приводит к тому, что человек постоянно ощущает себя на рабочем месте. Ряд рабочих остаются без рабочих мест за счёт перераспределения нагрузки в пользу более эффективных сотрудников, совмещающих несколько вакантных мест или видов деятельности. Дистанционный режим требует от человека проявления более высокой гибкости и цифровой мобильности. Перераспределение нагрузки и снятие физических

барьеров позволяет наиболее приспособившимся рабочим достигать эффективность использования рабочего времени практически 100%, с другой стороны, эффективность рабочих, требующих повышенного контроля, падает практически до 0 и если нет замены данного сотрудника, останавливается практически весь процесс производства.

В условиях постоянных ограничительных мер и локдаунов представители консервативных профессий все чаще задумываются о совершенствовании своего человеческого капитала. Возрастает спрос на переподготовку и повышение квалификация специалистов. Повышаются требования к тем знаниям и умениям, которые работники получают в ходе обучения. В условиях пандемии пропадает возможность применения наставничества и обучение в ходе производства. Предприятиям необходимы уже готовые, подготовленные ко всему специалисты, которые смогут подстраиваться под регулярно изменяющие условия функционирования экономики и рынка.

Информатизация и цифровизация проникают во все стороны жизни человеческого общества. Телемедицина и дистанционное онлайн образование, автоматизация производственных процессов, онлайн супермаркеты и цифровые библиотеки, онлайн–кинотеатры и прямые трансляции театральных постановок – далеко не полный перечень, демонстрирующий как глубоко интернет–глобализация и ограничительные меры пандемии изменили образы привычных нам вещей. Новые ограничительные меры подталкивают ученых к созданию новых ранее не существовавших направлений развития, требующих постоянного совершенствования человеческих навыков. На первый план выходят интеллектуальные возможности и способности человека, его капитал и способы реализации этого капитала.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Матершева В.В.

Медкова А.А., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Исследование HR–бренда работодателя на примере ГК «АГРОЭКО»

На сегодняшний день персонал стал настоящим активом любой организации, создающим эффективность бизнеса. Тем, за кого компании готовы бороться не меньше, чем за свою долю на рынке или выгодные условия контрактов. Именно таких взглядов и придерживается ГК «АГРОЭКО».

В 2022 г. компания планирует запустить в эксплуатацию мясоперерабатывающий завод, который требует большое внимание с точки зрения привлечения новых сотрудников и поддержки связи с уже существующими. В связи с этим анализ бренда работодателя является одной актуальных тем в данной компании.

В ходе исследования был проведен опрос, в котором приняло участие 266 специалиста, что составляет 52% от их общей численности. Анкета была размещена на корпоративном портале, чтобы сотрудники могли оперативно ответить на вопросы.

По результатам исследования выяснилось, что сайты по поиску работы (HH.ru, Super.job) – это основные источники информации о компании у сотрудников, что говорит о слабом внешнем HR–бренде. Практически все работники знают и понимают основные направления деятельности компании, но большая часть не осведомлена о важных стратегических целях компании на ближайшие несколько лет.

Высокий уровень заработной платы – был одним из важных факторов, почему сотрудники выбрали компанию при трудоустройстве.

Также сотрудники отметили четкий и спокойный процесс всех этапов собеседовании, однако обратная связь по результатам была достаточно долгой.

34% работников удовлетворительно оценили уровень работы программы наставничества, отметив, что нет четкого понимания карьерного роста в организации.

В качестве сильных сторон компании сотрудники выделили: надежность, высокий уровень безопасности, выплату «белой» заработной платы без задержек; слабых – бюрократия и долгий процесс согласования.

Респонденты отметили недостаток профессионального обучения и отсутствие скидок на дополнительное образование, например на изучение английского языка.

Практически 50% опрошенных сотрудников характеризуют HR–бренда компании как «социально–ответственный» из–за активной работы благотворительного фонда.

По результатам анкетирования были разработаны рекомендации. Так, необходимо увеличить разнообразие каналов по трансляции внешнего бренда – обратить внимание на карьерный сайт компании, откуда потенциальные сотрудники могут получить информацию не только о новой вакансии, но и различных бонусах (социальный пакет, корпоративной культуре, общей структуре и т.д). Также необходимо увеличить активность аккаунтов в социальных сетях, например в Instagram (проводить опросы или конкурсы, показывать видеоролики об истории успехов работников и т.д.), чтобы задействовать подписчиков, которые могут быть потенциальными сотрудниками.

Для развития внутреннего HR–бренда следует показывать презентации, делать рассылки по почту, чтобы сотрудники понимали основные направления развития компании.

При проведении собеседований необходимо оптимизировать время по предоставлению обратной связи кандидатам, например, можно частично передать данные обязанности младшему менеджеру по подбору, настроить автоматическую рассылку с различными вариантами ответов.

В развитии внутреннего HR–бренда необходимо обратить внимание на введение карьерной карты для сотрудника, так как большинство отметило, что в компании нет четкого понимая карьерного роста. Еще во время испытательного срока карьерная карта должна обсуждаться с сотрудником, чтобы он мог понимать, какие действия ему необходимо выполнить для выхода на новую должность. HR–департамент может составить общую карьерную карту с учетом кадровой политики компании, а потом руководители отелом могут ее дополнять с учетом специфики каждого профиля.

Стоит обратить внимание на программу обучения сотрудников, возможность разнообразия семинаров или мастер–классов от профильных компаний. Помимо этого, сейчас большинство подобных мероприятий проходит онлайн, что достаточно может сократить затраты. Необходимо рассмотреть возможность частичного возмещения программы по обучению английского языка.

Подводя итог, можно сказать, что HR–брендинг – это непрерывная работа, направленная на интеграцию бренда в персонал или наоборот персонала в бренд, которая продолжается на протяжении всей жизни организации. На примере «АГРОЭКО» можно заметить, что компания активно работает над собственным HR–брендом, что дает ей возможность постоянно развиваться.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Талтынов С.М.

Орехова С.Е., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Инновационные методы и технологии в управлении человеческими ресурсами

В современной науке и практике должен постоянно происходить процесс обновления, усовершенствования и поиска новых подходов для управления человеческими ресурсами предприятий. Чем правильнее будет подобрана организация данного процесса, тем большая отдача и коэффициент полезного действия будет получен в конечном итоге. На выбор определенной модели управления оказывают влияние корпоративная культура, тип бизнеса, стратегия и миссия самой организации. Однако стоит отметить, что при изобильном многообразии имеющихся подходов в управлении людьми, то есть человеческими ресурсами организации, следует признавать такие ресурсы в качестве решающего фактора эффективности и конкурентоспособности предприятия на экономической арене.

Инновационное управление человеческими ресурсами предполагает деятельность, которая непосредственно направлена на усовершенствование системы управления в сфере работы с человеческими ресурсами, а именно развития творческого инновационного потенциала работников. Этого можно добиться путем симулирования имеющегося персонала.

Внедрение инновационных подходов к управлению человеческими ресурсами вместе с технологическими инновациями поспособствует повышению, как производительности труда, так и эффективности предприятия, фирмы в целом.

Инновационные подходы представляют собой один из важнейших инструментов реинжиниринга и направлены на оптимизацию и повышение эффективности деятельности сотрудников организации. Термин «подход» необходимо рассматривать как фундаментальную систему взглядов, способных решить сложившуюся проблему на предприятии. Среди основных составляющих инновационных подходов в управлении человеческими ресурсами можно выделить технологию самоорганизации. Сотрудник должен уметь четко выстраивать график выполнения задач, уметь определять оперативные и второстепенные обязанности. Также к составляющим следует отнести технологию создания команды, управление по ценностям организации, то есть фирма должна суметь донести до работника систему ценностей, которой он будет руководствоваться при выполнении своих обязанностей.

Высокий уровень дисциплины сотрудников, их трудовую вовлеченность, также можно поддерживать с помощью инновационного управления. Система ключевых показателей эффективности отражает результативность сотрудника и помогает отслеживать его динамику работы в орга-

низации. Следовательно, при низком значении показателя работника его либо увольняют, либо отправляют на обучающие курсы для повышения его трудоспособности и квалификации.

К наглядному примеру инновационного управления в организации можно отнести переход работников на удаленный режим работы в связи с пандемией коронавирусной инфекцией. Такой способ поможет сохранить рентабельность организации и сохранение рабочих мест для сотрудников. Стоит отметить, что работники, которые непосредственно не сотрудничают с клиентами, а ведут преимущественную работу за стационарным компьютером, могут и в дальнейшем продолжить выполнять обязанности из дома, что позволит сократить постоянные расходы на аренду помещения, а также переменные, электроэнергию и средства индивидуальной защиты, то есть маски, перчатки.

Однако при удаленном режиме работы сотрудник должен сохранить мотивацию и работоспособность. Следовательно, компании необходимо выстроить такую систему управления, чтобы работник смог быстро адаптироваться к новой среде.

Необходимо на постоянной основе проводить дистанционные встречи, переговоры с сотрудниками, вести общий канал связи, где сотрудники смогу быстро обмениться эмоциями о сегодняшней работе, обсуждать какие–либо вопросы по работе. Человек является биосоциальном существом, ему на постоянной основе требуется общение и обмен минимальным количеством слов и эмоций.

Сотрудники привыкли работать в коллективе, у них сложился свой круг общения, поэтому для дальнейшего продолжения необходимых социальных отношений их нужно качественно перевести в онлайн формат. Для крупных организаций это может быть разработанное приложение для смартфонов, в котором работники могут делиться, например, своей физической активностью, выполненными задачами, а также предложениями по усовершенствованию фирмы. Также работники могут проходить совместные обучающие марафоны, что повысит не только уровень знаний и навыков, а также сплоченность коллектива в целом. Другими словами организация должна развивать виртуальное пространство для успешной работы в современной реальности.

Коронавирусная инфекция послужила неким толчком для более быстрого переустройства работы организаций и перехода их на новый технологический уровень. Без каких–либо инновационных изменений в управлении человеческими ресурсами рентабельность организации будет постепенно снижаться, так как будет падать заинтересованность работников трудиться на данном предприятии, фирме.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Трещевский Ю.И.

Потоловская И.Ю., маг. 2 к.
Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики

Оценка персонала как составляющая системы управления организацией

Оценка персонала является одной из наиболее важных задач администрации организации, кадровой службы, руководителей подразделений. Оценку персонала невозможно рассматривать отдельно от других элементов системы управления персоналом.

Проведение оценки персонала предполагает непростую и долговременную процедуру, включающую стадии: подготовка к оценке, непосредственно её проведение, подведение итогов. Наиболее длительным по времени и требующим особого внимания считается подготовительная стадия. Заключительная стадия оценки – подведение результатов и предоставление обратной связи, также считается весьма значимой, так как непосредственно она даёт начало переменам в организации.

Оценка персонала, связанная с приёмом на работу, рассматривается как определённая система, включающую решение следующих вопросов:

– кто будет занят в процессе оценки кандидатов;
– какие требованиям должны соответствовать методы оценки;
– какие методы оценки дают возможность объективно оценивать наличие профессиональных и личностных качеств у кандидатов;
– каким образом можно избежать ошибок при оценке кандидатов;
– по каким методикам определяется эффективность оценки персонала.

При отборе персонала часто используется собеседование. В то же время сама процедура оценки претендента на освободившуюся должность, и включающая одно или несколько собеседований, не может дать полного и всестороннего представления о нём.

Сотрудник, проводящий собеседование, полагается на своё первое впечатление, которое нередко оказывается ошибочным. Кроме того, определённую роль могут сыграть случайные факторы. Один из собеседников во время процедуры оценки может оказаться нездоровым, или может сказаться плохое настроение, неудачи в личной жизни и др. Возможно, соискатель на должность не сумел произвести на интервьюера впечатления без видимых причин.

Руководителю, принимающему участие в процедуре приёма на работу, не хочется ограничиваться информацией о соискателе только лишь сведениями из такого официального документа, как трудовая книжка, хотя, безусловно, из неё тоже можно извлечь немало достоверной информации о претенденте. Получили распространение и активно используются реко-

мендательные письма. Во многих зарубежных странах без рекомендательных писем от авторитетных специалистов о приёме на работу соискателя не может быть и речи. С разной степенью эффективности при приёме на работу могут также использоваться тесты, кейс–методики и др.

Через установленный промежуток времени нового сотрудника будут оценивать. Такая оценка персонала даёт возможность принять наиболее взвешенное решение о последующей участи нового работника и в случае положительного решения наметить для него планы продвижения по службе и совершенствования.

Оценка персонала даёт возможность установить, как в рамках существующей структуры преобразовать персональную оплату работы в соответствии с показателями деятельности. Если решение принимается согласно итогам оценки персонала, оно считается наиболее взвешенным и объективным и вызывает меньше конфликтных ситуаций, нежели принятое неформально решение. Мотивация персонала и эффективные коммуникации в организации во многом находятся в зависимости от концепции оценки персонала. Оценка персонала, выполняемая опытными профессионалами, способна служить важным фактором мотивации.

Для совершенствования уже существующей практики оценки или при внедрении в практику новых подходов при оценке работы персонала, необходимо осуществлять определённые мероприятия.

В первую очередь необходимо добиться:

– заинтересованности и содействие со стороны руководителей организации;

– высокого уровня квалификации сотрудников, осуществляющих оценку персонала;

– нормативно–мелодического обеспечения системы оценки персонала;

– увязывания системы оценки результатов деятельности работников с системой оплаты труда;

– своевременного информирования персонала о результатах оценки, её связи с дальнейшими мероприятиями кадровой политики.

Организациям могут быть рекомендованы для использования ряд современных методов оценки персонала:

– метод «360 градусов», позволяющий оценить сотрудника с разных сторон;

– метод наблюдения. Этот метод считается одним из самых надёжных способов сбора информации о работе персонала предприятия, но в тоже время он является и наиболее сложным для применения;

– метод оценки по компетенциям.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляхова Л.С.

Рогожкина Д.А., маг. 2 к.
Донецкая академия управления и государственной службы

Подбор персонала в организации

Роль найма как подсистемы управления персоналом неуклонно возрастает. Удовлетворение количественного и качественного спроса на трудовые ресурсы является главной целью этой системы. В современных условиях эффективность использования персонала в значительной степени зависит от результатов подбора и найма новых работников.

Подбор персонала подразумевает определённую систему мероприятий, которые осуществляет организация по поиску и привлечению кандидатов на вакантные места, обладающих деловыми и личностными качествами, необходимыми для решения проблем организации. Соискатели, привлечённые для прохождения процедур подбора и приёма на работу, имеют собственные, индивидуальные цели. Также свои цели преследуют работодатели, организуя отбор кандидатов. Как правило, соискатели намерены трудоустроиться именно на то рабочее место, которое им представляется наиболее привлекательным и выгодным. Организации следует избегать ошибок при приёме, поскольку допущенные недоработки и ошибки отрицательно сказываются как для организации, так и для нового сотрудника.

Подбор и наём персонала осуществляется из двух источников: внешнего (из соискателей, не имевших прежде отношений с работодателем) и внутреннего (из членов трудового коллектива). Привлечение из внутреннего источника преимущественно используются следующие подходы:

1. Выбор оптимального кандидата, исходя из результатов его работы, отношения к нему коллег, непосредственного руководителя, продолжительности нахождения в должности, образования, компетенций, вознаграждений.

2. Формирование и развитие кадрового резерва. Условием зачисления в резерв должны служить сведения о повышении квалификации и профессиональной переподготовке, готовность работника к дальнейшему профессиональному росту и занятию более высокой должности, в том числе руководящей должности.

3. Организация конкурсов на замещение вакантного места и привлечение к участию в нём перспективных сотрудников, умеющих обосновать своё видение решения поставленных задач. О конкурсе будущие участники должны быть заранее оповещены.

Анализ опыта проведения поиска и найма персонала показывает на ряд ошибок, которые допускают работодатели:

– недостаточно объективно оцениваются деловые качества соискателей, поскольку при оборе преимущественно ограничиваются собеседованием и анкетированием;

– недостаточно формализованы процедуры замещения должностей, отсутствуют рекомендации по проведению каждого из этапов отбора;

– не оцениваются должным образом способности кандидатов выполнять служебные обязанности на конкретном рабочем месте. В первую очередь это относится к молодым специалистам–выпускникам учебных заведений высшего и среднего профессионального образования;

– не все возможные источники привлечения рабочей силы задействуются. Как правило, ограничиваются ранее использованными, более привычными.

Так как необходимо соответствие личных качеств кандидата требованиям к должности, предлагается в перспективе при наборе кандидатов на вакантную должность включать в состав комиссий специалистов–психологов. Консультации психологов могут помочь организации и в решении других вопросов, например, в разрешении конфликтных ситуаций, которые нередко возникают при решении производственных задач. При наборе кандидатов из внешних источников на руководящую или другую ответственную должность может быть использована анкета «Самооценка личности» с заранее подготовленными вопросами. В содержание анкеты рекомендуется включить следующие вопросы:

– какова, по мнению соискателя, продолжительность его адаптации в новой должности?

– необходима ли соискателю профессиональная переподготовка (повышение квалификации)?

– каковы основные приоритеты соискателя?

– каких основных принципов придерживается соискатель при решении служебных вопросов?

– насколько соискатель готов тратить все свои силы и здоровье для работы?

– считает ли соискатель, что его уровень квалификации позволит выполнять задачи согласно будущей должности?

– насколько соискатель готов работать в стрессовых ситуациях?

Использование данных предложений ускорит знакомство с кандидатом и повысит эффективность и надёжность отбора.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляхова Л.С.

Толубаева Е.Г., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Проблема гендерного неравенства как фактор кадрового риска

Для цифрового общества информационной открытости гендерное неравенство внутри компании – это не только ухудшение климата в коллективе и нарушение профессиональной этики, это также высокий риск потери квалифицированного сотрудника, дефицита кадров, существенного удара по имиджу компании. Гендерное неравенство может обусловить негативную репрезентацию компании в обществе в целом, что в свою очередь приведет к ее дискредитации на рынке, снижении рентабельности и финансовой устойчивости. То есть очевидна корреляция между кадровыми и репутационными рисками.

Как показывает исследование World Development Indicators (2017), несмотря на изменения условий труда и изменения социальной политики гендерное неравенство сохраняет свою устойчивость. Данное положение дел получило специальное обозначение - феномен «заторможенного прогресса», примером которого как раз является сохранение неравенства в статусе и доходе при существенном увеличении доли трудящихся женщин, участвующих в экономике (Марарица, Л.В., Казанцева, Т.В., Гуриева, С.Д. Феномен гендерного неравенства как фактор карьерного капитала женщины: постановка проблемы // Психология человека в образовании, 2019. т. 1, № 1).

Изучение гендерного неравенства как предпосылки кадрового риска представляет интерес и в связи с вступлением в силу обновленной версии международного стандарта ISO 9000, где особое внимание уделяется человеческим ресурсам: «Работники - важнейший ресурс организации. Результаты деятельности организации зависят от того, как люди ведут себя в рамках системы, в которой они работают».

Гендерное неравенство является латентным фактором, активизирующим целую систему кадровых рисков. Процесс «doing gender» обуславливает формирование, распространение и поддержание комплекса практик, поведенческих паттернов и стратегий в организации, направленных на позиционирование гендера как части именно профессиональной идентичности сотрудника.

Для минимизации кадровых рисков, вызванных гендерным разрывом, разрабатываются и проводятся превентивные мероприятия. Данные мероприятия актуальны на всех уровнях системы управления кадрами в организации. На сегодняшний день подобные мероприятия являются обязательной составляющей многих коммерческих организаций европейских стран и США, и значительно меньше распространены в России. По нашему мнению, это связано не только с социально–культурными особенностями,

но и с государственной политикой, нормативно–правовым регулированием данной сферы. В частности, в России гендерное равенство в сфере труда закреплено юридически в п.3 ст. 19 Конституции РФ («мужчина и женщина имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации»). Также, в ст. 22 Трудового кодекса («работодатель обязан обеспечивать работникам равную оплату за труд равной ценности»). Однако комплексных стратегий, нормативных актов, обязывающих компании сокращать гендерный разрыв и препятствовать его появлению, нет. В связи с чем многие компании относятся к гендерному разрыву попустительски, не воспринимая его как весомый фактор кадровых рисков.

Несколько иная ситуация наблюдается в европейских странах. В качестве примера мы можем привести Закон о свободе выбора своего профессионального будущего, принятый парламентом Франции в августе 2018 года. Данный нормативно–правовой акт направлен на поддержку гендерного равенства, стимулирование профессионального образования, противодействие сексизму, различным формам дискриминации на рабочих места, формирование карьерного и социального капитала. Закон базируется на трех принципах: прозрачность, исправление и контроль.

В целях нивелирования гендерного разрыва в рамках данного закона был разработан индекс равенства мужчин и женщин, состоящий из пяти критериев:

1. Устранение разрыва в размерах заработной платы между полами на равнозначной должности в равнозначном возрасте.

2. Одинаковая возможность работников увеличить свою заработную плату.

3. Одинаковая возможность мужчин и женщин для карьерного роста.

Так в рамках действующего во Франции еще с 2014 года Закона о гендерном равенстве в составе совета директоров всех компаний, в которых работают более 250 человек, должно быть не менее 40% женщин. Компании, не соответствующие этому критерию, с 2017 г. не допускаются к заключению государственных контрактов. Аналогичная система действует и внутри политических партий, если партия не смогла достичь гендерного равенства, то на нее накладывается штраф. Также индекс направлен на фиксацию гендерных диспропорций в профессиональной и отраслевой структуре занятости, например, традиционно женщин больше в сфере услуг, включая медицинские и образовательные услуги, а мужчины преобладают в инженерных сферах деятельности и 1Т–сфере.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Митина Н.Н.

Секция совершенствования финансово–кредитных отношений

Гребенникова Ю.П., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Политика управления риском ликвидности коммерческого банка (на примере АО «Банк ДОМ.РФ»)

Ликвидность — это одна из главных качественных характеристик деятельности коммерческого банка, на основании которой анализируется его финансовая устойчивость. Деятельность банка связана с большим количеством рисков, в связи с этим ликвидность в качестве его основного индикатора также может быть подвержена риску. Риск ликвидности показывает вероятность невыполнения обязательств кредитной организацией перед клиентами, кредиторами. Поэтому от того насколько грамотно будет управлять банк этим видом риска зависит его финансовый результат в будущем.

Политика управления банковской ликвидностью формируется собственниками кредитной организации в составе ее финансовой политики, определяет принципы привлечения банковских ресурсов и размещения денежных средств в доходные банковские продукты, дифференцированные по видам и срокам. Эффективная реализация политики управления риском ликвидности коммерческого банка позволяет формировать положительное сальдо результирующего денежного потока и обеспечивать способность банка своевременно и в полном объеме отвечать по принятым на себя обязательствам.

Управление банковской ликвидностью следует осуществлять с учетом текущих требований регулирующих органов, прогнозных изменений банковского регулирования и в соответствии с внутренними приоритетами кредитных организаций, прописанными в ее финансовой политике.

Риск ликвидности – риск того, что АО «ДОМ.РФ» не сможет вовремя и в полном объеме выполнить свои обязательства как в обычных, так и в стрессовых условиях.

Риск ликвидности возникает в случае несоответствия сроков погашения активов и обязательств или отсутствия у АО «ДОМ.РФ» возможности обеспечить своевременное финансирование обязательств в полном объеме.

Анализ риска ликвидности охватывает все операции и позволяет определить возможные периоды и причины потенциального дефицита ликвидности.

Система управления риском ликвидности также включает планирование операций и определение необходимых источников финансирования.

АО «ДОМ.РФ» регулярно анализирует риски ликвидности как для реалистичного, так и для стрессового варианта развития событий, формирует соответствующую управленческую отчётность.

Для целей управления риском ликвидности АО «ДОМ.РФ» использует следующий инструментарий:

– осуществляет мониторинг экономических, политических и других внешних и внутренних факторов, влияющих на ликвидность;

– поддерживает диверсифицированную и стабильную структуру источников финансирования, состоящую из выпущенных облигаций, кредитов и займов, средств, полученных от продажи закладных, операций по секьюритизации;

– осуществляет моделирование и сценарный анализ потоков по ипотечным активам с использованием специально разработанных экономико–математических моделей;

– регулярно оценивает и поддерживает необходимый объем высоколиквидных активов;

– осуществляет регулярный мониторинг разрыва ликвидности;

– оценивает временной горизонт, на котором в случае реализации стрессовых событий будет иметь возможность своевременно и в полном объеме исполнять свои обязательства.

Для целей поддержки диверсифицированной и стабильной структуры источников финансирования, а также для привлечения дополнительной ликвидности и размещения временно свободных денежных средств АО «ДОМ.РФ» использует следующий инструментарий: размещение средств в банки на депозиты и по договорам о минимальном неснижаемом остатке; привлечение/размещение средств при помощи сделок прямого/обратного РЕПО; размещение средств в высоконадежные долговые ценные бумаги; секьюритизация ипотечных активов; выпуск корпоративных облигаций различной срочности.

