

e-ISSN: 2949-1983

Вестник

**Поволжского государственного
университета сервиса. Серия: Экономика**

**2023
Том 19
№ 3(74)**

ВЕСТНИК

Поволжского государственного университета сервиса.

Серия: Экономика

Основан в 1995 г.

16+

Том 19
№ 3 (74)
2023

Ежеквартальный
научный журнал

Учредитель – Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса»

Главный редактор

Бородин Александр Иванович, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Финансовый менеджмент»
(Российский экономический университет, Москва, Россия)

Редакционная коллегия:

Иванов Дмитрий Юрьевич, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Организация производства»
(Самарский национальный исследовательский университет им. академика С.П. Королева)

Кара Анна Николаевна, доктор экономических наук, профессор

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Курилова Анастасия Александровна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Финансы и кредит»

(Тольяттинский государственный университет, Тольятти, Россия)

Марченко Татьяна Ивановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Цифровая экономика и предпринимательство»

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Масюк Наталья Николаевна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления

(Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия)

Наумова Ольга Николаевна, доктор экономических наук, профессор

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Оруч Татьяна Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика и управление»

(Поволжский государственный университет сервиса, Тольятти, Россия)

Панаедова Галина Ивановна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Налоговой политики и таможенного дела»

(Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия)

Ярыгин Григорий Олегович, кандидат политических наук, доцент, доцент кафедры «Американские исследования»

(Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия)

Ответственный секретарь:

Идрисова Юлия Ленаровна

Входит в ПЕРЕЧЕНЬ рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук.

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций Эл № ФС77-84290 от 26.12.2022 г.

Компьютерная верстка:
А.А. Коростелев

Технический редактор:
А.А. Коростелев

Адрес редколлегии, учредителя, редакции и издателя:
445667, Российская Федерация, Самарская область, г. Тольятти, ул. Гагарина, 4
Тел.: +7(927)02-90-177
E-mail: centrrpa@yandex.ru
Сайт: <https://www.tolgas.ru/activities/science/>

Подписана верстка 11.12.2023.
Выход в свет 05.12.2023.
Формат 60x84 1/8.
Заказ 2-29-09.



©2023 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

INFORMATION ABOUT THE MEMBERS OF THE EDITORIAL BOARD

Chief Editor

Borodin Alexander Ivanovich, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Financial Management
(Russian University of Economics, Moscow, Russia)

Editorial team:

Ivanov Dmitry Yurievich, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department «Organization of Production»
(Samara National Research University, Samara, Russia)
Kara Anna Nikolaevna, Doctor of Economics, Professor
(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)
Kurilova Anastasia Aleksandrovna, Doctor of Economic Sciences, professor, Head of the Department «Finance and Credit»
(Togliatti State University, Togliatti, Russia)
Marchenko Tatiana Ivanovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Digital Economy and Entrepreneurship
(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)
Masyuk Natalia Nikolaevna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Management
(Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok, Russia)
Naumova Olga Nikolaevna, Doctor of Economics, Professor
(Volga Region State University of Service, Togliatti, Russia)
Oruch Tatiana Anatolyevna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Management
(Volga State University of Service, Togliatti, Russia)
Panaedova Galina Ivanovna, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Tax Policy and Customs Affairs
(North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia)
Yarygin Grigory Olegovich, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of the Department «American Studies»
(Saint Petersburg State University, St. Petersburg, Russia)

СОДЕРЖАНИЕ

экономические науки

**СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И РЕШЕНИЯ ДИНАМИЧНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ОТРАСЛЕВОЙ ЭКОНОМИКИ
НА ПРИМЕРЕ РЕАЛЬНОГО БИЗНЕСА**

ЗАУЗОЛКО Карина Олеговна,
КАНОКОВА Карина Антемиркановна, МИХАЛЕНКО Наталья Олеговна..... 5

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ В РОССИИ

ИВАНОВА Елена Владимировна..... 9

ФАКТОРЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ: ОЦЕНКА И ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ

ИЗЗУКА Татьяна Борисовна, АЛИБЕКОВА Эльза Рустамовна..... 13

**ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАМКАХ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ:
ВАЖНЫЕ АСПЕКТЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ**

ШНАЙДЕР Виктор Викторович, ИЗЗУКА Диана Артуровна..... 17

**ВАЖНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
БИЗНЕС-МОДЕЛИ**

ШНАЙДЕР Виктор Викторович, ШТЫРИКОВА Алина Дмитриевна 20

ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

ШОТОВА Карина Маратовна, НИКИФОРОВА Елена Владимировна 23

Условия размещения материалов..... 27

CONTENT

economic sciences

MODERN CHALLENGES AND SOLUTIONS FOR THE DYNAMIC DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN INDUSTRIAL ECONOMY USING THE EXAMPLE OF REAL BUSINESS	
ZAUZOLKO Karina Olegovna, KANOKOVA Karina Antemirkanovna, MIKHALENOK Natalya Olegovna.....	5
THE EFFICIENCY OF THE MUSEUMS' MARKETING ACTIVITIES IN RUSSIA	
IVANOVA Elena Vladimirovna.....	9
FACTORS OF FINANCIAL STABILITY: ASSESSMENT AND WAYS OF STRENGTHENING	
IZZUKA Tatiana Borisovna, ALIBEKOVA Elsa Rustamovna.....	13
FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITIES OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES WITHIN THE GREEN ECONOMY: IMPORTANT ASPECTS, PROBLEMS AND WAYS FOR THEIR SOLUTIONS	
SCHNEIDER Viktor Viktorovich, IZZUKA Diana Arturovna.....	17
IMPORTANT ELEMENTS OF A GREEN ECONOMY FROM THE POINT OF VIEW OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT BUSINESS MODEL	
SCHNEIDER Viktor Viktorovich, SHTYRIKOVA Alina Dmitrievna	20
SELECTED ISSUES OF ACCOUNTING FOR EXPORT OPERATIONS	
SHOTOVA Karina Maratovna, NIKIFOROVA Elena Vladimirovna	23
Conditions of accommodation of scientific materials.....	27