Регулирование риска ликвидности может охватывать комплекс более глубоких мер по восстановлению ликвидности кредитной организации. Потребность в проведении таких мероприятий вызывается, как правило, наличием серьезных упущений, недостатков в управлении ликвидностью или возникновением непредвиденных обстоятельств в деятельности коммерческого банка.

Возможными мероприятиями в этом случае могут быть реструктуризация обязательств, увеличение уставного капитала кредитной организации, привлечение краткосрочных и долгосрочных кредитов (депозитов), ограничение, либо прекращение кредитования на определенный срок, реструктуризация активов, в том числе продажа части активов, сокращение либо приостановление проведения расходов, в том числе управленческих, включая, заработную плату сотрудников.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Абрамов С.А.

Егупов С.И., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Обзор рынка ипотечного кредитования за 2021 год

Пандемия коронавируса оказала негативное воздействие на экономики всех стран и жизни людей. В России были приняты разнообразные меры поддержки населения. За прошедшие полтора года Президент РФ не раз подчёркивал, что прежде всего государство должно поддержать семьи с детьми. В результате последовал целый ряд мер такой поддержки. В том числе появилась программа льготной ипотеки, которая дала небывалый всплеск покупок квартир в новостройках и возможность решить жилищные проблемы для сотен тысяч семей.

В текущих условиях повышения ключевой ставки Банка России до 7,5% и пересмотра ее прогнозной динамики в 2022 г. в среднем до 7,3–8,3%, процентные ставки в экономике перешли к росту. Безусловно, данный факт сказывается на ставках и по ипотечным продуктам.

В III квартале 2021 г. наблюдался рост ставок предложения топ–15 ипотечных банков. Так, например, с 1 октября 2021 г. Сбербанк повысил рыночные ставки по ипотеке по основным программам на 0,4% п.п.

Рассмотрим состояние и динамику рынка ипотечного кредитования в 2021 г. с акцентом на такие наиболее популярные ипотечные продукты как «Льготная ипотека» и «Семейная ипотека».

После повышения банками в июле 2021 г. средних ставок по «Льготной ипотеке» на 0,41 п.п. до 6,0%, в связи с изменением условий программы, в дальнейшем стоимость кредитования в льготном сегменте ипотеки оставалась неизменной. В свою очередь, в сентябре ряд банков снизили ипотечные ставки по программе «Дальневосточная ипотека».

Доля ипотеки на цели рефинансирования в общем объеме выданных кредитов за июль–август снизилась на 2,2 п.п. до 9,4%. Вместе с тем спрос на кредиты для целей рефинансирования дополнительно поддержан за счет распространения «Семейной ипотеки» на семьи с одним ребенком. Условия программы позволяют рефинансировать ипотечный кредит, оформленный на покупку жилья в новостройках, по льготной ставке до 6%.

В III квартале 2021 г., по предварительным оценкам, выдано 458 тыс. кредитов, что на 1 360 млрд (+5%) больше по сравнению с III кварталом 2020 г. В результате изменения государственных программ льготной ипотеки выдача субсидируемых кредитов уменьшилась до 82 тыс. кредитов, а это на 50% меньше аналогичного периода 2020 г. Происходило замещение льготной ипотеки спросом на рыночные продукты банков, условия по которым оставались привлекательными для заемщиков. Многие банки для стимулирования спроса запускали совместные программы с застройщиками. Если ранее часть граждан, имеющих возможность покупки жилья за

счет собственных средств, решали взять ипотеку на льготных условиях, то после ухудшения условий льготной ипотеки увеличилась покупка жилья за счет собственных средств. Таким образом, снижения спроса на рынке новостроек не произошло. Дополнительное сдерживающее влияние на рынок до конца года будет оказывать опережающий рост цен на жилье по сравнению с доходами населения в течение последних полутора лет.

Продление программы «Льготной ипотеки» до июля 2022 г. на новых условиях (повышение льготной ставки до 7% и снижение максимальной величины кредита до 3 млн руб.) привело к снижению объема кредитования по программе. Наиболее заметным было снижение в столичных регионах, где ранее максимальный размер кредита составлял 12 млн. руб. Это значит, что Москва, Санкт–Петербург и другие крупные города практически выпали из неё. Да, и объёмы программы существенно уменьшились.

Одновременно с этим, распространение «Семейной ипотеки» на семьи с одним ребенком, родившимся с 01.01.2018 г. по 31.12.2022 г., ожидаемо привело к росту спроса на данную программу с 1 июля. Уже в сентябре по «Семейной ипотеке» выдано 10,1 тыс. кредитов, что на 66% выше среднемесячного уровня за I полугодие 2021 г. По информации крупнейших банков, в сентябре заявки на «Семейную ипотеку» показали двукратный рост по сравнению с I полугодием 2021 г., что должно отразиться на объемах выдачи в последующие месяцы. По этой программе ставка меньше 6% годовых, а размер первоначального взноса и максимальной суммы кредита позволяют решить квартирный вопрос семьям по всей стране.

Таким образом, в связи с подорожанием «Льготной ипотеки» и одновременным расширением условий доступности «Семейной ипотеки» произошло некоторое перераспределение спроса на данные ипотечные продукты, как видно из статистических данных, приведенных выше.

Следует отметить, что после значительного подорожания в конце 2020 – начале 2021 гг. стоимости квадратного метра на рынке недвижимости, во второй половине 2021 г. наблюдается некоторая стабилизация цен и тенденция к дальнейшему незначительному снижению, что может стать дополнительным стимулом к возобновлению темпов прироста реализации ипотечных продуктов банками.

В России при активном участии государства разработан и внедрен достаточно широкий спектр мер поддержки населения в плане приобретения жилой недвижимости. Всего таких мер поддержки (федеральных и региональных) действует сейчас свыше 300. Наличие такого набора мер позволяет сделать вывод о социально–ориентированной экономической политике государства, а также о том, что даже в относительно тяжелых экономических условиях рынок ипотечного кредитования в России может оперативно приспосабливаться к изменяющимся условиям, имеет явные зоны роста, что сказывается на стабильности строительной отрасли.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Зайцева А.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Управление запасами импортного сырья как элемент управления оборотным капиталом организации

Управление запасами выступает важным элементом управления оборотным капиталом, который нацелен на достижение одного из главных стратегических ориентиров компании – обеспечение бесперебойного процесса производства. Рациональная политика управления запасами позволяет оптимизировать их общий размер и структуру, а также снизить текущие затраты организации, в составе которых запасы могут занимать существенный удельный вес.

Практика показывает, что нерациональное управление производственными запасами организации может так или иначе негативно отразиться на ритмичности производственной деятельности: привести к росту себестоимости и падению прибыли. Следовательно, для достижения наиболее высоких результатов деятельности организации значимую роль играет обеспечение качественного управления ее материально–производственными запасами.

Повышенная сложность в управлении запасами импортного сырья заключается в том, что многие импортные компоненты поставляются в течение длительного срока с момента размещения заказа (например, для производства многих продовольственных товаров импортным сырьем служат тропические масла, для которых интервал времени между формированием заказа и получением сырья в порту выгрузки занимает порядка 2,5–3 месяцев), поэтому оперативно повлиять на сроки поставки невозможно. Если изменится спрос, то корректировка объема и структуры поставки сталкивается с непреодолимыми трудностями.

Также при морской транспортировке существуют следующие иные факторы, осложняющие управление запасами и влияющие на себестоимость импортного сырья:

– демередж – плата за простой судна в порту при неблагоприятных погодных условиях или иных форс–мажорных обстоятельствах;
– время на таможенное оформление поставки;
– время на сюрвейерские услуги в порту выгрузки.

Учитывая все вышеизложенные факторы, организация должна ставить перед собой следующие задачи в рамках управления запасами импортного сырья:

– повысить точность прогнозирования потребностей в сырье;
– повысить оборачиваемость сырья при возникновении излишков и залеживаний на складе без снижения качества готовой продукции.

К одному из наиболее широко распространенных методов анализа запасов организации относится метод ABC–классификации запасов, который представляет собой классическую модель управления ими. В рамках использования данной модели запасы классифицируются по определенному выбранному предварительно показателю. Так, все товарно–материальные запасы организации могут быть проклассифицированы по трем категориям важности в зависимости от степени их воздействия на итоговый результат:

– категория А – очень важные;
– категория В – средней степени важности;
– категория С – наименее важные.

В результате проведенного ABC–анализа следует осуществлять контроль каждой группой запасов в отдельности: для запасов, попавших в группу «А» необходимо проводить более тщательный контроль.

В настоящее время существует множество специальных сервисов и программных продуктов, используемых в прогнозировании запасов, которые на основе статистических данных (кроме базового спроса необходимо учитывать также эффект от маркетинговых акций и выхода на рынок новой продукции, непредсказуемый спрос крупных vip–клиентов и др.). Из всех имеющихся математических моделей выбирают наиболее оптимальную модель прогнозирования, учитывая при этом специфику деятельности организации.

Следующим этапом управления запасами организации после ABC–анализа и прогнозирования потребности является их оптимизация. Для обеспечения оптимизации управления запасами в логистической системе широкое распространение получила модель управления запасами EOQ Уилсона. Данная модель активно применяется с целью определения типа запасов, объема материалов и сырья, требующихся в единицу времени, оптимального размера поставок.

Кроме того, данная модель позволяет сформировать минимально допустимый нормативный объем запасов, использование которого позволит свести к минимуму затраты хранения запасов.

Несмотря на большое количество преимуществ использования данной модели, ей присущи также и определенные ограничения, а именно: уровень спроса на товар должен иметь постоянный характер, а транспортные затраты по заказам на товар являются неизменными величинами.

Подводя итог вышеизложенному, считаем возможным отметить, что рассмотренные нами аспекты управления запасами позволяют соответствующим образом спланировать действия финансовых менеджеров в рамках оптимизации запасов организации, но при этом в то же время следует учитывать определенные погрешности, характерные для некоторых моделей.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Захарова А.П., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Налоговые системы Российской Федерации и США в контексте принципа справедливости налогообложения

Современная налоговая система России была создана к началу 21–го века, напротив, американская система была сформирована в середине 20–го века, поэтому она имеет долгую историю и более последовательный механизм.

Актуальность этого вопроса заключается в том, что с начала 21 века до наших дней трансформация налоговой системы активно проводится во всем мире. В этом смысле в качестве первого критерия стоит рассмотреть особенности налоговой системы двух стран в зависимости от их федеральной структуры–Российской Федерации и Соединенных Штатов, чтобы провести сравнительный анализ для целей этого исследования, выявить сходства и различия, а также определить, что соответствует принципу налогового капитала.

Таким образом, в систему налогов и сборов Российской Федерации входят федеральные, местные и местные налоги и сборы. Налоговая система США, аналогичная налоговой системе России, состоит из 3 уровней, соответствующих 3 уровням управления. Первый уровень это верхний (федеральный) уровень, к нему относится федеральный налог, поступающий в федеральный бюджет. Второй уровень – средний (на уровне штата, аналогичное местным налогам), к нему относится налоги и сборы, введенные законодательством штата для поступления в последний бюджет. К третьему уровню относятся более низкие налоги на местном уровне, включая муниципалитеты, округа, округа и другие государственные и территориальные образования, то есть налоги, вводимые местными органами власти для поддержания местных бюджетов.

Имеется также очевидные различия, таким образом, налоги на уровне штатов в США распределяются напрямую между субъектами Федерации и программами их развития. В то же время налоговый сектор Российской Федерации основан на определенных принципах, а распределение совершенно другое: в большей степени процесс сбора осуществляется вертикально, а затем перераспределяется из–за фактора неравенства структуры субъектов нашей страны.

Второй критерий – налоговая служба в структуре налоговой системы. Таким образом, законодатели Штатов имеют право собирать налоги, которые не противоречат федеральному законодательству США, а местные органы власти имеют право собирать налоги, разрешенные законодательством штата. Структура налоговой системы, возглавляемая налоговым управлением или Службой внутренних доходов, входит в состав Мини-

стерства финансов. Налоговый орган или внутренняя налоговая служба выполняют функции, аналогичные Федеральной налоговой службе Российской Федерации.

Современная налоговая система США характеризуется следующими характеристиками: прогрессивный характер налогообложения; универсальность обложения – при равенстве сумм дохода обычно действуют однородные налоговые ставки; дискреционные полномочия по накоплению налогов, когда более высокая ставка применяется только к строго определенной части суммы налога; разделение налогов от сборов в Фонды социального обеспечения; наличие множества специальных скидок, льгот и исключений; периодические изменения текущих налоговых ставок; фиксированный минимальный уровень необлагаемого налогом дохода.

Наконец, переходим к 3–му критерию – методу контроля. Основываясь на сравнительном анализе налоговых систем обеих стран, можно сказать, что в нашей стране нет прогрессивного налогообложения и используются плоские шкалы, поэтому дискреционные для накопления налогов, как уже упоминалось, сумма подоходного налога, зачисляемая в федеральный бюджет США, является прогрессивной, поэтому интересно, что основное бремя ложится на богатых.

И, наконец, последним критерием является размер налогового бремени на основе деталей размера налоговой ставки. Таким образом, размер ставки подоходного налога в США колеблется от 10% до 37%, а пределы ставки налога зависят от семейного положения налогоплательщика и увеличиваются с каждым годом. С другой стороны, в Российской Федерации установлены определенные налоговые основания, указывающие на годовой доход облагаемого, социальный статус лица, непосредственно влияющего на сумму налога, не учитывается.

Поэтому, если говорить о механизме принципа справедливости в налогообложении доходов граждан, то в большинстве стран используется шкала прогрессивной налоговой ставки. Но при обсуждении возврата к прогрессивному налогообложению для всех граждан можно сказать, что нынешняя плоская ставка налогообложение граждан является стабильным и, следовательно, справедливым для всех. Однако в то же время прогрессивный подход, во–первых, не приводит к резкому снижению доходов граждан, а во–вторых, не создает теневую экономику, сокрытие доходов. Но не стоит забывать про опыт зарубежных стран, а также экономический строй граждан. Поэтому в этом вопросе необходимо руководствоваться фискальной политикой и текущим бюджетом государства, экономикой страны, потребностями налогоплательщиков и т.д.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Качур О.В.

Ковалева М.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Кредитный портфель российского банковского сектора в условиях пандемии

Кредитные операции занимают прочную позицию в структуре активных операций российских коммерческих банков, что свидетельствует о серьезном влиянии кредитного портфеля на их финансовую устойчивость.

Сложившаяся ситуация на финансовом рынке, вызванная пандемией коронавируса, представила серьезную угрозу снижения качества кредитного портфеля российского банковского сектора.

Ухудшение качества кредитного портфеля коммерческих банков, проявляющееся прежде всего в росте проблемной и просроченной ссудной задолженности, усиливает давление на показатели достаточности капитала. В периоды кризисов, вследствие сокращения объемов кредитного портфеля и ухудшения его качества, происходит значительное, а во многих случаях обвальное, снижение процентных и непроцентных доходов банков. Следствием этого, как правило, является повышение вероятности образования убытков и прекращения деятельности коммерческого банка.

В Российской Федерации, несмотря на ухудшение финансового положения заемщиков, существенного снижения качества кредитного портфеля коммерческих банков в условиях пандемии не произошло.

Меры поддержки и регуляторные послабления Банка России, среди которых стоит отметить программы льготного кредитования, программы реструктуризации и кредитных каникул, поддержавшие заемщиков в кризисный период и позволившие вернуться к нормальному графику платежей или же погасить задолженность, сдержали ухудшение качества кредитного портфеля коммерческих банков в 2020 году.

В 2021 году банковский сектор продолжил наращивание как корпоративного, так и розничного кредитного портфеля (таблица).

Таблица – Корпоративный и розничный кредитный портфель российского банковского сектора в 2018 – 2 кв. 2021 гг., трлн руб.

Категория заемщика / Период	2018 г.	2019 г.	2020 г.	1 кв. 2021 г.	2 кв. 2021 г.
Физические лица	16	18	20	21	23
Юридические лица	38	42	45	47	48

Основной рост спроса на ипотечные кредиты во втором квартале 2021 г. отмечался в июне по программе льготной ипотеки под 6,5 %, когда заемщики стремились получить кредит до повышения ставки до 7% и пересмотра предельного размера кредита. Их качество при этом стабильно высокое: доля просроченных кредитов со сроком свыше 90 дней снизилась до 1,0%, а темп реструктуризаций замедлился.

Рост потребительского кредитования во втором квартале 2021 г. ускорился в связи с возросшей потребительской активностью населения. Доля просроченных кредитов со сроком свыше 90 дней снизилась на 0,4 п.п. (до 8,5%), однако это преимущественно объясняется ростом кредитного портфеля, а также списаниями и уступками проблемной задолженности. При этом в среднесрочной перспективе ЦБ РФ ожидает некоторого роста проблемной задолженности, учитывая агрессивную динамику выдач и высокий уровень долговой нагрузки населения.

Корпоративный портфель (включая МСП) показал прирост, во многом обусловленный желанием компаний зафиксировать ставки по кредитам до их ожидаемого повышения банками. Существенный вклад в рост портфеля внесли финансирование крупных сделок горнодобывающих и нефтегазовых компаний, а также кредиты дочерним структурам банков, субъектам МСП и застройщикам жилья в рамках проектного финансирования с эскроу счетами. Рост кредитного портфеля МСП, в свою очередь, связан с реализацией госпрограмм с низкой процентной ставкой. На госпрограммы приходится около пятой части всего объема выдач.

Качество корпоративного кредитного портфеля продолжает улучшаться: объем ссуд IV–V категории качества снизился как в абсолютном, так и в относительном выражении (на 68 млрд руб. или 0,4 п.п.). Сокращение проблемных кредитов в большей степени обусловлено работой с проблемной задолженностью, в том числе за счет уступок и списаний. Потенциальные риски несут, в первую очередь, реструктурированные кредиты в отраслях, где пока не произошло полного восстановления денежных потоков (например, сфера коммерческой недвижимости, на которую приходится около 20% реструктуризаций).

Качество портфеля МСП по–прежнему существенно хуже, чем прочих корпоративных заемщиков. Однако доля плохих ссуд постепенно снижается как благодаря быстрому росту самого портфеля, так и за счет снижения объема проблемных кредитов.

Таким образом, несмотря на пандемию коронавируса, затронувшую все сферы деятельности, в том числе и банковской, своевременное принятие мер поддержки со стороны государства и их активное применение со стороны банков, позволили сдержать ухудшение качества кредитного портфеля и продолжить его активное наращивание. Однако события последних месяцев, в частности, повышение ключевой ставки ЦБ, а также введение локдауна в ряде регионов РФ, вновь могут привести к ухудшению финансового положения и необходимости принятия новых мер поддержки как для заемщиков, так и для банков в целях предупреждения ухудшения качества кредитного портфеля.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Кудряшова О.С., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Банковский сектор России в условиях глобальной нестабильности

Мировой кризис, возникший под влиянием пандемии COVID–19, поражает своими масштабами и географическим охватом. Если сравнивать процент вовлеченных в рецессию стран, то в текущий период он имеет рекордный показатель – порядка 93%.

Для сравнения во времена «Великой депрессии» этот процент на пике составлял 83%, в период финансового кризиса 2007–2009 годов процент составлял около 61%. Шоковое воздействие карантинных мер, пришедшееся на весну 2020 года, спровоцировало падение темпов прироста ВВП (–12%). Этот показатель коррелируется с показателем деловой активности (промышленность и услуги).

Главными причинами сокращения выпуска стало падение конечного потребления, связанное со снижением доходов населения в целом. В период первой волны пандемии COVID–19 российские банки, их офисы и отделения продолжали в штатном режиме обслуживать своих клиентов.

В целях бесперебойного функционирования, обслуживания клиентов по всему широкому спектру банковских услуг банки расширили возможности своих онлайн–сервисов, в том числе по управлению счетами, конвертации валют и переводам.

Пострадавшие от COVID–19 отрасли получили от банковского сектора за 2020 год более 3–х трлн рублей, еще порядка 1,5 трлн выделены на лизинговые операции с компаниями, имеющими повышенный риск: авиатехника, вагонный парк и прочее.

Серьезным финансовым рискам подвержены банки, которые занимаются кредитованием малого и среднего предпринимательства. Как показала практика, масштабная реструктуризация кредитов, особенно с переходом на «кредитные каникулы», исказила фактическое положение с ухудшением качества активов. К началу «пандемического шока» большая часть российских банков подошла с запасом капитала. Ранее к концу 2019 Банк России завершил свою работу по оздоровлению банковского сектора. В то же время для российской банковской системы характерен «хронический» и достаточно высокий (по мировым меркам) уровень просроченных и проблемных кредитов.

Итоги 2 квартала 2020 года свидетельствуют о том, что за данный период российские банки получили прибыли 2,4 раза меньше по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. В тоже время эксперты считают, что влияние пандемии оказалось достаточно сдержанным, она не привела к

массовым убыткам банков, а в первую очередь ухудшило качество активов.

Не беря во внимания показатели санируемых банков и ПАО «Сбербанк», потери от создания дополнительных резервов в 2020 году составили порядка 393 млрд руб., что в 9 раз превышает показатели за аналогичный период 2019 года.

К началу пандемии с участием банковского сектора при поддержке Правительства РФ и Банка России реализовалось несколько программ, направленных на реструктуризацию задолженности, льготное кредитование и поддержку системообразующих предприятий.

Так, в апреле 2020 года был принят Федеральный закон, дающий право физ. лицам, подходящим под ряд критериев, обратиться в банк за предоставлением кредитных каникул сроком на 6 месяцев.

В дополнение к этому в апреле 2020 года Банк России выпустил информационное письмо с рекомендацией для кредиторов до 30 сентября 2020 года приостановить принудительное выселение заемщика из жилья, на которое ранее постановлением суда было обращено взыскание.

Данные задачи поставили перед банками ряд сложных проблем: возникла опасность, что снижение потока входящих платежей по кредитам, которым предоставлены кредитные каникулы, будет отрицательно влиять на ликвидность баланса банков; ожидалось снижение доходов банков в связи с переносом срока платежей и снижением начисляемых процентов по потребительским кредитам.

Проведенный 17 августа 2020 года Банком России опрос 75 кредитных организаций по результатам работы по реструктуризации задолженности граждан показал, что с 20 марта по 12 августа 2020 года от заемщиков поступило 2569,4 тыс. требований об изменении условий кредитного договора. Из них удовлетворены 1634,5 тыс. заявлений о реструктуризации кредитов. Положительные решения о предоставлении кредитных каникул по ипотечным кредитам получили более 70% обратившихся заемщиков.

Данные меры имели временный характер, так как необходимо было сохранить баланс между интересами банков и сферой производства товаров, услуг, интересами заемщиков.

Эксперты справедливо считают, что продление данных мер поддержки себя исчерпало, так как предоставление привилегий и преимуществ в одностороннем порядке приводит к дезорганизации финансового рынка.

После данных мер в России ужесточились требования к новым заемщикам, повысились цены на банковские услуги, ухудшились условия программ лояльности. Правительству РФ и Банку России еще предстоит проделать работу по поддержке банков, которые продолжают участвовать в программе предоставления кредитных каникул заемщикам.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Абрамов С.А.

Кустовинов В.С., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Актуальные факторы, влияющие на обновление запасов организации

С экономической точки зрения под понятием оборотного капитала понимают набор активов, полностью переносящих свою стоимость в готовую продукцию в производственном цикле, а не растягивающихся на периоды как, например, основные средства (недвижимость, станки). Из этого можно выделить определенные сходства между оборотным капиталом и оборотными активами. На практике под определением оборотного капитала финансисты понимают разницу между совокупной суммой оборотных активов и текущих обязательств.

Структура оборотного капитала, как правило, со временем меняется во многих отраслях из–за нескольких специфических факторов:

- технологические операции;
- организация сбыта и снабжения;
- географическое расположение потребителей и поставщиков;
- система производственных затрат;
- особенности предприятия;
- уровень качества готовой продукции;
- стремление к развитию.

Организации, работающие в сфере обращения, отличаются значительной долей товарных запасов. В условиях воспроизводственного процесса оборотный капитал делится на производственный оборотный капитал и капитал фондов обращения.

Производственные оборотные средства используются в производственных процессах, а средства обращения – для реализации готовой продукции или для приобретения материалов, полуфабрикатов и товаров.

Рациональность пропорции между этими фондами определяется величиной доли оборотных средств, участвующей в процессе переноса стоимости на готовую продукцию. Объем фондов обращения должен соответствовать обеспечению максимально ритмичного процесса обращения, исключая лишние затраты. Следовательно, товарно–материальные запасы – одна из ключевых составляющих оборотных средств.

Запасы выступают в роли определенного гаранта стабильной работы организации и устранения необходимости в непрерывных поставках от поставщиков и возможных сопутствующих проблем в виде срыва сроков и приостановления деятельности компании. Наличие запасов придает оперативную гибкость и позволяет организации производить готовую продукцию экономически выгодными партиями даже в условиях дефицита или постоянного спроса на продукцию.

Управление запасами оказывает влияние на службы маркетинга, отделы финансирования и производство. Управление запасами в средних и крупных компаниях, как правило, обеспечивает специально созданный отдел планирования. Главная цель управления запасами заключается в минимизации различного рода затрат, связанных с приобретением, транспортировкой и хранением запасов.

В условиях обострения конкуренции для рационализации производства и модернизации его технологий необходимо постоянно сокращать производственный цикл и время хранения запасов на производственных площадках и складах, поскольку складские запасы зачастую относят к замороженным мощностям организации, которые необходимо минимизировать с учетом экономического и политического положения в стране.

При высоких показателях экономической стабильности российские организации, занимающиеся розничной торговлей, в среднем хранят запасы на 30 – 34 дня торговли с ежегодным средним приращением стоимости запасов на 20% по данным Федеральной службы государственной статистики на период с 2006 по 2015 год.

Политические и экономические события играют большую роль в управлении запасами. Организации постоянно находятся в состоянии слабой информированности о возможных серьезных последствиях таких событий, что усложняет процессы планирования. В связи с проблемами, начавшимися с 2016 года, многие предприниматели приняли решение об увеличении запасов до 36 – 38 дней торговли, согласно публикации социально– экономического положения России за 2017 и 2019 год.

Всемирная пандемия коронавируса COVID–19 оказала огромное влияние на всемирную экономику, создав промышленные и торговые сбои. Резкое изменение сроков поставки из зарубежных стран негативно отразилось на всех сферах деятельности. Из–за длительного отсутствия материалов и комплектующих часть организаций обанкротились или значительно пострадали. По официальным отчетам, за 2020 год предприниматели, работающие в розничной торговле, увеличили количество запасов для обеспечения 42 дней торговли в январе после локдауна в Китае, 46 дней торговли в апреле после стремительного распространения вируса в России и СНГ, 37 – 39 дней торговли в III квартале из–за спада ограничений и 39 – 41 день торговли в IV квартале, что повлияло на невозможность эффективного инвестирования.

В 2021 году количество запасов в розничной торговле незначительно снизилось во II и III кварталах и в среднем снизилось на 0,5 дня торговли относительно предыдущего года.

Новые ограничения, введенные в октябре 2021 года, по прогнозам экспертов могут привести к увеличению запасов до 41 – 42 дней торговли, несмотря на дефицит и подорожание многих товаров и материалов.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бородина А.С.

Лебедев В.С., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Проблемы использования цифровых технологий в управлении денежными потоками организаций

За последние несколько лет в России, как и во всем мире, резко возросла значимость цифровых технологий. Активно развиваясь и внедряясь в нашу жизнь, эти технологии очень прочно укоренились в ней. Уже сейчас многие скажут, что на данном этапе развития просто невозможно представить наш мир без использования инструментов цифровизации. Особенно сильно их значимость проявилась в 2020 году, когда разразившаяся пандемия COVID–19 нарушила привычный образ жизни не только отдельно–взятых людей, но и целых организаций и, более того, экономик различных стран. В колоссальных масштабах увеличилось использование сервисов и элементов программного обеспечения, которые ранее применялись лишь некоторыми субъектами хозяйствования.

В связи с неизбежным развитием этого процесса у многих организаций, действующих в российской экономике уже довольно большое количество лет, просто не останется выбора, кроме как внедрять цифровые технологии в различные направления своей деятельности. Речь идет, в том числе, о финансово–хозяйственной деятельности организаций.

При этом, даже сейчас, когда необходимость развития цифровых технологий в рамках конкретных компаний стала очевидна, многие продолжают противиться этому.

Самой распространенной причиной у большинства российских организаций является недостаток специалистов, которые обладали бы достаточными навыками для моделирования, оптимизации и анализа всех бизнес–процессов. Такие сотрудники должны обладать гибкостью и уметь подстраиваться под изменения в конкретных технологиях и экономике в целом. Однако, обучение этому с нуля требует огромных материальных, финансовых и временных затрат, которые для многих организаций могут быть неосуществимы.

Кроме того, некоторые компании просто не заинтересованы во внедрении таких технологий, поскольку их деятельность имеет ряд проблемных моментов, которые лишь усилятся при попытке внедрения и использования цифровых технологий. Это, в первую очередь, относится к крупным компаниям в нашей стране. Массивность материальных и человеческих ресурсов, а также отсутствие свободных финансовых ресурсов является в данном случае одной из важнейших причин.

В целом же, управление финансами в организациях – это очень сложный процесс, поскольку хозяйствующие субъекты имеют полную самостоятельность в формировании финансовой политики, установлении до-

говорных отношений с контрагентами, изыскании наиболее оптимальных источников поступления и направлений использования денежных средств. От качества и эффективности управления денежными потоками зависит не только финансовая устойчивость организации в конкретный период времени, но и способность ее к дальнейшему развитию. В связи с этим, организации просто не рискуют внедрять цифровые технологии в свою деятельность, боясь нарушить отлаженный процесс управления.

Кроме того, сам процесс цифровизации не является дешевым и мгновенным. Для его стабильного осуществления необходимо не только отсутствие проблем у организаций, но и другие факторы:

– современная развитая инфраструктура, направленная, в первую очередь, на развитие телекоммуникаций и доступа в интернет;

– безопасность всех данных, связанных с деятельностью организаций, а, как известно, обеспечить это иногда не могут даже крупнейшие мировые IT гиганты;

– безопасность функционирования цифровизированных производств.

В свою очередь, российские организации, которые уже смогли приспособиться к новым условиям и освоить цифровые технологии, активно используют их для улучшения результатов своей деятельности, увеличивая свои денежные потоки.

Более того, использование нововведений позволяет им повышать прибыль и снижать издержки. Следовательно, роль цифровых технологий в этом нельзя преуменьшать.

Главным образом, это связано с тем, что цифровизация минимизирует воздействие человеческого фактора в процессе управления денежными потоками, а, следовательно, повышается производительность труда и сокращается количество типичных для человека ошибок.

Кроме того, цифровые технологии, уже сейчас применяемые организациями, позволяют отслеживать все поступления и расходования средств максимально точно и своевременно, а также довольно быстро решать ряд проблем с оптимизацией источников финансирования деятельности организаций.

В сложившихся условиях рыночной экономики успешная реализация и завершение процесса цифровизации позволит решить колоссальный объем проблем, связанных с управлением организациями и, в том числе, с управлением их денежными потоками. Цифровые технологии позволяют запустить непрерывное изменение и совершенствование всех процессов деятельности организаций. Кроме того, данный процесс во всем мире начался относительно недавно, а значит в дальнейшем будет лишь набирать обороты, а его влияние на результаты деятельности организаций в экономике будет только расти.

Научный руководитель – ст. преп. Долгова О.В.

Мурина Д.Е., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Формирование финансовых резервов компаний как фактор устойчивости в условиях нестабильной экономики

Коммерческие компании как правило осуществляют своё финансовое планирование в условиях риска и неопределённости. Прогнозируемые финансовые показатели зависят как от внутренних факторов (производственные мощности, ценовая политика и т.д.), так и от внешней среды (инфляция, изменение налогового законодательства). Именно внешние факторы наиболее трудно прогнозировать в силу их автономности. Такие обстоятельства, как инфляция, можно планировать с определенным допущением и сформировать на основе данного предположения финансовый план. Однако в связи с возникновением новой коронавирусной инфекции и последующими экономическими мерами государства по воспрепятствованию её распространения, прогнозировать финансовые показатели, а также выстраивать стратегические финансовые планы оказалось затруднительно, в особенности для компаний, относящихся к пострадавшим отраслям.

Новые обстоятельства заставляют компании и финансовых менеджеров формировать финансовые резервы на случай непредвиденных обстоятельств, таких как ограничительные меры, карантин, локдаун. Наличие резерва позволит организациям быть готовыми к существенному сокращению или полному прекращению деятельности на определённый период и выполнить в полном объёме (или хотя бы частично) обязательства перед контрагентами, персоналом по оплате труда, бюджетами и внебюджетными фондами. Финансовая «подушка безопасности» в особенности важна для компаний из так называемых «пострадавших отраслей», так как ограничительные меры государства влияют в первую очередь на деятельность именно этих организаций.

Наиболее очевидный способ формирования финансового запаса – это заблаговременное резервирование средств в краткосрочные финансовые вложения, либо другие высоколиквидные активы. В процессе бюджетирования сумма, регулярно отчисляемая в резервный фонд, может быть отражена как константа или зависеть от прогнозируемой операционной прибыли. В данном случае компания в благоприятных финансовых условиях аккумулирует временно свободные денежные средства в сбережения и при наступлении неблагоприятных обстоятельств может воспользоваться сформированным ресурсом.

Стоит отметить, что размещение денежных средств в ликвидных финансовых активах (таких как банковский депозит) не защитят капитал от инфляции, так как доходность таких банковских продуктов крайне невелика. Здесь можем говорить о том, что платой за формирование финансового

резерва будет являться обесценение актива за период размещения. Возможно резервирование средств и в более доходных активах (например, ценные бумаги, предоставление процентных займов другим компаниям). Но стоит учитывать, что повышение доходности будет достигнуто за счет снижения ликвидности, что делает этот резерв менее мобильным.

Не всегда компания имеет возможность сформировать финансовый резерв за счет собственных средств. Это может быть связано с неблагоприятным финансовым положением, либо истощением ранее накопленного запаса. В условиях пандемии многие организации столкнулись с ситуацией, когда все резервы исчерпаны, но сохраняется высокая неопределенность и риск очередного введения ограничительных мер, в период действия которых вновь потребуется финансирование. В данном случае компания может сформировать кредитный резерв.

Кредитным резервом организации может стать заблаговременно открытая кредитная линия (возобновляемая или невозобновляемая), овердрафт или классический кредит. Как правило кредитные продукты, направленные на оборотное финансирование, являются целевыми, и их можно использовать только по определенным направлениям: выплата заработной платы, зарплатных налогов, страховых взносов, расчеты с поставщиками и подрядчиками по операционной деятельности.

Стоит отметить, что данный ресурс является более дорогим, процентная ставка по кредиту может зависеть как от срока и объёма кредитования, так и от финансового положения самой компании – найдя его неудовлетворительным, банк может хеджировать свой риск повышением процента.

Кредит как финансовый резерв компании является не только более дорогим, но и наиболее рискованным источником средств. Если кассовый разрыв сам по себе не предполагает убытка, то вынужденный простой организации с сохранением обязательств перед персоналом по оплате труда, вынуждает компанию покрывать именно убыток. В этом случае для погашения основного долга и процентов по нему необходимо достижение положительного финансового результата в будущих периодах. Однако, в условиях неопределённости крайне трудно прогнозировать финансовый результат, как и трудно предположить период действия ограничительных мер, в течение которых компании придётся пользоваться кредитным ресурсом.

Так или иначе, формирование финансового резерва крайне важно для любого бизнеса, так как является залогом её финансовой устойчивости. Понимание объёма резерва необходимо для принятия правильного управленческого решения в сложной экономической ситуации.

Научный руководитель – ст. преп. Долгова О.В.

Остапенко Д.В., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Программы льготного кредитования малого и среднего предпринимательства

Поддержка малого и среднего предпринимательства является одним из приоритетных направлений государственной стратегии экономического развития в нашей стране. В связи с этим актуальность льготного кредитования малого и среднего предпринимательства (МСП) обусловлена доступностью рынка кредитования для небольших компаний.

На сегодняшний день в России существует госпрограмма стимулирования кредитования малого и среднего бизнеса, действующая в рамках Постановления Правительства РФ от 30 декабря 2018 г. №1764 «Об утверждении правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным в 2019–2024 годах субъектам малого и среднего предпринимательства по льготной ставке».

Направленность данной программы заключается в выборе государством приоритетных отраслей экономики, в которых необходимо увеличение доли малого или среднего бизнеса. К таким отраслям относятся: сельское хозяйство, здравоохранение, образование, строительство, обрабатывающее производство, общественное питание, высокотехнологичные проекты, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, внутренний туризм, бытовые услуги, сбор, обработка и утилизация отходов и др. Для того, чтобы получить льготный заем необходимо состоять в реестре малого и среднего бизнеса, обладать статусом налогового резидента РФ, не иметь налоговых задолженностей и возбужденных дел о банкротстве, также необходимо наличие положительной кредитной истории. Согласно условиям данной программы приоритетные отрасли могут привлечь:

– субсидированный государством заем на инвестиционные цели на сумму до 1 млрд рублей сроком до 10 лет;

– заем на пополнение оборотных средств от 3 млн рублей до 100 млн рублей на срок до 3–х лет у банков, участвующих в программе. В программе участвуют более 40 банков, среди которых Сбербанк, Возрождение, Росбанк, Промсвязьбанк, Райффайзенбанк и другие;

– кредит на развитие предпринимательской деятельности до 10 млн рублей сроком на 5 лет по ставке не более 9,95%. Данным предложением могут воспользоваться субъекты МСП, являющиеся микропредприятиями.

Субсидии предоставляет Минэкономразвития Российской Федерации каждый месяц, исходя из размеров бюджетных средств, выделенных

на эти цели и прописанных на соответствующий финансовый год и плановый период в федеральном законе о федеральном бюджете.

Также в рамках данной программы предусмотрена возможность рефинансировать кредит, ранее взятый на инвестиционные цели под ставку не более 8,5% годовых. При этом заключаемый кредитный договор не может одновременно содержать текущие и инвестиционные цели.

К 2025 г. планируется постепенное увеличение льготных кредитов для МСП до 10 трлн рублей. На начальном этапе развития данной программы по состоянию на 2019 г. объем долгового портфеля субъектов МСП составил 1 трлн рублей. Ставка по льготным кредитам для МСП рассчитывается, исходя из ключевой ставки Банка России + 2,75 п.п.

Одним из приоритетных направлений деятельности Банка России является развитие финансирования субъектов МСП, в наибольшей степени пострадавших от пандемии. В связи с этим Банк России дополнительно выделил 60 млрд рублей на выдачу льготных кредитов таким субъектам. В период с 1 ноября по 30 декабря 2021 г. российские банки смогут привлечь от Центрального Банка РФ кредиты по ставке 4% на срок до 1,5 лет.

На данный момент Банк России разрабатывает инструменты финансирования, выступающие альтернативой банковскому кредиту, среди которых можно выделить:

– краудфинансирование, позволяющее привлечь финансирование в долг или в капитал от множества инвесторов – физических или юридических лиц – через оператора инвестиционной платформы;

– фондовый рынок, с помощью которого можно привлечь финансирования путем размещения облигационных займов;

– факторинг, который позволяет привлечь денежные средства путем уступки права требования по оплате исполненного контракта – выполненных работ или оказанных услуг.

Регулятором предусмотрена система банковских гарантий на случай отсутствия у субъектов МСП имущества для залога, получившая название Национальная гарантийная система (НГС). Участники НГС предоставляют гарантии или поручительства по кредитам или другим долговым обязательствам субъектам малого и среднего предпринимательства.

Некоторые финансовые институты взаимодействуют с региональными властями и предоставляют кредиты малому бизнесу на льготных условиях. В частности, банк ВТБ предусматривает субсидирование процентов и совместно с Правительством Москвы компенсирует МСП затраты на уплату процентов по кредитам.

В дальнейшем Минэкономразвития планирует совершенствовать программу льготного кредитования МСП и снижать процентные ставки с целью большей доступности банковских кредитов субъектам МСП.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Панарина Д.А., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Риск ликвидности коммерческого банка: сущность и управление

Ликвидность банка в научной литературе принято рассматривать с двух позиций: в соответствии с первой, термин определяется как запас некоторой суммы активов и пассивов бухгалтерского баланса коммерческого банка на определенную дату; в соответствии со второй – как поток, как способность обращения менее ликвидных активов в более ликвидные. В общем случае, наличие ликвидности у банка предполагает его готовность своевременно, в полной мере и без существенных потерь исполнить свои обязательства перед клиентами и кредиторами.

Любой коммерческий банк в погоне за максимальной прибылью сталкивается с возможностью появления риска несбалансированного соотношения ликвидности и прибыльности, в связи с чем необходимо вовремя отслеживать, оценивать и анализировать риск недостаточной или избыточной ликвидности.

Риск недостаточной ликвидности подразумевает ситуацию, когда банк обладает суммой высоколиквидных активов, недостаточной для покрытия его пассивов. Риск избыточной ликвидности означает ситуацию обратную, при которой величина высоколиквидных активов значительно превышает величину пассивов, а, значит, имеет место упущенная выгода: суммы «свободных» высоколиквидных активов могли бы быть использованы в качестве выгодных вкладов вместо того, чтобы сосредотачиваться в низкодоходном или не приносящем доход секторе, например, в резервах, не направляясь в оборот. И если в первом случае проблема решается достаточно просто, например, путем пересмотра структуры пассивов и активов, использования долгосрочных депозитов или средств государства, то во втором случае необходимо принять ряд мер, направленных на приближение уровня избыточной ликвидности к должному уровню, установленному нормативами Центрального банка Российской Федерации, например, с помощью инвестирования активов в ценные бумаги, что позволило бы повысить активность банка на фондовом рынке, или поиска нового перспективного сегмента рынка, соответствующего политике кредитной организации по критерию соотношения риска и доходности и нуждающегося в дополнительном финансировании.

Управление риском несбалансированной ликвидности подразумевает систему мер, направленных на предупреждение, контроль и минимизацию потерь при обеспечении ликвидности кредитной организации. Оно решает ряд задач: удовлетворение спроса на кредитные средства и средства клиентов, требующихся для изъятия из размещенных ими депозитов; сохранение устойчивой позиции банка и его надежности на финансовом рынке при

условии минимального снижения доходности операций за счет неприбыльной реализации активов; минимизация стоимости привлекаемых финансовых ресурсов, а также оптимизация общей прибыли банка.

В условиях постоянной изменчивости внешней и внутренней среды коммерческими банками должны быть заблаговременно предусмотрены вероятные ситуации развития событий, и разработаны требуемые критерии создания резервов ликвидности и их отдельных элементов.

Стратегия управления ликвидностью должна учитывать возможную вариацию основных соотношений активов и пассивов и их составляющих с целью формирования более стабильной структуры операций банка. К таким стратегиям можно отнести следующие: управление балансом; управление денежными потоками; обновление отчетности; регулярный мониторинг и контроль состояния ликвидности; разработка плана действий в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.

Управление балансом позволяет определить какие активы ликвидны, а какие – нет; какой элемент баланса является потенциальным источником риска; каков этот риск и какова его причина; каков временной промежуток, необходимый для рационального управления долгами.

Управление денежными потоками коммерческого банка обеспечивает его операционную эффективность в отношении начисления заработной платы, получения платежей от клиентов, расчетов по долгам, планирования инвестиций и т.д. Чем эффективнее банк управляет своими денежными потоками, тем лучше он защищен от внутренних рисков ликвидности.

Стратегия обновления отчетности о рисках не обязательно должна включать согласование отдельных таблиц и расчет их отдельных выводов, ведь банки могут вкладывать средства в качественное программное обеспечение и его обновление, оптимизирующее финансовые данные и помогающее таким образом упростить и ускорить задачу составления отчетов о рисках.

Коммерческим банкам необходимо время от времени пересматривать внутренние показатели риска ликвидности и определять свои представления о его степени, чтобы в случае необходимости реализовать планы действий в чрезвычайных ситуациях. Мониторинг ликвидности активов необходимо проводить регулярно с целью определения соответствия их показателям глобальной ликвидности в зависимости от конкретных экономических и бизнес–ситуаций.

Стратегия разработки плана действий в чрезвычайных ситуациях подразумевает повышенную готовность к неизбежным периодам стресса. Кредитными организациями должны проводиться финансовые стресс–тесты на регулярной основе с целью создания представления о том, какие меры необходимо принять для того, чтобы справиться с нехваткой ликвидности в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Пастревич А.О., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Операционный рычаг как инструмент управления прибылью организации

Управление прибылью организации следует рассматривать как процесс принятия и выработки управленческих решений по ключевым аспектам ее формирования, использования и распределения в организации.

Основным внутренним источником пополнения финансовых ресурсов организации является прибыль от производственно–хозяйственной деятельности. Ключевой целью прибыли является благосостояние собственников организации в текущем и перспективном периоде.

Главное в управлении прибылью организации – увеличение ее общей массы в условиях влияния многообразных факторов, основными из которых выступают структура производственных затрат и структура источников финансирования организации.

Механизм управления прибылью от продаж построен с учетом взаимосвязи этого показателя с выручкой от продаж, доходами и расходами (затратами) организации. Это отношение исследуется на основе CVP–анализа («затраты – объем – прибыль»), который определяет зависимость прибыли от продаж от волатильности выручки от продаж и структуры производственных затрат организации.

В процессе управление прибылью от продаж с помощью CVP–анализа организация решает ряд задач:

– определение величины выручки от продаж, обеспечивающей безубыточную деятельность (точки безубыточности).

Чтобы выйти на точку безубыточности, организации должна обеспечить такой объем производства и реализации продукции (работ, услуг), при котором величина выручки–нетто будет равняться сумме производственных затрат (постоянных и переменных);

– определение плановой (целевой) суммы прибыли от продаж при заданных плановых значениях постоянных расходов, объема производства, цены, удельных переменных расходов;

– определение запаса финансовой прочности организации.

Запас финансовой прочности позволяет определить, насколько организация может без потери прибыли снизить объем выпуска продукции;

– определение возможного увеличения суммы прибыли от продаж при оптимизации соотношения постоянных и переменных затрат (расходов).

При высокой доле постоянных расходов в общей их сумме организация существенно позже достигает точки безубыточности, то есть необходим достаточно большой объем выручки от продаж для достижения безубыточности. Однако в случае дальнейшего увеличения выручки после

преодоления точки безубыточности организация получит большую сумму прибыли от продаж на каждый процент прироста выручки по сравнению с другими организациями, которые изначально имели более низкую долю постоянных расходов. Это связано с действием операционного рычага, которое заключается в том, что любое изменение выручки от продаж ведет к более существенному изменению операционной прибыли.

Этот механизм основан на том, что наличие постоянных затрат в их общей структуре приводит к тому, что по мере увеличения выручки объем прибыли от продаж всегда увеличивается еще более высокими темпами. Чем выше доля постоянных затрат, тем сильнее действует операционный рычаг, тем выше степень вариабельности прибыли от продаж, следовательно, тем выше операционный риск.

Операционный риск – это вероятность для организации не покрыть постоянные и переменные производственные затраты и не получить операционную прибыль (прибыль от продаж).

Операционный рычаг — это инструмент управления прибылью организации, основанный на оптимизации соотношения ее постоянных и переменных затрат. С его помощью можно спрогнозировать изменение прибыли организации в зависимости от изменения объема продаж, а также определять точку безубыточности.

Как только организация преодолевает точку безубыточности, то есть определен минимальный возможный объем производства и продажи продукции, при котором все издержки полностью покрываются выручкой, начинает проявляться положительное влияние операционного рычага.

Сила операционного рычага максимальна вблизи точки безубыточности, по мере удаления от нее действие операционного рычага ослабевает.

В заключение следует отметить, что операционный рычаг является основным инструментом управления прибылью от продаж. Однако отсутствие системности, четкого понимания стратегии управления прибылью организации и ее адаптации к конкретным условиям функционирования самой организации не позволяют эффективно использовать механизм операционного рычага.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Перцев Д.Д., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Современные сигнальные теории структуры капитала

Растущая конкуренция между различными компаниями в современном глобализированном мире приводит к тому, что от способа управления капиталом зависит возможность компании успешно конкурировать в своей отрасли, а также получать прибыль по результатам деятельности. В данном процессе немаловажное место занимают не только привлеченные средства, которых должно быть достаточно для развития компании, но также и структура сформированного капитала. В управлении финансами организации оптимизация структуры капитала играет важную роль, являясь одной из наиболее сложных задач финансовых менеджеров.

Структуру капитала можно сформировать двумя разными методами, получившими название статического и динамического. Статический подход базируется на положении о том, что организация должна придерживаться определённой политики по формированию своего капитала до того момента, пока предельные выгоды не будут перекрыты предельными издержками. В свою очередь, в основе динамического подхода лежат так называемые сигнальные модели, структура капитала в которых отражается как суммарный результат деятельности организации в прошлом. Рассматривая формирование структуры капитала необходимо также упомянуть понятие «асимметричность информации». Оно заключается в том, что финансовый менеджмент компании располагает всеобъемлющими данными о финансовых и инвестиционных возможностях организации в сравнении с инвесторами.

Отсюда следует, что цены акций на фондовых биржах не могут отражать закрытую информацию, а финансовые менеджеры могут давать определенные сигналы рынку через принятие тех или иных финансовых решений. Такое положение вещей характеризуют как асимметричность информации, что отражается в сигнальных моделях. Рассмотрим следующие сигнальные модели, существующие на данный момент.

1. В 1977 году появляется модель Росса, рассматривающая структуру капитала компании как отражение анализа финансовых менеджеров её перспектив. Рост долга показывает способность организации осуществлять выплаты по процентам. В результате, рост показателя финансового рычага потенциальные инвесторы могут рассматривать как положительный сигнал, и цена акций реагирует положительно.

2. Модель Майерса и Майлуфа (1984 год) утверждает, что структура капитала находится в зависимости от необходимости в финансировании новых проектов. Финансовый менеджмент компании будет действовать в целях выгод для старых акционеров и не допускать к инвестиционным

проектам новых акционеров. В результате возможен отказ от эффективных инвестиционных проектов или выбор высокого значения финансового рычага. Тогда потенциальными инвесторами продажа акций на фондовой бирже будет считаться отрицательным сигналом, приводящим к падению цен на них.

3. Модель Миллера и Рока (1985 год). Создатели этой модели считают, что о способности организации приносить значительную прибыль свидетельствуют разнообразные выплаты её собственникам, например, дивиденды. Таким образом, положительным сигналом может считаться выкуп акций, погашение долгов, выплата крупных дивидендов, в то время среди отрицательных сигналов будут эмиссия акций и облигаций.

4. Модель Рока (1986 год) базируется на предположении о недооценке акций при первичном размещении (IPO). Цена акций при первичном размещении находится в обратной зависимости от масштаба рисков акционеров. В результате организация получает шанс найти инвесторов из–за предполагаемой высокой доходности, а также снизить размеры вероятных убытков. В таком случае, у компании нет причин размещать акции по цене ниже рыночной. И поэтому привлечение долговых инструментов при формировании капитала становится предпочтительным вариантом.

5. В модели, опубликованной в 1989 году, Уэлш выдвигает своеобразный способ борьбы так называемых перспективных компаний с неперспективными. Перспективные компании должны выпускать акции на рынок ниже своего номинала, что неперспективные организации предпринять не могут и, таким образом, покинут рынок. Однако предлагаемый Уэлшем метод выглядит незаконным. К тому же он не учитывает, что фондовый рынок при первичном размещении на нем акций перспективных компаний может автоматически поднять их стоимость до нужного уровня и неперспективные организации получат возможность провести размещение своих акций.

Рассмотрев основные положения представленных сигнальных теорий, сделаем следующее заключение: для компаний акционерный капитал (внешний) является менее предпочтительным, чем нераспределённая прибыль (внутренний капитал организации); запас финансовой прочности должен быть у всех компаний. Тогда им не придётся отказываться от перспективных инвестиционных проектов, так как их акции на рынке будут недооцененными. Когда возникает необходимость внешнего финансирования, акционерный капитал является менее привлекательным, нежели заёмный, так как для инвесторов последний является менее рискованным. У организаций существует нужда в выпуске более безопасных ценных бумаг, что связано с асимметричностью информации на финансовом рынке.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Пилюгин А.Н., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Налогообложение добавленной стоимости в строительных организациях

Налог на добавленную стоимость является неотъемлемой частью нашей жизни, он присутствует во всех её сферах и строительство – не исключение. Добавленная стоимость – это разница между ценой продажи товаров, работ или услуг и затратами на их производство. При этом есть случаи, когда организация–застройщик освобождается от уплаты НДС – это безвозмездная передача объекта строительства в государственную собственность, услуги строительства в рамках договора долевого участия, услуги по реставрации, реализации жилых помещений и некоторые другие.

Строительные организации могут выполнять работы как облагаемые НДС, так и освобожденные от обложения им. В таком случае, организации обязаны вести раздельный учет НДС по облагаемым и необлагаемым операциям. Такая ситуация возможна при одновременном строительстве жилых и нежилых помещений или жилых помещений со встроенными нежилыми. В любом случае, чтобы воспользоваться налоговым вычетом по НДС, организации необходимо иметь правильно оформленные счета–фактуры и первичные документы, на основании которых объект или его часть были приняты к учету. В строительстве в качестве первичных документов зачастую пользуются унифицированными формами КС–2 (Акт о приёмке выполненных работ) и КС–3 (Справка о стоимости выполненных работ и затрат), причём они всегда оформляются вместе, так как один документ без другого считается недействительным.

Объектом обложения могут быть строительно–монтажные работы для собственного потребления. Тогда налогоплательщик самостоятельно определяет налоговую базу, исчисленную исходя из фактически произведённых им расходов. Кроме того, если при выполнении строительно–монтажных работ, они производились подрядчиком, но материалы принадлежали заказчику, то следует исключить стоимость давальческих материалов из налоговой базы налогоплательщика по строительно–монтажным работам. Налоговый вычет в этом случае может быть не только с сумм, исчисленных налогоплательщиком самостоятельно, но и по суммам материалов, приобретённых для строительства или по суммам, уплаченным продавцу объекта незавершённого строительства, при дальнейшей достройке собственными силами покупателя.

В случае выполнения строительно–монтажных работ с помощью подрядчиков, организация–застройщик выступает в качестве посредника между инвесторами и организациями–исполнителями, в связи с этим денежные средства, полученные от инвесторов не признаются авансами и не

включаются в базу по НДС и при передаче готового объекта инвестору, данная операция не является реализацией товара или СМР, поэтому НДС не облагается. По окончании строительства собранный НДС подлежит передаче организации, которая финансировала строительство (инвестор) и она, приняв переданный НДС, может возместить его из бюджета. Также организация–застройщик не может заявить данный НДС в порядке вычета, если были приобретены товары, работы или услуги, которые связаны с исполнением обязательств перед инвестором. Для передачи права на вычет НДС застройщик должен в пятидневный срок с момента подписания акта приёма–передачи объекта строительства выставить инвестору счет–фактуру, который составляется на основе многих счетов–фактур, а также приложить к нему копии первичных документов и счетов–фактур, полученных от продавцов товаров, работ или услуг.

По услугам, которые застройщик оказывает инвестору (например, организация строительного процесса) он вправе принять НДС к вычету на общих основаниях, после выставления инвестору счетов–фактур. В правоприменительной практике сложились две позиции по обложению НДС таких услуг: согласно первой, они являются реализацией и облагаются НДС, а по второй – нет, т.к. данные услуги являются неотъемлемой частью строительства, их стоимость входит в сводный сметный расчёт и эти суммы, полученные в рамках инвестиционного проекта, не рассматриваются как реализация.

В настоящее время рассматривается возможность возвращения, отмененного в 2010 году, НДС на услуги застройщиков, оказываемых при строительстве апартаментов. Апартаменты в отличие от квартир не являются жилыми помещениями и их правовой статус до сих пор не установлен. Для застройщиков и инвесторов данный тип недвижимости приносит больший доход, нежели строительство жилых помещений, ведь здесь не нужно вкладываться в социальную инфраструктуру района застройки. Можно предположить, что возвращение обложения НДС на услуги застройщиков, позволит снизить привлекательность данного типа недвижимости как для покупателей, вследствие повышения окончательной стоимости покупаемых апартаментов, так и для застройщиков, из–за снижения спроса на апартаменты.

Также предполагается освободить от уплаты НДС услуги застройщика, на основании заключенного договора участия в долевом строительстве, предусматривающего передачу застройщиком участнику долевого строительства нежилых помещений (в том числе гаражей и машино–мест) в многоквартирном жилом доме. В свою очередь, данная мера позволит снизить для потребителя конечные издержки по приобретению нежилых помещений в многоквартирном жилом доме, что косвенно благоприятно скажется и на инфраструктуре района застройки.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Качур О.В.

Романовская Е.И., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Управление дебиторской задолженностью как способ минимизации кредитных рисков организации

Продажа организации с отсрочкой платежа создает дебиторскую задолженность, которая является обязательным элементом функционирования любой организации. Дебиторская задолженность считается динамичной составляющей оборотных активов организации, на масштабы и динамику которой может влиять финансовый менеджер. Особую актуальность проблема дебиторской задолженности приобретает в условиях инфляции.

Под управлением дебиторской задолженностью понимается система принятия и реализации решений относительно величины дебиторской задолженности, приводящая к оптимизации денежных потоков организации при минимизации совокупных затрат по управлению дебиторской задолженностью за определенный период. Дебиторская задолженность – весьма сложный объект управления, требующий квалифицированных решений не только финансовых, но и правовых, и маркетинговых проблем. Результатом эффективного управления дебиторской задолженностью становится не только укрепление платежеспособности организации, но и привлечение новых клиентов, увеличение денежного потока и прибыли. Дебиторская задолженность выступает не только как актив баланса, но и как одна из составляющих финансового потока организации. Ввиду своей специфики задолженность также может «играть роль товара», реализуемого на рынке или входить в «портфель активов» продаваемого бизнеса. Основными целями управления дебиторской задолженностью являются:

– ограничение уровня дебиторской задолженности;
– определение условий продаж, гарантирующих поступление денежных средств;
– предоставление скидок клиентам с целью соблюдения ими финансовых обязательств;
– ускорение взыскания долгов;
– оценка упущенной выгоды, в связи с возникновением дебиторской задолженности.

Способность дебиторской задолженности быть конвертируемой в денежные средства становится главной задачей отдела сбыта в организации. Решение этой задачи предполагает определение и поддержание оптимального объема дебиторской задолженности, анализ оборачиваемости и отслеживание сроков дебиторской задолженности. Возврат дебиторской задолженности в сжатые сроки является возможностью восполнения недостатка денежных средств.

Под функциями управления дебиторской задолженностью следует понимать виды деятельности, обособившиеся в процессе специализации управленческого труда. К ним относят:

– анализ и оценку состояния и эффективности использования дебиторской задолженностью;
– планирование дебиторской задолженности;
– организацию управления дебиторской задолженностью;
– мотивацию сотрудников, участвующих в процессе управления;
– контроль дебиторской задолженности.

Для эффективного взаимодействия с контрагентами и управления дебиторской задолженностью в организации создается кредитная политика, которая отвечает за предоставление товарного кредита покупателям. Организация чтобы обезопасить себя от просроченных долгов должна соблюдать следующий порядок работы с контрагентами;

– анализ финансовой состоятельности потенциального контрагента;
– составление юридически грамотного договора, учитывающего все нюансы взаимодействия с контрагентом;
– контроль за исполнением всех условий договора.

Следование всем основным правилам работы с контрагентами не дает 100% гарантии в вопросе возникновения дебиторской задолженности, поэтому вероятность возникновения просроченных и безнадежных долгов существует всегда. Основными методами работы с просроченной и безнадежной задолженностью являются:

– претензионная работа, предполагающая досудебное взыскание просроченной задолженности;
– заключение соглашения об отступном, предполагающее взыскание задолженности за счет активов должника;
– судебное взыскание дебиторской задолженности;
– списание дебиторской задолженности, по которой истек срок исковой давности.

Эффективное управление дебиторской задолженностью означает планирование перспективы развития организации. Отсутствие в организации функции управления дебиторской задолженностью ведет к снижению оборачиваемости, платежеспособности и финансовым потерям в результате невозврата долгов. Грамотно построенная политика по управление дебиторской задолженностью является важным аспектом функционирования организации и способом минимизации кредитных рисков организации.

Научный руководитель – ст. преп. Долгова О.В.

Сапрыкина А.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Подход к оценке кредитных рисков на основе внутренних рейтингов и его применение в России

Банковская деятельность сопряжена с различными финансовыми рисками. Кредитный риск был и остается основным видом банковского риска.

В условиях растущей конкуренции на рынке банковских услуг и ужесточения требований к кредитным организациям со стороны регуляторов особую значимость приобретает возможность банков объективно оценивать величину принимаемого кредитного риска в целях его учета при расчете обязательных нормативов коммерческих банков.

Международные регулирующие органы, в частности, Базельский комитет по банковскому надзору, предусматривают несколько подходов к оценке величины кредитного риска. Стандартизированный подход, отличающийся относительной простотой, на сегодняшний день использует подавляющее число банков. В связи с его ограниченностью, заключающейся в недостаточной гибкости, в рамках положений «Базеля II» был разработан подход к оценке величины кредитного риска на основе внутренних рейтингов (ПВР). Процесс его активного внедрения в мировую банковскую практику начался после опубликования «Базеля II» в 2004 году.

ПВР–подход – это «продвинутый» способ оценки кредитного риска на основе применения банком собственных моделей количественной оценки основных параметров риска. При ПВР–подходе банк самостоятельно взвешивает риски клиентов, которым выданы кредиты, присваивая заемщикам рейтинги качества. Данный подход не только позволяет получить более точную оценку капитала, необходимого для покрытия кредитного риска в целях расчета нормативов достаточности капитала, но и переводит на более высокий уровень банковские системы управления рисками.

В России процесс перехода банков на данный подход начался относительно недавно. Сбербанк первым в России получил разрешение на применение подхода ПВР, вступившее в силу с 1 января 2018 года. Вторым банком, получившим разрешение Банка России самостоятельно оценивать риски заемщиков, стал Райффайзенбанк. Ходатайство о переходе на ПВР было подано банком в октябре 2015 года, а разрешение вступило в силу с 1 января 2019 года. Альфа–банк стал третьим среди российских банков, перешедшим на применение внутренних рейтингов заемщика.

На данный момент переход к ПВР–подходу носит добровольный характер. В июле 2021 года еще один банк – Банк ВТБ – подал ходатайство в Банк России о получении разрешения на переход на внутренние рейтинги.

Таким образом, постепенное внедрение крупнейшими российскими банками данного подхода позволяет говорить о его видимых преимуществах по сравнению с ранее используемым стандартным подходом.

Наиболее существенным стимулом для перехода банков на ПВР является экономия на капитале. Однако необходимо понимать, что значительная экономия возникает не мгновенно, а имеет отложенный эффект в результате постепенного посегментного перехода, а также совершенствования и развития внутренних методик и моделей ПВР, системы внутреннего корпоративного управления и системы управления рисками. Кроме того, ПВР–подход позволяет:

– повысить уровень внутрикорпоративной культуры, усовершенствовать внутреннюю систему управления рисками;

– получить всестороннее понимание существенных факторов кредитного риска, непосредственно влияющих на его величину;

– усовершенствовать внутреннюю систему сбора и анализа данных и за счет этого повысить уровень качества данных.

Несмотря на вышеуказанные преимущества, существуют факторы, дестимулирующие переход многих банков на «продвинутый» подход, главными среди которых являются значительные денежные и временные затраты. Также для разработки и внедрения собственных моделей необходимы полная структурированная информация о различных факторах кредитного риска, а также соответствующие информационные системы и программное обеспечение. Данные проблемы решаемы, но для этого необходимы опытные и квалифицированные разработчики и валидаторы моделей, которых на сегодняшний день не хватает. И главное – должны быть руководители высшего уровня, которые готовы взять на себя ответственность и возглавить процесс перехода на ПВР.

В планах Банка России сделать применение подхода обязательным для системно значимых кредитных организаций (СЗКО). Для этого необходимо внести соответствующие изменения в законодательство и нормативные акты Банка России. На данный момент вопрос находится на стадии проработки конкретных этапов и мер, способствующих переходу СЗКО на ПВР.

За время использования внутренних рейтингов банками зарубежных стран накоплен значительный мировой опыт. Переход на ПВР позволит вывести российский банковский сектор на новый уровень управления капиталом и кредитным риском.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Скрынникова Н.Б., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Влияние кредитной политики организации на управление дебиторской задолженностью

Деятельность торговых организаций в настоящее время находится под влиянием сокращения покупательной активности, увеличения конкурентного давления, роста инфляционных ожиданий и удорожания заемных ресурсов, что толкает такие организации рассчитываться с контрагентами «в долг», что приводит к наращиванию дебиторской задолженности (ДЗ). Данное обстоятельство способствует возникновению необходимости формирования кредитной политики организации.

Кредитная политика представляет собой часть общей политики управления оборотными активами и маркетинговой политики организации, направленной на расширение объемов реализации продукции, оптимизацию общего размера задолженности и обеспечение ее своевременной инкассации.

Оптимальный размер ДЗ определяется с учетом сравнения экономических выгод, которые принесет инвестирование в задолженность, и понесенных издержек.

Наибольшее влияние на уровень ДЗ организации, как правило, оказывают общие экономические условия, цена и качество реализуемой продукции и грамотность кредитной политики.

С целью увеличения спроса на продукцию и как следствие объемов продаж можно прибегнуть к ослаблению организацией стандартов кредитоспособности. Однако эти действия могут привести к повышению затрат на ДЗ и риску возникновения безнадежной задолженности.

Кредитная политика тесно связана с деятельностью маркетологов, так как от уровня грамотности ее составления зависит объем реализованной продукции, что находится в их компетенции и является первостепенной задачей. Именно поэтому разработкой и внедрением кредитной политики должны заниматься сообща финансовый менеджер и маркетолог.

Теоретически организация может снижать требования, предъявляемые к качеству акцептованных счетов до тех пор, пока рентабельность продаж на этих условиях превышает дополнительные издержки по ДЗ, к которым может относиться, например, расширение отдела кредитования или издержки по безнадёжным долгам. Вычитая из рентабельности продаж понесенные издержки можно получить чистую рентабельность.

Еще одним важным обстоятельством является вероятность возникновения альтернативных издержек, которые могут быть связаны с финансовыми затратами на накопление дополнительной ДЗ вместо иного использования этих средств. Облегчение условий кредита может привести к

привлечению новых покупателей, увеличению объемов продаж и более долгому возврату долгов, последнее может негативным образом сказаться на деятельности организации–кредитора.

Если величина прибыли от дополнительных продаж будет превышать показатель требуемой прибыли от дополнительных инвестиций, то организации можно ослабить стандарты кредитоспособности, это может принести дополнительные экономические выгоды.

Значимость кредитной политики обосновывается следующими аргументами:

- грамотная кредитная политика может стимулировать увеличение объемов продаж и как следствие прибыли организации;
- оказывает влияние на объем средств «замороженных» в ДЗ;
- влияет на размер потерь понесенных по причине безнадежных долгов.

Для кредитного подразделения важна точность, полнота и своевременность информации о контрагентах, к которой относятся следующие данные:

- финансовая отчетность;
- показатели ключевых финансовых коэффициентов;
- кредитная репутация;
- описание учредителей компании, включая случаи банкротства, судебных разбирательств и так далее;
- итоговый рейтинг по степени риска.

Необходимо отметить, что реализация продукции в кредит может быть выгоднее продажи за наличные. Например, предоставляется возможность переложить издержки на доставку и хранение запасов на дебиторскую задолженность. Это достаточно актуально с товарами длительного пользования (транспортные средства, бытовая техника).

Снижение размера ДЗ ускоряет оборачиваемость средств, уменьшает потребность в заемном финансировании, что в конечном итоге повышает рентабельность и эффективность деятельности организации.

Кроме того, взыскание просроченной дебиторской задолженности всегда сопровождается для организации дополнительными незапланированными расходами, потерей временных ресурсов.

Эффективно реализуемая кредитная политика организации является показателем высокой квалификации финансового менеджмента организации, который способствует нахождению разумного компромисса между собственными интересами и интересами поставщиков, подрядчиков, потребителей, партнеров, что позволяет успешно вести бизнес, расширять рынки сбыта продукции и услуг, развивать взаимовыгодное сотрудничество.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Бородина А.С.

Сустретова А.Ю., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Финансовые технологии как фактор влияния на финансовую устойчивость коммерческих банков

В последние годы огромное влияние на финансовую устойчивость коммерческих банков в России и во всем мире оказывают финансовые технологии.

Под финансовыми технологиями (финтехом) принято понимать технологически обеспеченную инновацию в области финансовых услуг, которая может привести к появлению новых бизнес–моделей, приложений, процессов или продуктов с соответствующим существенным воздействием на финансовые рынки, финансовые институты и предоставление финансовых услуг.

В настоящее время около 82% крупнейших российских банков разрабатывают программы цифровой трансформации. Однако данные программы чаще всего охватывают работу не всей организации, а только отдельных подразделений или блоков деятельности банков. К основным направлениям развитиям технологий в банках можно отнести инструменты анализа больших данных, роботы, чат–боты и оптическое распознавание. При этом наиболее популярной технологией, которую хотят развивать отечественные коммерческие банки, является искусственный интеллект.

Искусственный интеллект используется банковским сектором в следующих направлениях: проверка заемщика (кредитный скоринг), когда искусственный интеллект принимает решение о выдачи кредита; возвращение долгов, подразумевает внедрение робота–коллектора, который работает эффективнее разговора с оператором при небольших периодах просрочки; борьба с мошенниками, где искусственный интеллект позволило внедрить двухфакторную аутентификацию как для клиентов, так и для сотрудников банков; автоматизация рутинной работы, такой как обработка платежей физ. и юр. лиц, внесений изменений данных клиентов, проверка кредитных договоров, ответы на стандартные вопросы клиентов и другие сферы. Так по прогнозам исследовательской компании Autonomous Next внедрение технологии искусственного интеллекта позволит банкам к 2030 году сократить расходы на 22%, экономия может достигнуть 1 трлн. долларов.

Помимо внедрения технологий на финансовую устойчивость банков оказывает влияние изменения в регуляторных требованиях. В связи с этим регуляторы многих стран, в том числе и Банк России, ведут активную работу, связанную с регламентацией деятельности финтех–компаний и стандартизации предоставления финтех–услуг. Так финансовые технологии позволяют повысить прозрачность функционирования финансовых рын-

ков, а также содействуют равной конкуренции между финансовыми институтами.

Также активное использование информационных, коммуникационных и вычислительных технологий, позволило повысить клиентоориентированность, то есть повысилось качество предоставляемых услуг. Финансовые институты вынуждены реализовывать клиентоориентированные стратегии, чтобы предугадать и удовлетворить потребности своих клиентов, все больше используя при этом инновационные финансовые технологии.

Таким образом, развитие финансовых технологий оказывает как положительное, так и отрицательное влияние на финансовую устойчивость коммерческих банков.

К положительным аспектам можно отнести: децентрализацию финансовых транзакций, что повышает скорость и прозрачность обработки, а также обеспечивает высокий уровень кибербезопасности; повышение эффективности, прозрачности и стабильности бизнес–моделей, что в свою очередь позволяет повысить общую эффективность банковской системы; расширение доступа физических и юридических лиц к финансовым услугам, что позволяет привлечь новых клиентов, например, в регионах, где не представлены отделения банков, но при этом есть доступ к его услугам через мобильные приложения или сайты организации.

К негативным эффектам внедрения финансовых технологий можно отнести: недостаточный уровень регулирования деятельности некоторых направлений, что может представлять значительный риск для финансовой системы; возникновение киберрисков, которое связано с подключением к финтеху все большего количества финансовых институтов; риск работы с третьими лицами, которые обеспечивают функционирование облачных хранилищ и вычислительных технологий, в работе которых могут возникнуть перебои; стремительное развитие финансовых технологий может привести к избыточной волатильности финансовых рынков; риск вытеснения с рынков традиционных банков новыми организациями – финтех–экосистемами, а также возможность замены традиционных платежных систем цифровой валютой.

Таким образом, внедрение и развитие финансовых технологий оказывает как положительное, так отрицательное влияние на финансовую устойчивость коммерческих банков. Поэтому принимая проекты по развитию данного направления банком необходимо учитывать риски, пробелы в нормативно–правовом регулировании и повышение конкуренции среди участников рынка.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Затонских И.Т.

Сушкова В.А., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Информационное обеспечение оценки инвестиционной привлекательности организации

Причиной выбора инвестором объекта инвестирования и принятия им решения о начале инвестирования может стать инвестиционная привлекательность организации.

Что является основой качественной оценки уровня инвестиционной привлекательности организации? Ответом на этот вопрос, бесспорно, будет: «формирование информационного обеспечения».

Под информационным обеспечением следует понимать совокупность достоверных данных, сведений и показателей деятельности за определенный период времени, сгруппированных в установленном порядке и последовательности, которые позволяют сформировать у инвестора положительное мнение о возможности инвестирования и высокой надежности вложений. В целях эффективности и безопасности инвестирования инвесторами проводится анализ большого количества источников информации. Качество, состав и полнота информации, используемой в анализе, влияют на достоверность результатов.

Базовым источником информации при проведении оценки инвестиционной привлекательности организации является ее бухгалтерская (финансовая) отчетность. Используя финансовую отчетность организации, инвестор может оценить состояние активов и капитала, платежеспособность, ликвидность, финансовую устойчивость, деловую активность и рентабельность объекта инвестирования. Чтобы корректно провести оценку инвестиционной привлекательности важно учитывать специфику работы организации, поэтому потребуется использовать также технические и технологические источники информации. Вместе с тем, бухгалтерская отчетность как информационный источник имеет весьма существенные недостатки: существует определенная нестыковка при выполнении расчетов коэффициентов, сопоставляющих показатели бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах, так как в первом случае данные указаны по состоянию на последний день отчетного периода, а во втором – накопительным итогом за весь период; бухгалтерская отчетность не дает оценки существующим рискам, не учитывает возможного влияния различных факторов, что является необходимой составляющей создания адекватного прогноза развития организации.

Интегрированная отчетность и отчетность по международным стандартам (МСФО, GAAP) устраняют некоторые недостатки информационного обеспечения.

Отчетность по МСФО является полезной для инвесторов, так как в ней учитывается временная стоимость денег, активы оцениваются по справедливой стоимости, она отражает реальное финансовое положение организации. Существенными недостатками данной отчетности считается отсутствие закрепленного отчетного периода, публикация отчетности в функциональной валюте и невозможность произведения расчёта размера дивидендных выплат.

Что касается интегрированной отчетности, то в ней отражается финансовая и нефинансовая информация (о стратегии компании, ее достижениях, стиле управления).

Интегрированная отчетность состоит из четырех базовых компонентов: финансовая информация, комментарии менеджмента, надзор и компенсация руководства, социальный фактор и окружающая среда. Она содержит информацию о таких видах капитала, как финансовый, производственный, интеллектуальный, человеческий, социально–репутационный и природный, которые и должны быть учтены при оценки инвестиционной привлекательности организации. Основная цель данной отчетности – объяснить, как бизнес создает и сохраняет стоимость сейчас и в перспективах на будущее. Проводя анализ интегрированной отчетности, инвестор получает наиболее точное представление об уровне инвестиционной привлекательности бизнеса.

В современных условиях роль нефинансовых рисков компании возрастает, а составляемая организацией интегрированная отчетность показывает и доказывает инвестору, что организация уделяет внимание различным сферам своей деятельности, благодаря чему снижаются риски социальных конфликтов и экологических санкций. Существенным недостатком является отсутствие официального стандарта посвященного подготовке интегрированной отчетности и недостаточная проработка механизма ее создания на практике.

Информационной базой оценки инвестиционной привлекательности организации также могут выступать экспертные оценки любого из аспектов деятельности организации. В определенных случаях инвестор может руководствоваться информацией СМИ, а в некоторых ситуациях инвестиционное решение принимается исключительно на основе сложившихся личных взаимоотношений между представителями сторон инвестиционного процесса.

Таким образом, характеризуя информационную базу оценки инвестиционной привлекательности как сложную, многоуровневую систему данных, во избежание некорректного проведения анализа инвестиционной привлекательности организации, следует применять комплексный подход к информационному обеспечению, сущностью которого является использование различных видов информации.

Научный руководитель – ст. преп. Долгова О.В.

Титова А.О., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Современное состояние кредитного рынка Российской Федерации

Кредитная система Российской Федерации является частью развивающихся кредитных систем. Сделав важный шаг в развитии новой философии кредитного бизнеса, российские кредитные организации еще не овладели всем арсеналом инструментов, необходимых для обеспечения взаимодействия элементов кредитной системы. Развивается не только кредитная инфраструктура, но и банковское законодательство, регулирующее кредитные отношения между сторонами, а также взаимодействие между кредитными учреждениями и финансовыми рынками.

В 2019 году 90% развитых стран и 60% развивающихся стран пострадали от замедления темпов роста. Темпы роста мировой экономики в 2019 году были самыми низкими с момента окончания наиболее острого периода мирового финансового кризиса 2007–2009гг. Пандемия коронавируса привела к значительному ухудшению глобальной экономической ситуации и обострению социальных проблем. Для их смягчения были осуществлены и продолжают осуществляться обширные программы стабилизации, что значительно ускорило рост внутреннего и внешнего долга. Более того, признаки роста инфляционных ожиданий в развитых странах показали, что меры по поддержанию стабильности цен, в том числе путем повышения процентных ставок, могут быть включены в повестку дня.

В текущем периоде регулятор и банки уделяют особое внимание кредитному риску. Среди важнейших задач – расчистка кредитных портфелей и создание резервов, особенно по реструктурированным кредитным долгам физических и юридических лиц, которые были осуществлены банками в рамках реализации поправок в федеральное законодательство, принятых в 2020 году.

Динамика кредитования в 2020 году, даже благодаря мерам государственной поддержки, характеризовалась достаточно высокими темпами. Но, в то же время, реструктуризация кредитной задолженности существенно повлияла на показатели кредитоспособности.

На конец января 2021 года общая сумма реструктурированной в соответствии с федеральными законами задолженности, по выборочным оценкам Банка России, полученная кредитными организациями, составила 7,2 трлн рублей, что составляет около 12–14 % банковских кредитов организациям и предприятиям.

Многие аналитики ожидают снижения чистой прибыли за 2021 год до 750–800 млрд руб., ожидают снижения чистой процентной маржи и снижения прибыльности банков. В то же время увеличение комиссионных доходов в большинстве кредитных организаций будет недостаточным для

компенсации ожидаемой потери чистого процентного дохода. На рентабельность инвестиций банков будет оказывать давление ухудшение качества активов. В то же время наибольший прирост непогашенной задолженности в 2021 году приходится на заемщиков, чьи кредиты были реструктурированы. Для большинства банков осторожная кредитная политика останется необходимой, что приведет к снижению процентных доходов, в то время как процентные расходы в лучшем случае останутся неизменными.

Конкурентоспособность и выживание любого кредитного учреждения, независимо от его размера, все в большей степени определяются его способностью интегрироваться в цифровое пространство. Преобразование бизнес–моделей в цифровой формат потребует времени, но это не означает, что завтрашний спрос является главным приоритетом настоящего момента.

Пандемия коронавируса оказала значительное влияние на показатели кредитоспособности в 2020 и начале 2021 года. В целях защиты населения и предприятий были приняты специальные законы, которые устанавливали условия получения кредитной и ипотечной лицензии, положение о беспроцентных кредитах для выдачи заработной платы, были запущены программы кредитования малых и средних предприятий "антикризисные", предприятий, имеющих систему льготных и льготных ипотечных кредитов. Кроме того, спрос на кредиты поддерживался более низкими рыночными процентными ставками в контексте мягкой денежно–кредитной политики и целевых мер бюджетной поддержки. Однако снижение реальных денежных доходов населения и рост числа убыточных предприятий, особенно в секторе МСП, замедлили спрос в большинстве кредитных секторов. Предложение кредитов также сдерживалось ухудшением качества кредитных услуг и необходимостью поддержания достаточного капитала. Агрессивный рост кредитных портфелей уступил место консервативной кредитной политике.

Динамика корпоративного кредитования в 2020 году характеризовалась достаточно высокими темпами. Банковский портфель увеличился более чем на 9,9%. Меры государственной поддержки не только системных предприятий, но и субъектов МСП, а также тенденция к значительному снижению темпов рыночного предложения сыграли положительную роль в поддержании динамики кредитного процесса.

В текущем периоде наибольшее внимание будет уделяться переходу с банковских линеек продуктов на компоненты в виде приложений, в связи с тем, что они в большей мере соответствуют нынешним потребностям большинства клиентов.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Шацких В.А., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Рост акций металлургических компаний в условиях КОВИД–19 (на примере ПАО "НЛМК" и ПАО "Северсталь")

Мировой спрос на сталь по итогам 2020 г. по версии World Steel Association оценивается около 1770 млн. т. Пятерка крупнейших стран потребителей стали на мировом рынке по тем же данным (оценка на июнь 2020 г.): Китай – 916.5 млн. т., Индия – 95.8 млн. т., США – 79.5 млн. т., Япония – 54.6 млн. т., Южная Корея – 49.2 млн. т. Из приведенный данных видно, что основным потребителем стали является Китай с долей потребления 51.8 % от общемирового потребления. Доля потребления РФ составляет 41.7 млн. т. стали, что составляет 2.4% от общемирового потребления.

Россия входит в пятерку крупнейших производителей и экспортёров стали в мире. На долю металлургии приходится 5% ВВП России. По данным World Steel Association, в 2020 году в России было произведено 73.4 млн. т. стали, тем самым обеспечив себе 4–е место в мировом рейтинге сталепроизводителей.

Российский металлургический рынок представлен тремя крупнейшими производителями, а именно, ПАО "НЛМК", ПАО "ММК", ПАО "Северсталь". За 2020 г. данными компаниями было произведено стали 38.6 млн. т., что составляет 52.6% от общего производства стали РФ. На долю ПАО "НЛМК" пришлось 15.8 млн. т. стали или 21.5%, ПАО "ММК" произвел стали 11.6 млн. т. или 15.8%, замыкает тройку ПАО "Северсталь" – 11.3 млн. т. стали или 15.4%.

Рост акций металлургический компаний на фондовом рынке РФ обусловлен рекордным ростом цен на железную руду – основного сырья для производства стали со II–го квартала 2020 г. на мировых торговых площадках. Так, фьючерс на железорудную мелочь на Чикагской товарной бирже подорожал на 153% с $83 за 1 тонну в мае 2020 г. до рекордных $215 за 1 тонну в сентябре 2021 г.

Рост стоимости железной руды стимулировал ошеломительный рост на рулонную сталь, которая широко используется в автомобилестроении.

Так, фьючерс на рулонную сталь на Чикагской товарной бирже подорожал на 332% с $450 за 1 тонну в сентябре 2020 г. до рекордных $1945 за 1 тонну в сентябре 2021 г., что является максимумом за 12 лет торговли данным фьючерсом и рекордной ценой за последнее 20 лет на мировом рынке рулонной стали.

Рост стоимости железной руды и, как следствие, стали может быть объяснен следующими факторами: сокращением поставок железной руды в 2019 г. из Австралии и Бразилии, что спровоцировало дефицит сырья; рекордными объемами производства стали в Китае, выплавка которой по

итогу 2020 г. составила 1050 млн. т.; отложенным спросом мировой промышленности на сталь, вызванный замедлением деловой активности в результате распространения эпидемии COVID–19.

В результате сложившейся конъюнктуры на мировом рынке стали российский металлургические компании, в частности, ПАО "Северсталь" и ПАО "НЛМК" являются главными бенефициарами роста цен на сталь, т.к. доля экспорта в их продажах составляет 40% и 30%, соответственно.

По итогам 2020 г. выручка ПАО "Северсталь" составила $6.860 млн., EBITDA $2.422 млн., чистая прибыль $1.016 млн., свободный денежный поток $838 млн., прибыль на одну акцию $1.23. Дивидендная политика ПАО "Северсталь" предполагает выплату акционерам 100% от свободного денежного потока, если соотношение чистый долг/ EBITDA находится в диапазоне 0,5–1. По итогу 2020 г. чистый долг/ EBITDA равнялся 0.84, что позволяет компании заплатить своим акционерам щедрые дивиденды за 2020 г., суммарный размер которого может достигнуть 253,42 руб. на акцию, что дает около 16% дивидендной доходности. Рыночная оценка компании существенно изменилась с середины 2020 г., так в сентябре 2020 г. акция стоила 930 руб., в апреле 2021 г. стоимость акции достигла рекордных значений, за всю историю торгов на бирже в 1897 руб. за акцию, рост составил 104% менее чем за 1 год. На данный момент акции компании скорректировались и торгуются у отметки 1600 руб. за акцию.

По итогам 2020 г. выручка ПАО "НЛМК" составила $9.245 млн., EBITDA $2.655 млн., чистая прибыль $2.281 млн., свободный денежный поток $1.103 млн., прибыль на одну акцию $0.24. Дивидендная политика ПАО "НЛМК" предполагает выплату акционерам 100% от свободного денежного потока, если соотношение чистый долг/ EBITDA находится в ниже 1. По итогу 2020 г. чистый долг/ EBITDA равнялся 0.94, что позволяет компании направить 100% денежного потока на дивиденды за 2020 г., суммарный размер которого может достигнуть 41,49 руб. на акцию, что дает около 18% дивидендной доходности. За 2020 г. стоимость акции ПАО "НЛМК" также рекордно выросла. В октябре 2020 г. акция стоила 178 руб., восстановившись после кризисных событий COVID–19, а уже в апреле 2021 г. цена достигла максимальных значений в размере 280 руб. за акцию, рост составил 59% менее чем за год. На данный момент акции компании стоят 225 руб. за акцию.

Таким образом, дефицит железной руды, а также растущая потребность мировой промышленности в металле, в частности, в Китае, спровоцировали трехкратный рост стали на мировых биржах, в результате чего рыночная оценка акций сталеваров по всему миру и в России изменилась, показав рост в 50–100%.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Сысоева Е.Ф.

Секция актуальных проблем современной экономической теории

Беличев С.И., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Информационные продукты и услуги. Сущность и разграничение

В современном мире, существующем в условиях цифровой экономики, информация становится наиважнейшим экономическим ресурсом. Наличие ряда свойств информации, аналогичных свойствам традиционных ресурсов, дало основание использовать многие экономические характеристики (цена, стоимость, издержки, прибыль и т.д.) при анализе информационного производства. Выживание игроков на рынке теперь напрямую зависит от качества и полноты информации, на основе которой разработан и изготовлен тот или иной продукт, ведь именно информация – один из определяющих факторов конкурентоспособности. Существует два подхода к пониманию сущности информации – атрибутивный и функциональный. По своему содержанию они довольно трудны для понимания, однако хотя бы частично раскрыть их, по нашему мнению, необходимо.

Атрибутивный предполагает, что информация – это атрибут материи, свойство живых и неживых материальных объектов, нематериальная форма движения, передаваемая с помощью вещества и энергии, результат всеобщего свойства природы – отражения.

Функциональный подход куда более узок, в нем информация связывается лишь с высшими формами отражения, рассматривается, как свойство высокоорганизованной материи при обязательной связи с процессами управления. С позиции представителей этого подхода информация возникает лишь в живой природе, особенно её роль усиливается в человеческом обществе, при взаимодействии человека с техникой.

По своей сути оба этих подхода предполагают, что есть некоторое информационное поле, из которого можно извлечь информацию, которая потенциально может стать «информационным продуктом». Однако всё не так просто. Для производства информационного продукта необходима качественная информация. Качественность информации, опираясь на соответствие ряду критериев, таких как достоверность, достаточность, существенность, объективность и др. порождает её ценность. Ценность информации в свою очередь – это свойство информации, определяемое ее пригодностью к практическому использованию в различных областях целенаправленной деятельности. Чем больше вероятность достижения индивидом намеченных целей посредством использования информации, тем ценнее эта информация. Информация принимает товарную форму вследствие осознания пользователем её ценности, формирующей его информационные потребности. Пользователь, используя свои способности, технологии и технические средства, целенаправленно воздействует на массив первичных

данных, и тем самым порождает информационный продукт. Отсюда можно сделать вывод, что информационный продукт – это результат интеллектуальной деятельности, представляющий собой совокупность данных, сформированных производителем для распространения в вещественной или невещественной форме. Любой информационный продукт отражает информационную модель его производителя и воплощает его собственное представление о конкретной предметной области, для которой он создан. Информационная услуга же – это получение и предоставление в распоряжение пользователя необходимых ему информационных продуктов. Она возникают только при наличии баз данных в компьютерном или некомпьютерном варианте. При предоставлении услуги заключается соглашение между двумя сторонами – предоставляющей и использующей услугу. В договоре указывается срок её использования и соответствующее этому вознаграждение. Хотелось бы отметить, что один и тот же информационный продукт может быть основой для реализации целого ряда информационных услуг.

Перейдем к разграничению понятий «информационный продукт» и «информационная услуга». Целый ряд исследователей, так или иначе, пришел к выводу, что разграничивать эти понятия не имеет никакого смысла, так как они взаимодополняемы и тесно связаны в процессе производства и потребления, они выступают в качестве двух взаимообусловленных результирующих элементов процесса удовлетворения информационных потребностей. Иными словами «информационная услуга» не может существовать без «информационного продукта», а «информационный продукт» по сути, не имеет смысла без «информационной услуги».

В данном исследовании получение информационного продукта рассматривается в крайне упрощенной форме, где индивид, основываясь на своих интеллектуальных, технических и технологических возможностях, способен извлечь из информационного поля некоторую полезную информацию и произвести ценный для общества продукт, который, так или иначе, будет реализован посредством информационной услуги. Однако история показывает нам, что, во–первых, формирование информационного продукта часто выходит за рамки сознания одного или нескольких индивидов, во–вторых, оно может либо никогда не завершится, либо растянутся на очень долгое время.

Исследование информационных продуктов и услуг, а также рынков, на которых они обращаются, обусловлено тем, что от «информационного» уровня развития зависят темпы обновления мировых экономических отношений. Недостаточно развитая информационная инфраструктура может существенно затормозить темпы развития экономики любой страны

Научный руководитель – д.э.н., проф. Гоголева Т.Н.

Бондаренко А.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Эффективность антимонопольной политики в современной России

Антимонопольная политика – это совокупность нормативно–правовых актов, направленная на предотвращение негативных последствий единоличной власти продавца на рынке.

В России развитие антимонопольной политики берет свое начало в 1990 году, когда был сформирован Государственный комитет РСФСР по антимонопольной политике и поддержке новых экономических структур в соответствии с Законом Российской Советской Федеративной Социалистической Республики «О республиканских министерствах и государственных комитетах РСФСР».

Подобные меры в отношении предотвращения монополии защищают потребителей от чрезмерного дефицита, роста цен на определённые категории товаров, а также способствуют развитию здоровой конкуренции на рынке, увеличению ассортимента продукции и побуждают производителей вовлекать новые технологии и технику в процесс производства.

На сегодняшний день антимонопольная политика России претерпела ряд изменений. В «Публичной декларации целей и задач ФАС России на 2021 год» был приведен следующий список для реализации и исполнения:

– реализация мер, направленных на обеспечение стабильной ситуации на социально значимых товарных рынках, в том числе в целях преодоления последствий новой коронавирусной инфекции;

– совершенствование антимонопольного законодательства в соответствии с требованиями цифровой экономики;

– установление антимонопольных требований к соглашениям и действиям по предоставлению или распоряжению исключительными правами на результаты интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации юридического лица, товаров, работ или услуг;

– создание условий для эффективного пресечения нарушений антимонопольного законодательства, носящих трансграничный характер, и рассмотрения глобальных сделок экономической концентрации;

– реализация мер, направленных на сбалансированный подход к государственному участию в экономике для соблюдения интересов потребителей, а также поддержку малого и среднего предпринимательства и т.д.

Для оценки эффективности проводимой антимонопольной политики можно воспользоваться методом С.И. Игнатова, который разделяет экономические эффекты антимонопольного регулирования на макроэкономические и микроэкономические.

С.П. Петров в своих исследованиях делает упор на сравнительном анализе разности между общественными выгодами и общественными из-

держками, возникающими в результате действия норм принимаемых законов.

В данном исследовании были использованы результаты анализа антимонопольного комплекса, проведенного аналитическим центром при правительстве российской федерации.

В ходе рассмотрения результатов анализа за период с 2014 по 2019 гг. были сделаны выводы о снижении тенденции нарушений антимонопольного законодательства (рис.1).

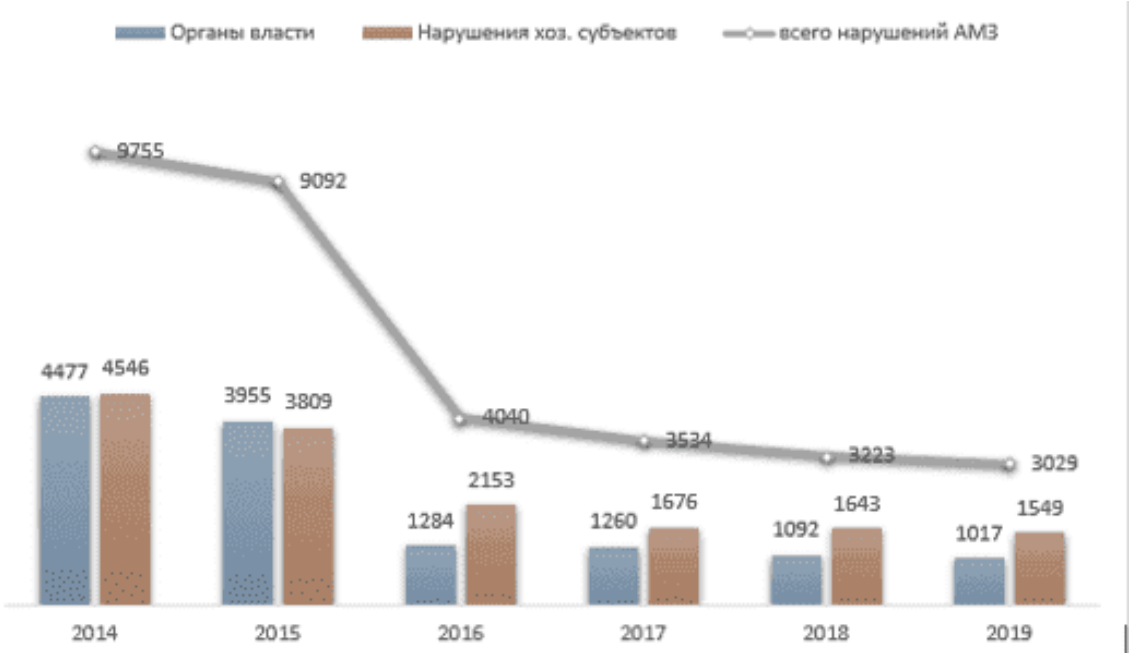

Рис. 1. Динамика нарушений антимонопольного законодательства

Стоит обратить внимание, что согласно официальной статистике ФАС России нарушения антимонопольного законодательства органами власти составляют 31–33% от всех выявленных нарушений антимонопольного законодательства.

Большую часть нарушений антимонопольного законодательства среди хозяйственных субъектов занимает позиция «злоупотребление доминирующим положением».

Необходимо осуществлять популяризацию и агитацию внедрения систем антимонопольного комплекса в организациях с государственным участием и в органах власти, обеспечив также наличие качественных программ обучения в этой сфере.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Гоголева Т.Н.

Желтов С.А., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Специфика горизонтальной и вертикальной дифференциации товара на автомобильном рынке

Для автомобильного рынка в современных социально–экономических условиях характерна быстрая трансформация предпочтений потребителей. Именно поэтому производителям для поддержания конкурентоспособности необходимо обладать информацией о конкурентной среде рынка и специфике дифференциации товаров.

Дифференциация товара представляет собой явление, характеризующееся появлением у товаров объективных или субъективных характеристик, значимых для потребителей, и выделяющее эти товары по сравнению с продукцией конкурентов. Данный термин был предложен Э. Чемберлином в теории монополистической конкуренции, а сегодня активно используется при разработке маркетинговых стратегий компаний.

Изучая все многообразие товаров, дифференцированных по цене, качеству и другим параметрам, можно выделить два основных типа дифференциации: горизонтальную и вертикальную. Сравнительный анализ указанных типов приведен в таблице 1.

Таблица 1. Отличительные черты горизонтальной и вертикальной дифференциации товара

Критерий сравнения	Горизонтальная дифференциация	Вертикальная дифференциация
1. Удовлетворяемая потребность	Различна для каждого из товаров	Одинакова для каждого из товаров
2. Отличие товаров	По назначению	По качеству
3. Основание потребительского выбора	Вкусы и предпочтения	Отсутствие денежных средств на приобретение более качественного товара
4. Ресурсы, направляемые на производство	Примерно равны (по стоимостной оценке)	Различны (более качественный товар требует больших затрат ресурсов)

Как видно из таблицы 1, горизонтальная дифференциация товара предполагает производство отличных типов продукта в зависимости от их назначения, соответствия потребительским вкусам, а вертикальная – в зависимости от качества. Необходимо подчеркнуть, что не только на одном рынке, но даже в ассортиментном портфеле одного производителя могут присутствовать продукты, дифференцируемые как горизонтально, так и вертикально.

Для автомобильного рынка характерно использование производителями обоих типов дифференциации. При этом можно выделить следующие особенности такой дифференциации:

1) вертикальная дифференциация осуществляется путем сравнения ав-

томобилей из соседних ценовых сегментов, а потребитель при этом решает оптимизационную задачу по соотношению цены и качества для каждого сегмента;

2) горизонтальная дифференциация осуществляется на основе сравнения автомобилей одного ценового сегмента, но относящихся к разным группам по назначению. Потребитель решает оптимизационную задачу максимизации соотношения цены и качества при заданном в сегменте ограничении уровня цен;

3) сегодня на российском автомобильном рынке преобладает горизонтальная дифференциация. Однако это относительно новая тенденция: еще в начале 2000–х годов преобладала вертикальная дифференциация, где в роли более низкого по качеству сегмента выступал российский автопром, в роли более качественного – иномарки. Сейчас, однако, и российские производители предлагают продукты, различающиеся и по назначению, и по качеству (и по цене).

Сегодня в аналитических обзор и прикладных исследованиях для горизонтальной дифференциации автомобилей нередко используется их распределение по классам. Данная классификация создана Европейской комиссией и применима, хоть и в несколько видоизмененной форме, для российской практики. В основе распределения по классам – назначение автомобилей (с ним связаны длина, число мест). В таблице 2 приведены примеры моделей авто, относящихся к каждому классу и сегменту по качеству. Следует отметить, что классификация весьма условна.

Таблица 2. Горизонтальная и вертикальная дифференциация на автомобильном рынке

Код	Класс	Сегмент по качеству, размерному ряду, цене		
		Эконом	Средний	Люкс
A	Мини–авто	ВАЗ–1111 Ока	Kia Picanto	Fiat 500
B	Маленькие авто	Lada Granta	Kia Rio	Citroen C3 Aircross
C	Среднеразмерные авто	Ravon R4	Suzuki SX4	Audi A3
D	Полноразмерные авто	JAC J7	Audi A4	Audi RS4
S	Спортивные купе	BMW 4 серия	Lexus LC	Aston Martin Vantage
M	Минивэны, коммерческие авто	УАЗ–3303	Opel Combo	Fiat Doblo
G	Кроссоверы, внедорожники	Лада 4Х4	Subaru X5	Toyota Land Cruiser

Таким образом, для отраслевого рынка автомобилей характерно использование как горизонтальной, так и вертикальной дифференциации товара, при этом основой дифференциации выступает отнесение автомобилей к классам (A, B, C и так далее). Полученный вывод имеет значение для аналитической группировки продукции автомобильного рынка с целью проведения дальнейших исследований способов и форм дифференциации на данном рынке.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Чарыкова О.Г.

Завгородний Д.А., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Современные методы исследования поведения фирм в условиях рынка олигополистической конкуренции

Рынок олигополистической конкуренции отличается от других рыночных структур наличием стратегического поведения фирм. Действительно, в условиях совершенной и даже монополистической конкуренции рыночная власть отдельного игрока не настолько велика, чтобы его решения оказывали заметное влияние на других игроков; в условиях монополии другие игроки отсутствуют. Однако в условиях олигополии на рынке действуют несколько крупных фирм, и решения каждой из них неизбежно затрагивают деятельность остальных, что приводит к соответствующей реакции.

Информационной базой для анализа поведения фирм в условиях олигополии выступают, прежде всего, числовые данные о следующих параметрах:

– объем реализации;
– отпускная цена;
– прибыль от продаж.

Важно сформировать массив данных для анализа в динамике в связи с тем, что принятие решений руководителями компаний–игроков рынка олигополистической конкуренции имеет временной лаг.

В современной практике исследования поведения фирм–олигополистов используются два основных метода: метод статистического анализа и экономико–математическое моделирование.

Статистический анализ предполагает выявление функций предложения, оценка корреляции параметров предложения игроков, а экономико–математическое моделирование выявление соответствия поведения игроков моделям, прогноз поведения игроков на основании моделирования.

Следует подчеркнуть, что данные методы применяются в тесной взаимосвязи и, как правило, в той или иной степени применяются в каждом исследовании.

Инструменты статистического анализа позволяют выявить наличие или отсутствие зависимости между параметрами предложения (ценой и объемом) компаний конкурентов. Кроме того, на основе использование инструментов эконометрического моделирования (в первую очередь – построение регрессии) можно построить функции предложения и на следующих этапах анализа исследовать именно эти функции, абстрагируясь от самих фирм.

Современное экономико–математическое моделирование поведения фирм–олигополистов во многом базируется на предположениях базовых

моделей стратегий фирм (модели Курно, Бертрана и другие) и сводится к модификациям этих моделей. Так, например, отечественный экономист В.Л. Скобелев, отмечая несовершенство классических моделей (учет исключительно горизонтального согласования частных интересов олигополистов), дорабатывает их. В результате разработанная им модель обменных процессов добавляет к этому анализу возможность оптимизации вертикального взаимодействия.

Исследователи отмечают, что на выбор стратегии фирм в условиях современного рынка олигополии оказывают влияния различные представления компании (в лице руководителя, топ–менеджмента). И.А. Бирюкова и М.И. Гераськин, к примеру, выделяют три вида таких представлений:

– представления игрока о других игроках;

– представления игрока о представлениях других игроков (конкурентов) о нем самом;

– представления игрока о том, что думают другие конкуренты относительно мнения игрока о конкурентах.

Соответственно, моделирование поведения игроков должно опираться на указанные представления.

Выбор конкретного набора методов и инструментов анализа рынка олигополистической конкуренции должен опираться на цели исследования. Наиболее часто в качестве такой цели выступает выявление закономерностей развития рынка и прогноз его состояния на основе сформированных тенденций. Кроме того, практический интерес представляет нахождение оптимального состояния рынка, оценка путей достижения этого состояния. Можно сделать вывод, что современный анализ стратегического поведения фирм на рынке олигополистической конкуренции базируется на экономико–математических методах. Это подтверждает возросшую значимость средств компьютерного моделирования в аналитическом процессе.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Смотрова Т.И.

Зверева Е.В., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Взаимосвязь цифровой экономики и образования

Реалиями последних лет стало стремительное развитие цифровых технологий, которые трансформируют человеческую деятельность во многих сферах. Такие изменения ставят перед людьми большую и непростую задачу.

Постоянное улучшение своих профессиональных компетенций, даже если уже получен диплом о высшем или специальном образовании, становится первостепенным у многих людей.

Сегодня цифровизация и образование – это две крупные системы, которые активно воздействуют на жизнь современного общества, чем–то противоположные по отношению друг к другу, но в то же время активно взаимодействующие между собой.

С каждым годом изменения происходят более стремительными темпами, а времени на проникновение новых технологий затрачивается всё меньше. Необходимо осознавать, что рынок труда заинтересован в сохранении именно специалистов, которые будут занимать новые рабочие места, создаваемые в процессе цифровизации.

Сейчас на рынке труда можно наблюдать высокий спрос на работников, которые обладают цифровыми навыками. Новейшие и современные технологии могут и позволяют менять и форматы, и содержание обучения персонала. Впрочем, стратегия подготовки кадров для цифровой экономики требует кропотливого разбора возможностей будущего развития науки и техники.

Очевидно, что все современные компетенции в цифровой экономике крутятся вокруг навыков работы с информацией. А следовательно, каждый новый способ добычи, передачи, обработки и интерпретации информации будет рождать новые профессии, которые крайне нужны на рынке труда.

Системы образования встречаются с ответственной задачей – подготовки кадров, обладающих навыками для занятия достойных позиций на современном рынке труда.

Современные образовательные стратегии должны учитывать внедряемые новые технологии. По причине таких технологий растет спрос на сотрудников, готовых продуктивно работать в технологичных направлениях. Подготовка специалистов, готовых исполнять в повседневной профессиональной деятельности такие функции, — важная и сложная задача. Навыки взаимодействия с масштабными базами данных значительно повышают качество и производительность труда, тем самым способствуя социально–экономическому развитию страны.

Очевидно, для того, чтобы успеть за цифровизацией, необходим комплекс новых компетенций и навыков. Наличие у сотрудника навыков и знаний, требуемых как для инженера, так и для экономиста, становится актуальным. Это важно для того, чтобы уметь управлять производственным процессом и знать, как оценить эффект от цифровизации

Один из главных трендов – уход внушительной части обучения в онлайн, что стирает грань между формальным и неформальным образованием. Рынок оплачиваемых онлайн–курсов в России измеряется сотнями тысяч обучаемых в год и растёт невероятными темпами.

Формирование цифровых коммуникативных навыков, в данное время, является одним из перспективных направлений подготовки кадров для цифровой экономики. Сейчас можно своими глазами наблюдать, как в повседневной жизни появляются прорывные технологии, о которых еще вчера никто не задумывался. Их развитием будут заниматься специалисты, способные управлять умным производством, — те, кто умеет создавать и использовать новые материалы и конструкции, проектировать в цифровом пространстве, участвовать в информационном и математическом моделировании, расширенном управлении жизненным циклом продукции.

Образованию не просто идти в ногу с последними тенденциями. И сама сущность высшего образования заключается в формировании фундаментальных профессиональных качеств, которые в свою очередь очень неспешно подвергаются изменениям. А строго техническими, практическими навыками занимаются профессиональные училища.

В то же время рынок призывает выпуск "готовых" специалистов, способных включиться в рабочий процесс незамедлительно после вручения диплома.

Каждый из современных институтов старается являться зеркалом индустрии, для которой подготавливает кадры. И если в отрасли отчётливый выраженный тренд на цифровизацию, то это не может не отпечататься на подходе к обучению. Сегодня в ряде университетов организовываются рабочие группы по повышению цифровой грамотности студентов и преподавателей.

Для современного специалиста больше важен не определённый набор навыков, а способность понимать и предвосхищать тенденции в своей профессиональной деятельности. Сейчас практический навык может быть освоен абсолютно в любой момент жизни, даже в любое время, а порой и не отрываясь от производства.

Впрочем, исключительно университет может дать то, что еще долгое время будет сохраняться за пределами компьютерных возможностей – творческий подход к всякому современному вызову, будь то принятие управленческого решения или тонкая дипломатическая игра.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Гоголева Т.Н.

Иванов А.В., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Способы дифференциации продукта

В современной экономике рынки различных товаров обладают значительными отличиями. Однако их можно разделить на две большие категории в зависимости от наличия и степени дифференциации товара. В первом случае производители предлагают совершенно однородную продукцию. Выделение данной группы достаточно условно, так как всегда сохраняются возможности выделения отличительных свойств товара. Главным способом продвижения товара является установление наиболее выгодной для покупателя цены. К рынкам второй группы относятся рынки товаров, которые значительно отличаются по своим потребительским свойствам. В данном случае продавцы обладают более широким спектром инструментов конкуренции. Стараясь оставаться конкурентоспособными, производители вынуждены постоянно искать новые способы продвижения своей продукции. В результате на рынке появляется множество игроков, представляющих потребителю возможность удовлетворить самые разные запросы. Даже в рамках одной компании происходит расширение перечня предлагаемых товаров и услуг.

Высокая степень дифференцированности товара на рынке затрудняет выбор для потребителя. Стратегия дифференциации может быть направлена как на расширение доли рынка, так и на установление монополистического положения в рамках уже занятого сегмента. При этом правильный выбор конкурентного преимущества позволяет даже небольшим фирмам конкурировать с более крупными игроками.

В своей основе дифференциация продукта происходит по двум направлениям. Горизонтальная дифференциация предполагает удовлетворение все большего набора потребностей клиентов. Компания выделяет на рынке выпускаемого товара группы потребителей, предъявляющих разные запросы, и предлагает им способы их удовлетворения. Вертикальная дифференциация способствует расширению степени удовлетворения одной потребительской потребности.

Основываясь на сложившихся рыночных условиях, каждый производитель должен выбрать свойства своего товара, представляющие для потребителя наибольшую ценность.

Одним из главных способов дифференциации является продуктовая. В данном случае фокус внимания производителя сконцентрирован на способности товара удовлетворять конкретные потребности покупателя. Такой вид дифференциации не применим для рынка стандартизированных товаров, на которых основной вектор направлен на ценовую конкуренцию. Производители широко используют продуктовую стратегию на рынке

пищевой промышленности, на котором для потребителя главным параметром выбора являются питательные свойства продукции. Как правило, дифференциации основанная на уникальных свойствах товара, позволяет сформировать на рынке отдельный сегмент, на котором фирма станет монополистом.

Следующим способом товарной дифференциации является предоставление сопутствующих услуг. Данная стратегия распространена на рынке сложных технических устройств. Производители, как правило, бесплатно оказывают услуги по установке, настройке, доставке, обслуживанию проданного товара. Данная стратегия часто встречается на рынках однородной продукции, когда производителям сложно выделить конкурентные преимущества своего товара. Послепродажное обслуживание позволяет качественно выделиться на фоне конкурентов.

Деятельность многих компаний напрямую связана с тесным контактом с клиентом. В таких случаях целесообразно прибегнуть к дифференциации товара, основанной на улучшении персонального обслуживания каждого клиента. Предприятия вкладывают значительные средства в повышение компетенций своих сотрудников. Тесная коммуникация с потребителем способна значительно повысить лояльность клиентов. Как правило, данную стратегию используют в сфере услуг или продажах, в которых сотрудник оказывает значительное влияние на выбор потребителя.

В последнее время все большее значение приобретает дифференциация, основанная на брендировании продукции. Данный способ позволяет компании удерживать свой рыночный сегмент посредством формирования широкого числа приверженцев одного бренда. Реализуется стратегия как посредством продвижения самого товара, так и формирования определенного имиджа компании в глазах потребителей. Крупные компании зачастую объединяют сразу несколько торговых марок для воздействия на различные аудитории потребителей. Важным инструментов продвижения бренда является создание уникальной упаковки. Она может как зрительно привлекать внимание именно к этому товару, так и наделять его дополнительными функциональными преимуществами.

Таким образом, правильно выбранный способ дифференциации товара позволяет крупным компаниям расширить свою долю рынка, посредством удовлетворения потребностей все большего числа потребителей. Для малых компаний стратегия предложения уникального товара позволяет создать и занять новую рыночную нишу. Выбор стратегии дифференциации зависит от сложившегося рыночного окружения, характеристик товара, положения самой компании.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Кушин М.Г., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Роль рекламы в деятельности фирмы

Реклама – вид экономической деятельности, который состоит в том, чтобы распространять информацию о продукте для привлечения большего количества покупателей. Это могут быть данные о компании, товаре, услуге или даже личности. Рекламу можно считать определенным видом коммуникации.

Задача и цель рекламы – это сделать продукт узнаваемым, а также увеличить прибыль компании–производителя.

Основная задача рекламы — это увеличение прибыли от продаж продукции или услуг.

Рекламные кампании помогают создать оригинальный и неповторимый товарный знак, бренд, который будут все узнавать. Они занимаются производством не только внешнего вида, но и цельной репутации продукта.

Хорошо организованная рекламная кампания долгое время поддерживает интерес к товару у потребителей, способствует продвижению бренда и привлечению новой аудитории. На конец 2021 года наибольшее распространение реклама получила в сети интернет и составляет 50% от всех расходов на рекламу в России, увеличившись с аналогичным периодом прошлого года на 27%. Исходя из этого неудивительно, что фирмы заинтересованы в том, чтобы продвигать свою продукцию там, где проводит свое время более 80% населения страны, а именно 118 млн. чел. Все это позволяет рекламе давать фирмам такие плюсы как:

– увеличение спроса на рекламируемые товары и услуги;

– удержание позиций на рынке;

– распространение информации о потребительских качествах продукции;

– создание положительного имиджа компании среди потребителей;

– рост прибыли.

В бизнес–контексте реклама – это публичное общение с потребителями о товаре и услугах с целью влияния на их выбор и мнение.

Если проанализировать жизненный цикл каждого товара, то у него есть такие стадии как внедрение, рост, зрелость и спад. И во всех этих этапах ключевую роль играет реклама. Так, на этапе внедрения нового товара на рынок большое количество потенциальных покупателей быстро узнают о новом товаре из его рекламы и часто совершают первую (пробную) покупку.

В случае, если товар понравился покупателю, то он будет совершать и повторные покупки. При интенсивной рекламе товара эта фаза его жиз-

ненного цикла может сократиться с нескольких лет до считанных месяцев или недель. Для новых компаний, брендов или продуктов рекламные объявления могут служить для информирования клиентов о новом продукте и стимулировать интерес к рынку.

Рост – это период с самым резким увеличением продаж. На этой стадии рекламодатели стремятся утвердить преимущества одного товара за счет сравнения его с аналогичным в рамках товарного класса. При этом предполагается увеличение числа потенциальных покупателей за счет усиления рекламы, стимулирования покупки, информирования о местах продаж, формирования нужного имиджа фирмы. Также грамотная реклама позволяет приучить клиента пользоваться определенным товаром. Реклама может оказывать огромное влияние на успех и малого, и довольно крупного бизнеса, она напоминает клиентам о преимуществах продуктов и услуг, повышает отношение как к клиентам, так и к инвесторам, привлекает новых клиентов и заменяет потерянных, улучшает репутацию бизнеса.

На стадии зрелости реклама продолжает убеждать потребителя в достоинствах товара, и для этого используются различные виды рекламы. Так, широко применяется подкрепляющая реклама, которая базируется на образности, пытаясь защитить и укрепить позиции товарной марки. Она стремится убедить нынешних покупателей в правильности сделанного ими выбора, повысить доверие как к самому товару, так и к производителю. В рекламном обращении упор делается на распродажи, долговременный сервис и повышение качества. Для существующих клиентов объявления могут напомнить о ценности продукта, предложить новые виды использования продукта или поощрять повторные покупки через различные акции. Реклама может иметь большое влияние на новые предприятия, создавая большие барьеры для выхода на устоявшиеся рынки.

Заключительной стадией в жизни товара является его спад. На этой стадии у фирмы резко снижаются продажи и прибыль. Падение уровня сбыта как правило связана с рекламой, а именно с устареванием рекламной стратегии.

Таким образом, реклама проявляется во всех сферах деятельности фирмы, без нее невозможна главная цель любой компании, а именно получение прибыли, что как раз и относится к основным функциям рекламы путем увеличения аудитории на рынке.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Лопатина А.И., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Преимущества и недостатки стратегии дифференциации

Дифференциация продуктов – это стратегия, позволяющая выделить продукты или услуги компании среди конкурентов. Успешная дифференциация включает в себя выявление и передачу уникальных качеств продукта или компании с одновременным выделением явных различий между этим продуктом или компанией, а также ее конкурентами.

Принято выделять два типа дифференциации продукции. Горизонтальная дифференциация, которая заключается в различении потребителями потребительских свойств товаров, удовлетворяющих разные вкусы. Выбор потребителя в этом случае определяется приверженностью той или иной торговой марки. Вертикальная дифференциация заключается в различении потребителями качества товаров, удовлетворяющих одинаковые вкусы. В этом случае выбор потребителя определяется его уровнем дохода. Также дифференциация подразделяется на виды. Продуктовая дифференциация – это предложение продуктов с характеристиками и/или дизайном лучше, чем у конкурентов. Основу продуктовой дифференциации составляет товарный ассортимент продукции предприятия, под которым понимается группа аналогичных или тесно связанных между собой товаров. Сервисная дифференциация – это предложение разнообразного уровня услуг, сопутствующих продаваемым товарам. Существует также дифференциация персонала–это наем и тренинг персонала, который осуществляет свои функции работы с клиентами более эффективно, чем персонал конкурентов. Дифференциация имиджа – это создание имиджа организации или продуктов, с лучшей стороны отличающего их от конкурентов. В свою очередь, продукт может характеризоваться через набор его свойств, таких как: качество, местоположение продавца относительно потребителя, время продажи, информационная доступность, дополнительные услуги во время и после продажи.

Стратегия дифференциация продукта подразумевает, что у продукта есть один или несколько отличительных атрибутов, которые отделяют его от конкурентов. Возможность развивать и формулировать качества и особенности, которые позволяют преподнести конкретный продукт лучше, чем у конкурентов, является преимуществом и крайне важна для привлечения потребителей. Дифференциация продукта – это эффективный способ повышения отзывчивости клиентов за счет предоставления им широкого спектра продуктов или услуг на рынке. Фирмы разрабатывают отчасти уникальные продукты, отвечающие предпочтениям клиентов, а не один однородный товар. Дифференциация дает покупателям широкий выбор товаров из разных сегментов рынка. Например, на рынке представлены раз-

нообразные хлопья для завтрака от разных компаний с разной пищевой ценностью.

Для удержания своих позиций на глобальном конкурентном рынке, большинство компаний продолжает изобретать новые продукты, которые позволяют им оставаться актуальными. Фирмы конкурируют за создание уникальных товаров или услуг, которые удовлетворяют потребности клиентов за счет дифференциации. Компании могут улучшить существующие продукты, чтобы сделать их более эффективными и привлекательными. Таким образом, клиенты Coca–Cola имеют возможность выбора, они могут купить обычную колу, диетическую или Coke Zero. По сути, дифференциация продуктов мотивирует создавать более качественные продукты, которые стимулируют экономический рост.

Однако дифференциации продукта имеет некоторые недостатки по сравнению с другими бизнес–стратегиями. Во–первых, потребности покупателей постоянно изменяются, однако зачастую производители могут игнорировать эту особенность. Компании, которые продолжают создавать новые, а также совершенствовать предлагаемые товары и услуги, привлекают лояльность клиентов, но дифференциация продуктов требует много ресурсов для проведения исследования рынка, изучения потребностей клиентов, разработки продукта, запуска, рекламы и мониторинга. Все это создает большее давление и необходимость стимулировать потребительский спрос, а также поддерживать разумную цену для продаж и увеличения доходов, прибыли. Компенсация подобных затрат возможна более высоким доходом, однако существует и обратный риск в виде больших убытков.

Во–вторых, новым брендам обычно трудно выйти на существующий рынок из–за нескольких препятствий. И одним из них является именно дифференциация продукции, которая дает преимущество устоявшимся брендам. Большинство клиентов остаются лояльными к известным брендами компаниям на рынке и редко пробуют продукцию новых участников. Обычно, если новички используют дифференциацию цен для привлечения покупателей, известные бренды выпускают аналогичный недорогой товар для защиты своей доли на рынке. Большинству компаний, пытающихся выйти на рынок, трудно преодолеть дифференциацию продуктов, потому что им не хватает ресурсов для создания продуктов, которые могут конкурировать с существующими с точки зрения стоимости и функциональности.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что стратегия дифференциация продуктов важна, потому что позволяет различным брендам или компаниям получить конкурентное преимущество на рынке. Дифференциация продуктов – это также способ контролировать затраты потребителя за счет поддержания конкурентного рынка.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Мухортова О.С., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Потребительское поведение как индикатор удовлетворенности (на примере компании MiHoYo Limited)

С точки зрения рационального потребителя, создание продуктов и оказание услуг имеет основополагающую цель – удовлетворить постоянно растущие и меняющиеся потребности людей. К примеру, потребность в более дорогом товаре для повышения собственного имиджа. Ожидания потребителей относительно качества, цены или прочих атрибутов производимых товаров складываются из множества факторов, примером которых могут быть рекламная кампания, скидочные акции, свойства предыдущего товара данной фирмы и т.п. В связи с этим, большую роль для производителей играет обратная связь, получаемая от клиентов. Степень удовлетворенности клиентов продуктами и действиями компании напрямую влияет на уровень продаж, репутацию компании и дальнейшее продвижение его продуктов на рынке.

Потребительское поведение должно быть учтено в процессе формирования спроса на товар на основе потребительских ожиданий, предпочтений и имеющихся денежных средств. Потребительское поведение изучается в рамках экономической теории, маркетинга, экономической социологии.

В данной научной работе потребительское поведение изучается на основе действий потребителей, функционирующих на рынке видеоигр. Ввиду специфики рассматриваемого рынка была проанализирована ситуация негативного отклика клиентов на действия компании–разработчика компьютерных игр.

Задачей данного исследования является анализ потребительского поведения на примере ситуации компании MiHoYo Limited.

MiHoYo Limited – это китайская компания–разработчик компьютерных игр и анимационная студия, расположенная в Шанхае. У компании есть несколько игровых проектов (Guns Girl Z, Honkai Impact 3rd), самым известным и успешным из которых стал проект Genshin Impact.

В контексте данной работы необходимо дать уточняющее определение категории «игроки». Игроки – элемент целевой аудитории индустрии видеоигр, а именно потребители, играющие в видеоигры.

Genshin Impact представляет собой компьютерную игру в жанре action–adventure с открытым миром и элементами RPG (англ. Role–Playing Game, компьютерная ролевая игра). Особенностью данной игры является использование системы «гатя» (капсульного торгового автомата). Для получения определенно персонажа или предмета в игре игрокам необходимо воспользоваться этой системой. Вероятность получения желаемого объек-

та варьируется и не всегда в пользу игрока, что побуждает их к покупке внутриигровой валюты для повторения действия. Данная система является очень прибыльной для разработчиков. В период с 1 по 21 сентября 2021 года прибыль компании от добавления нового игрового персонажа составила 9,438 миллионов долларов.

28 сентября 2021 года состоялась первая годовщина выхода игры, в связи с чем разработчики заранее анонсировали весомые внутриигровые подарки для всех игроков и начало внутриигрового события с множеством призов. Игроки восприняли эту информацию с ажиотажем и множеством предположений об ожидаемых подарках. На тематических форумах, посвященных игре проходили опросы, связанные с годовщиной, в том числе и о «подарочном» персонаже. К сожалению, ожидания потребителей не оправдались и полученные подарки оказались не только неудовлетворительными, но и имели негативный эффект для разработчиков.

Одним из показателей неудовлетворенности стала статистика оценок приложения в онлайн–магазине Google Play Store. Начиная с 28 числа, оценка игры снижалась с отметки 4,6 до рекордно низкого показателя в 1,1 балл. Подобная ситуация побудила разработчиков пересмотреть свою кампанию на годовщину и выпустить пост в социальных сетях с призывом оценить игру в Google Play за внутриигровую валюту и ресурсы.

Аудитория игры насчитывает более 40 миллионов игроков по всему миру. После волны негатива от игроков и непонимания со стороны разработчиков почти 4 миллиона игроков отказались продолжать взаимодействие с игрой и прочими продуктами компании.

В ходе проведенного нами исследования были осуществлены опросы–собеседования с действующими игроками, которые играют на европейском сервере. Целью опроса было выявить отношение игрока к прошедшей годовщине, узнать причины недовольства, если оно имеет место быть, и рассмотреть возможные варианта исправления ошибок, предлагаемых игроками. Free–to–Play игроки (так же F2P, игроки, которые играют без дополнительных денежных вливаний в игру, посредством покупки игровой валюты) подчеркнули тот факт, что подобные подарки могли бы помочь в развитии игрового процесса, но вместо этого вызвали недовольство. Решением проблемы, по мнению потребителей, могли быть извинения разработчиков за ложные данные о подарках и предоставление анонсированных подарков.

Результаты проведенного нами исследования указывают на низкую удовлетворенность клиентов подобными действиями со стороны разработчиков, что в дальнейшем может привести к негативным последствиям.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Паршина А.А., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Современное состояние нефтегазового сектора в России

Нефть и газ являются уникальными, исключительными полезными ископаемыми. Им принадлежит роль основных энергоносителей. Продукты переработки нефти и газа применяют практически во всех отраслях промышленности, на всех видах транспорта, в военном и гражданском строительстве, сельском хозяйстве, энергетике, в быту и пр.

Сегодня нефтегазовая отрасль является одной из самых значимых для экономики России. Данная отрасль обеспечивает успешное функционирование и развитие промышленности страны. Нефть и газ являются основной статьей экспорта и создают положительный торговый баланс.

По состоянию на 2020 год нефтегазовые доходы обеспечивают до 40% доходов федерального бюджета и 15,2% ВВП. Добыча нефти и газового конденсата в РФ в 2020 году снизилась на 8,6% и составила 512,8 млн. тонн. Россия обеспечивает 14% мирового производства нефти и газа.

Двухкратное падение цен на нефть в 2020 году ударило по доходам производителей, а наступивший локдаун еще больше сократил спрос, упавший примерно на 20%.

После падения цены на нефть российские добывающие компании начали увеличивать инвестиции в основной капитал для улучшения своих конкурентных позиции на мировом рынке и предлагать продукцию стандартов мирового качества. Повышение качества осуществляется прежде всего при производстве нефтепродуктов. Так, на ряде крупных нефтеперерабатывающих заводов происходит внедрение следующих инноваций в процесс переработки нефти:

– риформинг;
– каталитический крекинг;
– гидрокрекинг;
– комбинированные установки переработки нефти.

Сложная ситуация в 2020 году высветила следующие проблемы:

– изменение структуры спроса под влиянием технологий возобновляемой энергетики;
– переизбыток предложения из–за роста запасов нефти, которые могут остаться неиспользованными;
– стремление к низкоуглеродному будущему;
– растущее давление со стороны инвесторов, которым нужно обеспечивать доходность инвестиций;

Однако эта ситуация, в которой оказалась отрасль, не помешала компаниям продолжить формировать ресурсный потенциал будущей добычи.

В настоящее время в нефтегазовой отрасли наблюдается четыре структурных сдвига, которые меняют правила игры и создают новые источники конкурентных преимуществ:

1. Цели и приоритеты.

Нефтегазовые компании вынуждены строить свои бизнес–модели основываясь не только на активы, которыми они владеют, и ресурсы, которые они могут добывать и коммерциализировать, но и на предоставление ресурсов и решений, которые удовлетворяют потребности потребителей и решают проблемы общества.

2. Портфель активов.

Многие годы нефтегазовые компании управляли огромными портфелями активов, размер которых определял степень его сбалансированности. Теперь им необходимо провести стратегическую оценку активов и, применяя гибкий подход, адаптировать структуру портфеля к изменяющимся условиям.

3. Источник конкурентоспособности.

Традиционными факторами роста лидеров нефтегазовой отрасли всегда были объемы добычи и технологии разработки нефтяных месторождений. Но в условиях переизбытка предложения залогом успеха является способность наращивать производство тех ресурсов, которые создают наибольшую ценность. На фоне падающего выигрывают компании, владеющие цифровыми технологиями, обеспечивающими эффективное взаимодействие и оптимизацию непрерывной цепочки создания стоимости.

4. Операционная модель.

Внедрение рационализаторских решений и оптимизация функциональных направлений деятельности в течение многих лет помогали обеспечивать максимальную эффективность и рентабельность бизнеса предприятиям нефтегазовой отрасли. В настоящее время для развития отрасли компаниям необходимо разрабатывать такие операционные модели, которые обеспечивают адаптивность цепочки создания стоимости и возможность быстрого реагирования на изменения рыночной ситуации. Важную роль в реализации гибких методов работы и оперативного отклика на изменения играют новые компетенции и эффективное взаимодействие в рамках экосистемы.

Подводя итог, можно сказать, что нефтегазовая отрасль является наиболее значимой для России. Будущее отрасли зависит не только от цен на нефть и газ, объемов добычи, но и от степени адаптивности компаний к изменяющимся рыночным условия.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Постникова В.А., маг. 1 к.
Воронежский государственный университет

Анализ экономической эффективности предприятия с помощью методов детерминированного факторного анализа

Без комплексного всестороннего анализа финансово–хозяйственной деятельности предприятия невозможно управлять сложными экономическими процессами, принимать управленческие решения. Известно, что система управления состоит из следующих взаимосвязанных функций: планирования, учета, контроля, анализа и принятия управленческих решений.

Планирование определяет основные направления и содержание деятельности предприятия, учет обеспечивает сбор, систематизацию и обобщение информации, необходимой для управления производством и контроля за ходом выполнения планов производственных процессов.

Связующее звено между учетом и принятием управленческих решений — экономический анализ, который представляет деятельность по подготовке данных, необходимых для обоснования и оптимизации управленческих решений. Одним из видов анализа финансово–хозяйственной деятельности предприятия является факторный анализ. В зависимости от тесноты связи между факторами и результативным показателем факторный анализ бывает детерминированный и стохастический.

Главным инструментом данной работы является детерминированный факторный анализ, представляющий собой исследование влияния факторов, связь которых с результативным показателем носит функциональный или жестко детерминированный характер, т.е. с изменением фактора всегда происходит соответствующее изменение результативного показателя.

В качестве объекта для анализа были использованы показатели экономической эффективности АО «УК «ЭФКО». Эта организация является одной из главных компаний, принадлежащих Группе Компаний «ЭФКО». Основной вид деятельности – консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления.

Для оценки были выбраны два финансовых показателя деятельности предприятия: рентабельность продукции и коэффициент текущей ликвидности, вычисляемые по следующим формулам:

$$Р_{пр}=\frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Выручка}}*100\%=\frac{\text{В}-\text{С/с}-\text{УпрРасх}+\%\text{к пол}-\%\text{к упл}+\text{Прдох}-\text{Пррасх}}{\text{В}}*100\%,$$

где $Р_{пр}$ – рентабельность продукции, %; В – выручка, руб; С/с – себестоимость продукции, руб; % к пол – проценты к получению, руб; % к упл – проценты к уплате, руб; Пр дох – прочие доходы, руб; Пр расх – прочие расходы, руб.

$$\text{ктек.ликв}=\frac{\text{Деньги}+\text{Дебиторская задол}-\text{ть}+\text{Запасы}+\text{Фин вложения}+\text{Прочие оборотные активы}}{\text{Краткосрочные обязательства}},$$

где $k_{тек.ликв}$ – коэффициент текущей ликвидности организации.

Таблица 1 – Показатели экономической эффективности предприятия и данные из отчетности, на основе которых они были рассчитаны

Показатель	2019	2020	Отклонение
Выручка	2 990 593	3 486 591	495 998
Себестоимость продукции	2 614 999	3 104 230	489 231
Управленческие расходы	481 245	377 385	–103 860
Проценты к получению	317	5 300	4 983
Проценты к уплате	219	142	–77
Прочие доходы	29 967	43 281	13 314
Прочие расходы	50 090	61 846	11 756
Рентабельность продукции	–4,2%	–0,24 %	3,96%
Денежные средства	12 621	13 613	992
Дебиторская задолженность	601 875	641 513	39 638
Запасы	8 920	16 393	7 473
Финансовые вложения	0	31 800	31 800
Прочие оборотные активы	27 106	35 376	8 270
Краткосрочные обязательства	918 330	1 014 969	96 639
Коэффициент текущей ликвидности	0,708	0,728	0,019

Рентабельность продукции компании позволяет оценить отдачу производства от понесенных расходов, то есть показывает прибыль от каждого затраченного рубля. И в 2019, и в 2020 году значение общей рентабельности было отрицательным, что свидетельствует о низком уровне прибыльности предприятия. Однако в 2020 по сравнению с 2019 годом значение повысилось на 3,96%, что формирует положительную тенденцию.

С помощью метода цепных подстановок, в ходе которого в формулу, изначально рассчитанную по показателям 2019 года, последовательно подставлялись значения 2021 года, удалось установить, что на изменение рентабельности существенно повлияли два показателя: выручка – рост рентабельности на 14,8%, а также себестоимость – снижение на 14%. Также рентабельность повысилась на 3% за счет снижения управленческих расходов. Так как себестоимость зависит от объема продаж, который влияет на выручку, значит рентабельность повышается за счет увеличения цены реализации, а также снижения управленческих расходов компании.

Далее был проведен подобный анализ для коэффициента текущей ликвидности, который характеризует платежеспособность организации, показывая, сколько рублей текущих активов приходится на один рубль текущих обязательств. Факторный анализ показал, что наибольшее положительное влияние на изменение этого показателя оказал рост дебиторской задолженности и финансовых вложений – коэффициент повысился на 0,07. Отрицательно повлияло увеличение краткосрочных обязательств – снижение показателя на 0,08. Следовательно, для того, чтобы поддерживать достаточный уровень платежеспособности, предприятию необходимо контролировать баланс обязательств, а также не пренебрегать вкладами в другие организации и собственными ценными бумагами.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Гоголева Т.Н.

Самохин Р.Р., маг. 2 к.
Санкт–Петербургский государственный университет

Бизнес–экосистемы как современный вид стратегии диверсификации

Стратегия диверсификации является одним из вариантов базовой стратегий фирмы, которая может использоваться в целях роста фирмы, стабилизации её состояния или для сокращения убытков.

Стратегия активно используется в настоящее время. При этом, особая актуальность стратегии диверсификации имеет место за счет трансформации бизнеса в условиях пандемии, когда компаниям стало необходимым пересматривать свои текущие стратегии и искать альтернативные пути развития, становиться более гибкими. Стратегия диверсификации является многоцелевой стратегией, поэтому она может использоваться компаниями в условиях неопределенности, позволяет компаниям быть гибкими, закладывать в свою стратегию альтернативные сценарии развития событий.

Одним из многоцелевых и трендовых вариантов стратегии диверсификации является создание бизнес–экосистем. Актуальность создания бизнес–экосистем объясняется тем, что на производительность и инновационность сильное влияние оказывают кластеры, или сосредоточение в одном месте фирм, их смежников, поставщиков, провайдеров услуг, в том числе логистических. Связь между благополучием компании и процветанием сообщества крепнет, если она создает кластеры в местах своей основной дислокации. Рост бизнеса приводит к дополнительным эффектам: создаются рабочие места во вспомогательных отраслях, появляются новые предприятия, возрастает спрос на услуги. Системные улучшения внутри и вокруг кластера затрагивают всех и вся, в том числе местную экономику.

Появлению понятия бизнес–экосистем поспособствовал Джеймс Мур, который провел аналогию между природными экосистемами и бизнесом. В природе происходит процесс эволюции, характеризующийся бесконечным взаимозависимым циклом, где развитие одного вида является причиной для изменений в других видах. Аналогичный процесс может наблюдаться и в бизнесе, если рассматривать компании не как представителей одной отрасли, а как часть бизнес–системы, функционирующей в множестве отраслей.

Исследователи отмечают, что, развивая цифровые технологии и бизнес на базе платформ, компании неизбежно придут к осознанию необходимости формирования экосистем. Связано это с тем, что сегодня уже недостаточно владеть разнообразными данными, надо знать, как извлекать из них ценность и использовать ее в интересах бизнеса и общества. Делать это в одиночку становится все сложнее, поэтому экономика завтрашнего дня нацелена на сотрудничество между различными участниками, на из-

менение цепочек создания ценности и формирование новых экосистем. Способствует формированию и развитию экосистем бизнеса цифровой мир, где отсутствует привязка к физическому месту, что дает неограниченные возможности по взаимодействию поставщиков и потребителей.

Важность экосистем признается и правительством Российской Федерации. Так, в рамках программы «Цифровая экономика Российской Федерации» одной из целей программы является «создание экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально–экономической деятельности.

Джеймс Мур предложил представлять бизнес–экосистему как сеть взаимосвязанных рыночных ниш, которые занимают организации.

Более новый термин, где бизнес–экосистема – набор собственных или партнерских сервисов, объединенных вокруг одной компании.

Другим мнением является описание бизнес–экосистемы как разновидности сетевой структуры, сообщества компаний, но имеющей свою специфику. Специфика бизнес–экосистемы как сетевой структуры заключается в следующем.

1. Наличие специфического ядра (основы) экосистемы, в качестве которого чаще всего выступает платформа, или платформенная технология, содержащая различные компоненты. Эту платформу участники экосистемы используют в своей деятельности.

2. Наличие разных типов агентов – чаще всего выделяют спонсора или основного владельца, организатора экосистемы, независимых разработчиков, провайдеров, или партнеров по сбыту и продвижению, а также покупателей и конечных пользователей.

3. Наличие правил функционирования экосистемы, то есть правил доступа в экосистему, определяющих степень ее открытости. Они определяют, что участники экосистемы могут делать и как это регулируется для обеспечения развития экосистемы и извлечения сетевого эффекта.

Таким образом, прослеживается связь между результатом стратегии диверсификации – «выход компании на новые рынки», и бизнес–экосистемами – «сеть взаимосвязанных рыночных ниш, которые представляют организации, в сети которых есть головная организация».

Современным этапом для стратегии диверсификации является внедрение дополнительный целей, соответствующих актуальным трендам: цифровизация бизнеса и курс на устойчивое развитие. Для успешного создания такой модели бизнеса существуют бизнес–экосистемы, которые как раз предполагают использование цифровых технологий и целей устойчивого развития, в том числе создание системы отношений между участниками цепочки создания стоимости и выход на смежные рынки путем создания системы общих ценностей.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Мелякова Е.В.

Сащенко Е.С., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Современное состояние рынка авиаперевозок в России

В период пандемии COVID–19 мировая транспортно–логистическая система оказалась одной из наиболее пострадавших сфер.

Негативные последствия, такие как: введенные ограничения в странах, сокращение авиаперевозок в мире, снижение спроса и покупательской способности отрицательно сказались на рынке авиаперевозок России.

Федеральное агентство воздушного транспорта России опубликовало основные показатели рынка авиаперевозок доковидного 2019 и 2020 года. (табл. 1).

Таблица 1. Основные показатели работы рынка авиаперевозок России за 2019 – 2020 годы

Показатели работы	**Единица измерения**	**2019 год**	**2020 год**
Пассажирооборот	тыс.пасс.км.	322 986 264,22	153 512 321,44
в том числе:			
Международные перевозки		187 578 909,15	48 302 625,72
Внутренние перевозки		135 407 355,07	105 209 695,72
Грузооборот	тыс.ткм.	7 389 999,46	7 113 918,98
в том числе:			
Международные перевозки		6 481 388,37	6 108 750, 51
Внутренние перевозки		908 611,09	1 005 168,48

Анализируя данные таблицы 1, стоит отметить, что пассажирооборот в 2020 году резко сократился по сравнению с 2019 годом, в основном за счет международных перевозок, которые уменьшились почти в 4 раза, а внутренние изменились незначительно.

В условиях сокращения количества пассажирских рейсов авиакомпании прибегали к переоборудованию самолетов для размещения коммерческих грузов в салоне, а не только в багажном отсеке. С помощью таких мер удалось сохранить практически на том же уровне международный грузооборот, а внутренний и вовсе увеличить.

В период ограничений, введенных из–за нестабильной эпидемиологической ситуации, государство предоставляет авиакомпаниям субсидии, предназначенные для выплаты заработной платы авиационному персоналу,

на операционную деятельность, на лизинговые платежи, для оплаты стоянки воздушных судов, а также на содержание имущества.

Анализируя данные таблицы 2, можно отметить, что прослеживаются благоприятные изменения в показателях рынка авиаперевозок России. За первые 9 месяцев 2021 года пассажирооборот превысил годовой объем 2020 года.

Также виден рост грузооборота в 2021 году по сравнению с аналогичным периодом 2020 года, особенно показатель международных перевозок.

Таблица 2. Основные показатели работы рынка авиаперевозок России за январь–сентябрь 2020–2021 гг.

Показатели работы	**Единица измерения**	**2020 январь–сентябрь**	**2021 январь–сентябрь**
Пассажирооборот	тыс.пасс.км.	120 230 376,22	179 450 423,04
в том числе:			
Международные перевозки		41 196 405,67	49 131 098,53
Внутренние перевозки		79 033 970,55	130 319 324,51
Грузооборот	тыс.ткм.	4 927 455,03	6 506 449,56
в том числе:			
Международные перевозки		4 227 244,71	5 644 642,73
Внутренние перевозки		700 210,32	861 806,82

В настоящее время наблюдается соблюдение антиковидных мер, при вылете в ряд стран осуществляется контроль сертификатов с отрицательным результатом теста на COVID – 19, сделанного методом PCR, пассажирам предлагаются расширенные условия переоформления авиабилетов и альтернативные способы компенсации. Авиакомпании вводят дополнительные меры безопасности на борту, например, во всех самолетах ПАО «Аэрофлот» установлены мощные HEPA–фильтры для вентиляции, все поверхности в самолете дезинфицируются, на каждом борту есть универсальный профилактический комплект для проведения противоэпидемических мероприятий. Также наземный персонал авиакомпании и все члены экипажа прошли дополнительную подготовку на случай проявления симптомов ОРВИ у пассажиров во время полета.

Таким образом, рынок авиаперевозок в России адаптируется к условиям пандемии.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Старов Е.А, маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Изменения характера труда в цифровой экономике и их влияние на уровень экономического неравенства

Проблема экономического неравенства является очень многогранной, и на его уровень оказывают влияние огромное количество факторов (экономические, политические, социальные, психологические, демографические и географические). Изменения, которые происходят в современной экономике, связанные с её цифровизацией и развитием технологий, оказывают заметное влияние и на уровень экономического неравенства. Прежде всего, это связано с изменениями характера труда, присущими цифровой экономике.

Крайне быстрое развитие и появление новых технологий оказывает существенное влияние на рынок труда. Так, по мнению экспертов Мирового банка, в результате автоматизации в среднем по разным странам может быть утрачено до 50% рабочих мест. Несмотря на то, что предварительные оценки последствий автоматизации сильно варьируются, в связи с наличием большого количества факторов, влияющих на состояние рынка труда и невозможностью точного определения места технологий в этом процессе, очевидной является тенденция к усилению автоматизации, отмиранию старых профессий и как следствие – возможному сокращению рабочих мест.

Проблема появления новых технологий и экономического неравенства проявляется в том, что от автоматизации страдают, в первую очередь, низкоквалифицированные работники. Автоматизация затрагивает в большей степени те профессии, которые легко заменить машинами, большинство таких профессий — это профессии в сфере промышленности. Применение новых технологий вытесняет низкоквалифицированных рабочих с рынка труда, пополняет количество безработных, которые конкурируют за ограниченное количество низкооплачиваемых рабочих мест, что приводит к падению заработной платы и все большему ухудшению положения наиболее бедных слоев населения, повышая таким образом, разрыв в уровне доходов между богатыми и бедными.

Согласно исследованиям Фрэнка Фоссена и Алины Зоргнер, автоматизация может оказывать на различные профессии деструктивное или трансформирующее влияние. Деструктивные эффекты проявляются в замене человеческого труда машинами, в то время как трансформирующие эффекты приводят к повышению производительности труда людей.

В зависимости от того, как проявляются эти эффекты, все профессии можно разделить на четыре группы. В первую группу попадают профессии, которые подвержены сильному воздействию трансформирующего

эффекта. Цифровизация повышает производительность труда, не создавая опасности замены человека машинами. Профессии второй группы подвержены влиянию обоих эффектов, которые проявляются более радикально и могут приводить к замещению человеческого труда. Третья группа объединяет профессии, в которых крайне низкий деструктивный эффект – такую деятельность пока что невозможно заменить компьютерами. Наконец, профессии четвертой группы – это профессии, которые подвержены значительному влиянию деструктивного эффекта и могут быть полностью автоматизированы.

Большинство профессий относится к первой или четвертой группе. При этом, для отмирающих профессий требования к навыкам работников не включают в себя развитые когнитивные или творческие способности. Это профессии, требующие относительно низкой квалификации, на которых обычно заняты представители бедных слоев населения. В то же время, профессии первой группы требуют развитых когнитивных и социальных навыков, навыки нестандартного мышления, оригинальности и т.д. Освоение профессий первой и третьей группы, как правило, требует значительных временных и денежных затрат, что чаще всего недоступно бедному населению. Таким образом, автоматизация, влияющая на характер труда, может привести к усилению экономического неравенства в обществе и значительной общественной стратификации между богатыми и малообеспеченными слоями населения. Причем, усилению неравенства способствуют оба вышеназванных эффекта.

Меняются в условиях автоматизации и глобализации и особенности спроса на труд, что в первую очередь проявляется в снижении спроса на низкоквалифицированных работников.

Все вышеперечисленные особенности оказывают влияние на уровень экономического неравенства. Падение спроса на труд низкоквалифицированных рабочих, вызванное тем, что их труд поддается «кодификации» и может быть заменен машинами, напрямую влияет на благосостояние наиболее бедных слоев населения, которые не имеют возможности получить качественное образование и заниматься высококвалифицированным трудом. Данная ситуация усугубляется тем, что для наиболее бедных слоев населения создается ситуация «замкнутого круга» – люди не могут получить высокооплачиваемую работу из–за недостатка образования, одновременно с этим они не могут получить хорошее образование по причине его высоких альтернативных издержек.

Все вышеперечисленные изменения характера труда в цифровой экономике демонстрируют необходимость разработки комплексных мер, направленных на снижение уровня экономического неравенства до приемлемых значений, которое не будет оказывать негативного влияния на экономический рост.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Гоголева Т.Н.

Сувальская А.В., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Проблемы конкуренции участников рынка олигополии в банковском секторе экономики России

Конкуренция, существующая на рынке олигополии положительным образом, сказывает не только на экономике страны, но и на потребителях. Дух соперничества заставляет участников улучшать качество своей продукции и снижать на нее цены для привлечения клиентов. Однако не все модели олигополии хороши для потребителей. Так, например, это касается участников олигополии с тайным сговором. Речь идет о картелях. По сути это та же самая монополя только с несколькими заводами. А поскольку это монополия, конкурентов у нее нет. Картель устанавливает монопольную цену, которая действует для всех участников сговора. Банковский сектор экономики не является картелью. Однако население страны недовольно нынешними ставками. Участники рынка олигополии в банковском секторе играют по принципу модели Чемберлина, то есть делят монопольную прибыль между собой, условно договорившись об установлении ставок. По сути, олигополия, действующая по модели Чемберлина тоже напоминает монополию. Однако ее участники не договариваются сознательно. А предполагают поведение своего конкурента.

ПАО Сбербанк первым пришел на этот рынок, но развитие банковского сектора и приход на рынок новых участников вынуждает каждого из них работать больше по прежней цене, чтобы получать максимальную прибыль. Или, договориться о более высокой цене между участниками и работать в прежнем режиме. ПАО Сбербанк выбрал и то, и другое. ПАО Сбербанк устанавливает самые невыгодные ставки для клиентов, но при этом продолжает расширять рамки своей деятельности.

На сегодняшний день можно наблюдать, что деятельность ПАО Сбербанка вышла за рамки финансового сектора. Если раньше среди клиентов Сбербанка основную долю составляло население пожилого возраста, то теперь это молодые люди, слушающие музыку, смотрящие фильмы и активно пользующиеся смартфоном. С развитием экосистемы Сбербанка, банковский сектор перестал отождествляться с финансовым. ПАО Сбербанк активно развивается в новом направлении, экосистеме, которая включает такие виды услуг как: доставка еды на дом, сервис развлечений и даже медицинская консультация. Экосистема позволила банку выйти на новые рынки олигополистической конкуренции и получать дополнительный доход. ПАО Сбербанк занимает значимую долю банковского сектора экономики и можно констатировать, что сегодня благодаря его деятельности банковская сфера экономики представляет собой нечто среднее между финансовой сферой и сферой развлечений. Теперь помимо основной своей

деятельности работники ПАО Сбербанка ведут страницы в социальной сети, продвигая продукты экосистемы, представленные банком. На столе сотрудника теперь можно найти QR–код, по которому можно пройти на страницу в Инстаграм, которую он ведет. Вряд ли пожилая бабушка сможет воспользоваться данным кодом. Так, смена основного вида деятельности, позволила банку привлечь новый контингент клиентов.

Ни одна модель олигополии не присутствует в чистом виде. И банковский сектор экономики не является исключением. В банковском секторе экономики на сегодняшний день можно выделить пять крупнейших игроков: Сбербанк, ВТБ, Газпромбанк, Альфа–банк и Россельхозбанк. Явным лидером на рынке является ПАО Сбербанк. Данный банк имеет самые невыгодные для клиентов ставки. Однако большая часть населения страны, более 70%, все же продолжает пользоваться его услугами, что говорит о принадлежащем ему статусе лидера на рынке. Сбербанк определяет исходную ставку, а остальные банки подстраиваются под нее, немного корректируя под себя. При этом, ставки конкуренты не сильно видоизменяют. Это связано с тем, что лидер достаточно надежный банк, проверенный годами. Именно стабильностью он привлекает к себе клиентов. И если он уронит цены, то высока вероятность того, что клиенты других банков предпочтут пользоваться услугами ПАО Сбербанка. Почему же тогда ПАО Сбербанк не может сделать свои ставки для клиентов более выгодным, ведь в совокупности со своей репутацией надежного и стабильного банка, он полностью перетянет одеяло на себя. И все клиенты конкурентов перейдут к нему. Ответ прост. Соперники могут поступить также. Ценовая война может ухудшить положение как лидера, так и последователей.

Таким образом, в банковском секторе экономики действует смешанная модель олигополии, включающая в себя модель Чемберлина и модель «лидерство в ценах». ПАО Сбербанк первым пришел на рынок, что позволило ему быть в статусе лидера и возможность устанавливать ставки, от которых в последствии отталкиваются его последователи. Увеличение числа участников вынуждает делить между ними прибыль в ущерб себе. Модель Чемберлина заключается в следующем. Чтобы увеличить прибыль участники выбирают из двух зол: работать больше и устанавливать прежние цены или работать меньше и устанавливать большие цены. Ставки, действующие на сегодняшний день крайне невыгодны для населения, но при этом ПАО Сбербанк производит огромный объем продуктов, не только финансовых. Выход банка за рамки финансового сектора чреват тем, что вскоре ради прибыли банковский сектор экономики, полностью превратится в сферу развлечений и не будет придавать большое значение своему основному виду деятельности. Уже сейчас это вызывает негодование среди населения в возрасте. В конечном итоге банк потеряет часть клиентуры, представителями которой являются пожилые люди.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Смотрова Т.И.

Трубников М.М., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Значение современных подходов к изучению человека для развития экономической науки и практики

Модель «экономического человека», как исследовательский инструмент экономической теории и практики качественно изменилась, реагируя на масштабные изменения социальной жизни общества. В свою очередь, и само развитие модели оказывает огромное влияние на теорию и практику мировой экономики.

Несовершенство более ранних моделей «экономического человека» объясняется такими причинами, как:

1) не принимаются в расчет внешние эффекты, обусловливающие трансакционные издержки;
2) отвергается важность институционального устройства общества;
3) не учитывается влияние неэкономических факторов;
4) сфера жизнедеятельности человека в ракурсе экономического исследования сужена до процесса получения средств, необходимых для удовлетворения его потребностей;
5) не учитывается зависимость личного интереса человека от поведения других людей;
6) модель является обезличенной и универсальной, поскольку оперирует общепризнанными ценностями и потребностями, одинаковыми для всех индивидов.

Современные модели «экономического человека» направлены на полное или частичное устранение этих недостатков.

Главное значение процесса совершенствования структуры модели «экономического человека» состоит в восстановлении утраченной взаимосвязи индивидуальной выгоды и общественной пользы. По форме общественная польза многообразна и разнопланова. Это удовлетворение потребностей в выпускаемой продукции и оказываемых услугах, уплата налогов и обязательных платежей, создание рабочих мест, улучшение условий труда, повышение его оплаты, решение социально–бытовых проблем работников, их профессиональное обучение, участие в социальных программах региона и страны, благотворительность, улучшение или хотя бы компенсация вреда экологии.

При усилении акцентов хозяйственной деятельности на общественной пользе каждое предприятие будет вынуждено постоянно решать этическую задачу в комплексе с экономической (максимизацией индивидуальной выгоды). Это потребует формирования методологических основ теории согласования конкурирующих интересов разных социальных групп

предприятия. Сложности этой проблемы заключаются в неопределенности исходной информационной базы и создании технологий получения уникальных решений, реализация которых будет достигаться путем сложного маневрирования. Разработка данной технологии ведется в направлениях:

1) совершенствования системы менеджмента путем включения в ее структуру элементов экономического и социального партнерства;

2) развития форм институционального регулирования экономики;

3) поиска взаимосвязи экономических и социальных показателей хозяйствования с тем, чтобы на ее основе построить комплексную модель «экономического человека».

Таким образом, современные подходы к изучению человека в экономике направлены на устранение значимых недостатков более ранних моделей, повышение реалистичности новых моделей и поиск путей их применения в управленческой практике.

На формирование современных подходов к изучению человека оказали значительное влияние тенденции развития экономики как науки. Прежде всего, к ним следует отнести расширение использования междисциплинарного подхода, а также стремление снизить абстрактность и повысить реалистичность модели экономического человека.

С позиции классической школы экономический человек рассматривался как субъект, действующий рационально, исходя исключительно из собственных интересов. Представители маржинализма по сравнению с классической школой изменили место поведенческих предпосылок при проведении анализа. В рамках марксизма человек не может быть сведен исключительно к своему корыстному интересу. В основе неоклассического изучения человека лежит упрощенная рационально–максимизационная модель. В рамках кейнсианства сформирована наиболее реалистичная модель экономического человека, учитывающая неполноту информации и возможность иррациональных поведенческих мотивов.

В современных подходах к изучению экономического человека ясно намечена тенденция многогранного изучения. Человек воспринимается не просто как работник, потребитель, а как участник экономических процессов, способный существовать в различных ролях. Отрицается предпосылка о рациональности и полном владении информацией, в связи с чем активно рассматриваются приближенные к реальности иррациональные модели поведения индивида.

Проблема экономического человека была исследована в работах многих современных специалистов: В. Зомбарт, С. Кови, М. Вебер, О. Конт, Дж. С. Милль, А. Маршалл, К. Менгер, Г. фон Шмоллер, П. Бурдье, М. Фуко, К. Лаваль, Г.Б. Юдин, Ю.Я. Ольсевич. В отечественной экономической теории велика роль положений, сформулированных В.С. Автономовым.

Научный руководитель – д.э.н., проф. Гоголева Т.Н.

Форофонтова М.А., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Основные подходы к оценке эластичности спроса

Эластичность спроса – это показатель, который отражает, на сколько процентов изменится спрос на экономическое благо при изменении на определенную величину каких–либо факторов. Чаще всего в роли таких факторов используются цена товара, цены сопряженных в потреблении благ, доход, однако данный перечень не является закрытым и может быть расширен другими количественными и качественными характеристиками.

Оценка эластичности спроса осуществляется на основе использования математического инструментария, с помощью которого осуществляется обработка массива предварительно собранной эмпирической информации (данные социологических и маркетинговых исследований, финансовая отчетность компаний и т.д.).

Опираясь на обзор научной литературы, можно выделить два основных подхода к проведению такой оценки (рисунок 1).

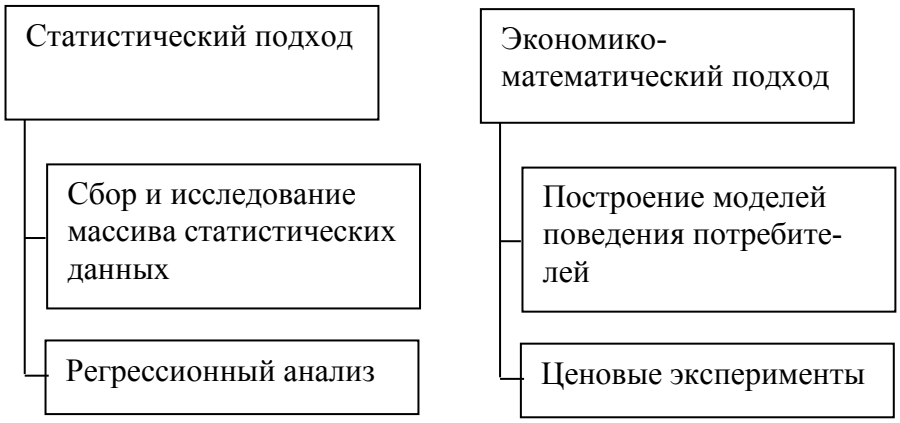

Рис. 1. Подходы к оценке эластичности спроса

Необходимо учитывать, что строго обозначенной границы между указанными подходами не существует. Статистические методы могут выступать основным инструментом экономико–математического моделирования. Следует также учитывать, что развитие информационных технологий становится толчком формирования новых подходов, опирающихся на компьютерное моделирование.

Основным методом статистического подхода выступает регрессионный анализ. Для реализации данного метода необходимо располагать массивом числовых данных о величине спроса (на практике чаще всего в качестве этой величины используется объем продаж) и факторном признаке. Регрессионный анализ позволяет представить в виде функциональной зависимости изменение спроса при изменении факторного признака, оценить надежность построенной модели. Сама функция может иметь различный вид (таблица 1), и расчет коэффициента эластичности спроса определяется

типом функции.

Таблица 1. Формулы расчета коэффициента эластичности спроса в зависимости от типа функциональной зависимости

Название функции	Вид функции (y = f(x))	Коэффициент эластичности
Линейная	$y = a+bx+e$	$bx/(a+bx)$
Парабола второго порядка	$y = a+bx+cx^2+e$	$(b+2cx)x/(a+bx+cx^2)$
Гипербола	$y = a+b/x+e$	$–b/(ax+b)$
Показательная	$y = ab^xe$	$x\ln(b)$
Степенная	$y = ax^be$	b
Полулогарифмическая	$y = a+b\ln(x)+e$	$b/(a+b\ln(x))$
Обратная	$1/(a+bx+e)$	$(–bx)/(a+bx)$

Экономико–математический подход к оценке эластичности спроса, хотя и включает статистические методы, не ограничивается ими. Данный подход в целом шире, нежели статистический; он базируется на учете всего многообразия факторов, которые определяют потребительский выбор: ценовые факторы (в том числе скидки, промо–акции); неценовые факторы: склонность к переключению на товары–субституты, уровень жизни населения, сезонность, транспортная доступность, прочие факторы.

Данный подход, с одной стороны, позволяет реализовать системный подход к управлению спросом на основе его эластичности. Он позволяет сформулировать экономико–математическую модель величины продаж в зависимости от изменения условий продаж, параметров внешней среды для фирмы. С другой стороны, построение такой модели сопряжено с высокой трудоемкостью и, как правило, дефицитом информации. Кроме того, на практике достаточно сложно учесть все многообразие факторов и выделить роль каждого из них в изменении спроса.

Ценовой эксперимент выступает основным практическим способом экономико–математического моделирования. Такие эксперименты проводятся при отсутствии необходимой статистической информации. На основе экономико–математической модели формулируются факторы, заметно влияющие на величину спроса, затем осуществляется контролируемое изменение данного фактора. Результаты эксперимента обрабатываются статистическими методами. Эксперимент может проводиться как на практике, так и с помощью моделируемой ситуации в рамках маркетингового исследования потребителей. Так, сегодня популярным методом онлайн–исследований является оценка потребительского выбора при предложении респондентам вариантов цены, упаковки, расположения на полке, наличия скидки.

Таким образом, оценка эластичности спроса осуществляется на основе применения математических методов: регрессионного анализа, моделирования. Выделение указанных подходов крайне важно для формирования оптимального методического аппарата исследования эластичности спроса конкретного рынка.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Клинова С.П.

Ходыкин А.С., маг. 2 к.
Воронежский государственный университет

Использование механизма аукциона в интернет–торговле

Сегодня рынок интернет–торговли, и так демонстрировавший активный рост в последние десятилетия, развивается огромными темпами. В 2021 году прирост объемов продаж на российском сегменте рынка составил 44% по сравнению с предыдущим годом. Это связано не только с влиянием пандемии, но и с изменением потребительских привычек, желанием предприятий повысить собственную конкурентоспособность.

Достаточно часто в процессе интернет–торговли применяется механизм аукциона, причем в отдельных направлениях использование механизма носит постоянный и всеохватывающий характер (а зачастую и обязательный, например, в госзакупках). Аукцион представляет собой особую форму организации продажи товара, которая проводится в соответствии с заранее установленными правилами аукциона, а объект приобретается победителем аукциона.

Классическое представление об аукционной торговле – английский аукцион, в котором лоты (предметы искусства, антиквариат и прочие уникальные товары) приобретаются участником, назвавшим наибольшую цену. Однако использование аукционного механизма в современных условиях все чаще осуществляется на основе использования современных технических средств коммуникации (в первую очередь – компьютеров, подключенных к сети Интернет или локальной сети).

Можно выделить следующие преимущества использования аукциона как формы организации интернет–торговли по сравнению с обычной реализацией товара в сети:

1) позволяет решить проблему ценообразования в условиях международной торговли. Покупатели из разных регионов мира (а иногда – и отдельной страны, если в ней имеет место значительная дифференциация уровня жизни по географическому принципу) обладают различной платежеспособностью. Механизм аукционной торговли позволяет продавцу получить максимальную выгоду от сделки, что и является основной причиной использования аукционного ценообразования;
2) позволяет в результате прямой конкуренции снизить цену на заключение контракта по государственным закупкам, что и обуславливает применение в российской практике электронных торгов в данной сфере;
3) предоставляет широкие возможности для маркетинговых исследований при выводе на рынок нового продукта. Специальное программное обеспечение на основе анализа большого массива данных позволяет оценить величину спроса на товар, определить максимальную цену и сформировать оптимальную ценовую политику. Это делает аукционы крайне ин-

тересными для производителей инновационной продукции или владельцев редких товаров, параметры спроса на которые нельзя вычислить по методу аналогии;

4) социально–психологическая причина. Процедура торгов на аукционе схожа по своему эффекту для покупателей с азартными играми, потому зачастую вызывает больший интерес (обусловленный «спортивной» мотивацией), нежели покупка товара по установленной цене.

Аукционная интернет–торговля охватывает все группы участников рынка:

– потребителя (сегодня функционируют 40 крупных площадок для аукционной торговли потребительскими товарами в РФ по данным портала «Топ Дело»);

– производителя;

– государство (8 площадок для торгов по 44–ФЗ и свыше 100 – для торгов по 223–ФЗ по данным «ОТС»).

Увеличение числа участников интернет–аукционов осуществляется двумя путями: открытие аукционных направлений интернет–магазинов (и изначальное открытие онлайн–площадок аукционного типа) и перевод в онлайн–формат традиционных аукционов.

Прирост продаж лидеров мирового аукционного рынка в 2020 году составил:

– Sotheby`s (крупнейший аукционный дом по продаже антиквариата, предметов искусства): 413%;

– Christie`s (лидер аукционного рынка по продаже арт–объектов): 120%;

– Phillips (один из известнейших мировых аукционов, специализирующийся на произведениях современного искусства и фотографии): 52%.

На начало 2020 года лишь 165 мировых аукционных домов использовали онлайн–формат (полностью или частично). При этом аукционные дома с оборотом менее $1 млн осуществили через Интернет 23 % своих продаж, с оборотом свыше $10 млн — всего 4 %. Объем публичных онлайн–продаж хоть и рос в последнее десятилетие, но в 2019 году составлял всего 9 % продаж всего арт–рынка в ценовом выражении. Однако в период пандемии наблюдается активный рост спроса на онлайн–формат аукционов. Соответственно, отмечается тенденция роста значимости интернета как площадки организации аукционов.

Можно сделать вывод, что неотъемлемой частью интернет–торговли становятся онлайн–аукционы, которые позволяют покупателям в режиме реального времени делать ставки и приобретать товар, а продавцу – получать максимальную цену за продажу.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Матершева В.В.

Шишкин С.С., маг. 3 к.
Воронежский государственный университет

Современные взгляды на понятие «дифференциация продукта»

На текущем этапе развития общества произошел переход от рынка продавцов к рынку покупателей, и такое развитие общества потребления предполагает дифференциацию запросов покупателей. В то же время достижения науки и технологий позволяют с помощью изменений в процессе производства увеличить многообразие характеристик товаров. При этом вопрос дифференциации ограничен проблемой избытка в ассортименте товаров, т.е. возникает вопрос об оптимальном соотношении количества разновидностей продукта, запросов покупателей и затрат на дифференциацию продукции.

А.П. Горина и Н.Н. Якомаскина характеризуют дифференциацию следующим образом: «Дифференциация товара означает выделение продукта какой–то одной фирмы в глазах потребителей от остальных продуктов данного класса. Дифференциация является формой неценовой конкуренции фирм. Факторами дифференциации могут быть внутренние качества товара, внешние качества товара, а также обслуживание, которое сопровождает продажу». Из данного определения понятна цель дифференциации – это выделение отличительных свойств товара, важных для потребителя с целью создания ситуации уникальности товара, что автоматически означает его более высокую ценность для покупателя. Также в данном определении сразу обозначены те опоры, на которых строится дифференциация товара – это внутренние, внешние качества товара и сервис при покупке.

Е.В. Бакальская и Д.А. Кузнецова приводят следующее определение дифференциации продукта: «наличие у определенного продукта ряда черт, которые выделяют его из совокупности аналогичных товаров. Потребители, приобретая такой продукт, ожидают конкретные специфические потребительские свойства, например: качество, местоположение производителя, время выпуска товара, срок хранения или использования, доступность, и др. Кроме того, для дифференциации важны предпочтения потребителя, а также имидж производителя, степень его известности, наличие постоянных покупателей. Дифференцировать продукт можно также с помощью (товарного знака), активной рекламы товара, привлекательной упаковки». В данном определении сущность дифференциации выражена достаточно размыто, но в нем подчеркивается субъективный фактор, т.е. влияние вкусов и предпочтений покупателя на отличия продуктов друг от друга. Также в этом определении подчеркивается важность торговой марки, репутации и наличие постоянных покупателей для успешной дифференциации. В каче-

стве цели дифференциации данные авторы приводят наиболее полное удовлетворение потребностей покупателей.

Я.Я. Атом и А.Р. Ризатдинова определяют дифференциацию как «достижение конкурентного преимущества путем создания продуктов или услуг, которые воспринимаются потребителями как уникальные. При этом компании могут назначать премиальную цену. Основания дифференциации продукта могут быть реальными или воображаемыми, лишь бы они имели какое–нибудь значение для покупателя и проводили бы в результате к тому, что они отдавали бы предпочтение одной разновидности продукта по сравнению с другой». Данное определение вносит в понятие дифференциации информацию о том, что дифференциация воспринимается покупателем, как уникальность, а также что основания для дифференциации могут быть реальными и мнимыми.

М.В. Кондратов так определяют экономическую сущность дифференциации товаров: «придание родовому товару дополнительных существенных свойств с целью, с одной стороны, более полного удовлетворения потребностей потребителей, с другой стороны, дифференциация товара способствует повышению рыночной власти фирмы товаропроизводителя, в том числе создает условия для получения фирмой сверх монопольной прибыли». Данное определение содержит указание на двойственную цель дифференциации – с одной стороны, для потребителей это полное удовлетворение их потребностей, с другой – для продавцов это получение дополнительной монопольной прибыли. При этом М.В. Кондратов разделяет дифференциацию в сфере производства, обращения и потребления. В сфере производства дифференциация продукта реализуется на основе внутриотраслевого разделения труда, достижениях НТП, оптимальной загрузке производственных мощностей, рыночно–потребительском запросе, автоматизации производства и сокращении жизненного цикла товаров. В сфере обращения дифференциация основывается на сегментации покупателей и их субъективных вкусов, использовании благоприятной рыночной конъюнктуры и на предложении товаров узким покупательским аудиториям. Дифференциация продуктов в сфере обращения основывается на широте ассортимента, меняющихся жизненных потребностях, моде, подражательстве, демонстративном потреблении и появлении товаров под товарными знаками розничных сетей.

Обобщив все изученные определения понятия, можно сформулировать собственное определение. Дифференциация товара – это выделение одного продукта из массы однородных продуктов в глазах потребителей через реальное или мнимое изменение его внешних, внутренних качеств и сервиса с целью более полного удовлетворения потребностей покупателей и получения максимальной прибыли.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Ляшенко И.Ю.

Щепелькова Д.В., маг. 2 к.
Санкт–Петербургский государственный университет

Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия

В условиях глобализации, растущей роли инноваций и кризиса, вызванного пандемией коронавируса, важно обращать внимание на стремительное развитие конкурентных сил. Даже лидер отрасли может быстро потерять свое преимущество из–за появления на рынке высокотехнологичного аналога, превосходящего привычный продукт по ряду основополагающих характеристик. Работа над достижением желаемого уровня конкурентоспособности обязана сопровождаться систематическим планированием и тщательно контролироваться.

Под конкурентоспособностью понимается свойство любого субъекта, позволяющее превосходить соперников за счет его каких–либо более развитых качеств. Поиск таких качеств определяется особенностями внешней среды. Таким образом, у предприятий разных отраслей будут отличаться ключевые направления деятельности, способствующие повышению уровня их конкурентоспособности.

Повышение конкурентоспособности является целью стратегического уровня. Часто конкурентные стратегии выделяют в отдельную группу. Задача этих стратегий заключается в повышении факторов конкурентоспособности и наращивании конкурентного преимущества предприятия. Одним из важнейших этапов разработки такой стратегии является тщательный анализ рынка и современных тенденций.

Рынок промышленности в РФ играет ключевую роль в экономике государства. В 2020 году промышленная сфера составила 21,1% от общего ВВП страны. Однако впервые за 10 лет произошло падение индекса производства на 2,6% по сравнению с показателем прошлого года. Тенденция продолжается и сейчас. Этот кризис вызван рядом факторов:

- введение эпидемиологических мер;
- ограничение импорта оборудования и сырья;
- сокращение числа малых и средних предприятий;
- повышение барьеров на вход;
- рост уровня монополизации отраслей;
- рост требований, предъявляемых к условиям труда и продукту;
- нехватка квалифицированного персонала;
- снижение покупательной способности у населения.

Несмотря на крайне тяжелое время для предпринимательства многие компании смогли быстро перестроиться на новые механизмы работы и выйти лидерами отрасли. Расчет и наличие необходимых для преобразований ресурсов свойственны крупным промышленным предприятиям, а малый и средний бизнес должен быть достаточно гибким и предусмотри-

тельным для того, чтобы противостоять кризисам.

Таким образом, реабилитация бизнеса возможна при разработке конкурентной стратегии и оптимизации процессов внутри организации с учетом современных вызовов и требований общества.

Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятия должно предполагать системный характер, иметь долгосрочную перспективу и вариативность. Среди наиболее значимых направлений при управлении конкурентоспособностью промышленного предприятия в настоящее время можно выделить:

– постоянный анализ внешней и внутренней сред, анализ рисков;
– работа над улучшением цепочек поставок;
– введение и развитие процессов цифровизации;
– развитие потенциала и профессиональных качеств персонала;
– поддержка научно–технологических разработок;
– приобщение к идеям устойчивого развития.

Кризисы двух последних десятилетий в экономике заставляют предпринимателей в обязательном порядке своевременно прогнозировать возможные угрозы. Компания, которая боится потерять свои позиции на рынке, обязана просчитывать всевозможные контролируемые и независимые риски в количественном виде, чтобы вовремя обеспечить себя необходимыми ресурсами и не потерять конкурентоспособность. Руководство компании должно подготавливать персонал к необходимым организационным изменениям и проявлять гибкость при изменениях макросреды.

Не стоит забывать и о минимизации издержек для получения преимущества на рынке среди конкурентов посредством снижения цены на готовую продукцию. В настоящее время наиболее остро стоит проблема модернизации производства таким образом, чтобы обезопасить рабочий персонал и снизить все риски, вызванные затянувшимся кризисом в связи с пандемией. Раскрытие потенциала работников и создание научно–исследовательского отдела способствуют появлению новых возможностей для дальнейшего более эффективного развития компании, в том числе созданию уникального продукта, эффективной модернизации работы административных и производственных процессов, сокращению затрат на логистику и другие.

Научный руководитель – к.э.н., доц. Жигалов В.М.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Тезисы докладов IX Всероссийской научно–практической конференции для магистрантов

ТОМ II

4 декабря 2021 г.

Заказ № _____ от 30 ноября 2021 г.

Тираж 40 экз.

Отпечатано на множительной технике

экономического факультета ВГУ

394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 42в

ДЛЯ ЗАМЕТОК