УДК 339.5; 311.311

СОВРЕМЕННЫЕ ВЫЗОВЫ И РЕШЕНИЯ ДИНАМИЧНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ОТРАСЛЕВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПРИМЕРЕ РЕАЛЬНОГО БИЗНЕСА

© Автор(ы) 2023

ЗАУЗОЛКО Карина Олеговна, студент Департамента бизнес – аналитики, Факультет налогов, аудита и бизнес-анализа

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, karinazauzolko@gmail.com*

ORCID: 0009-0009-7512-0553

КАНОКОВА Карина Антемирянковна, студент Департамента бизнес – аналитики, Факультет налогов, аудита и бизнес-анализа

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, karinakanokova22@gmail.com*

ORCID: 0009-0000-8639-3121

МИХАЛЕНКО Наталья Олеговна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и финансов
*Самарский государственный университет путей сообщения
443066, Россия, Самара, mikhalenok47@mail.ru*

AuthorID: 385920

SPIN: 2580-4343

Аннотация. На протяжении нескольких тысячелетий общество развивает такое экономическое явление как предпринимательство. В XVIII–XIX веках предпринимательство стало связано с промышленной революцией, которая привела к созданию массового производства и расширению рынков. В это время появились такие знаменитые предприниматели, как Джон Рокфеллер, Эндрю Карнеги и Генри Форд. В XX веке предпринимательство стало более доступным благодаря развитию технологий и возможности получения кредитов. Сегодня предпринимательство сильно связано с интернетом и информационными технологиями, что позволяет создавать новые бизнес-модели и расширять рынки. Вопросу развития предпринимательства в XXI веке посвящена данная научная работа. Рассмотрим поставленную задачу на примере одной из крупнейших компаний в России ПАО «Газпром». На сегодняшний день внимание бизнес-сообщества сосредоточено на предпринимательстве, которое рассматривается как неотъемлемая часть в системе рыночных экономических отношений. В современных реалиях, чтобы суметь преодолеть конкуренцию и продолжать динамичное развитие с наращивания прибыльности, компании в основу своей работы вкладывают поиск новых творческих возможностей, нестандартный подход к ведению хозяйствования. Бизнес решает важные экономические локализованные проблемы с занятостью населения, так как при создании той или иной организационно-правовой формы предприятия создаются новые рабочие места, также происходит активизация инициативности и развития способностей населения, поскольку требуются нестандартные подходы и решения, чтобы поддерживать уникальность и особенность предоставляемых работ или оказываемых услуг. С экономической точки зрения важно указать на то, что повсеместно происходит вовлечение в хозяйственный оборот компаний местных ресурсов, – именно поэтому осуществляется развитие внутренней экономики. Таким образом, тема предпринимательства актуальна и нуждается в детальном анализе.

Ключевые слова: оценка стоимости, высокотехнологичные компании, инвестиционная оценка, финансовое состояние, процесс.

MODERN CHALLENGES AND SOLUTIONS FOR THE DYNAMIC DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN INDUSTRIAL ECONOMY USING THE EXAMPLE OF REAL BUSINESS

© The Author(s) 2023

ZAUZOLKO Karina Olegovna, students of the Department of Business Analytics, Faculty of Taxes, Audit and Business Analysis

*Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, karinazauzolko@gmail.com*

KANOKOVA Karina Antemirkanovna, students of the Department of Business Analytics, Faculty of Taxes, Audit and Business Analysis

*Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, karinakanokova22@gmail.com*

MIKHALENOK Natalya Olegovna, Doctor of Economics, Professor of the Department of Economics and Finance
*Samara State University of Communications
443066, Russia, Samara, mikhalenok47@mail.ru*

Abstract. For several millennia, society has been developing such an economic phenomenon as entrepreneurship. In the 18th and 19th centuries, entrepreneurship became associated with the Industrial Revolution, which led to the creation of mass production and expanding markets. At this time, such famous entrepreneurs as John Rockefeller, Andrew Carnegie and Henry Ford appeared. In the 20th century, entrepreneurship became more accessible due to the development of technology and the availability of loans. Today, entrepreneurship is strongly connected to the Internet and information technology, which allows the creation of new business models and expanding markets. This scientific work is devoted to the issue of entrepreneurship development in the 21st century. Let us consider the task at hand using the example of one of the largest and most successful companies in Russia, PJSC Gazprom. Today, the attention of the business community is focused on entrepreneurship, which is considered as an integral part in the system of market economic relations. In modern realities, in order to be able to overcome competition and continue dynamic development by increasing profitability, companies base their work on the search for new creative opportunities and a non-standard approach to business management. Business solves important economic localized problems with employment of the population, since when creating one or another organizational and legal form of an enterprise, new jobs are created, and the initiative and development of the abilities of the population are also activated, since non-standard approaches and solutions are required to maintain the uniqueness and peculiarity of the work provided or services provided. From an economic point of view, it is important to point out that everywhere local resources are involved in the economic turnover of companies – this is why the development of the domestic economy is taking place. Thus the topic of entrepreneurship is relevant and needs detailed analysis.

Keywords: valuation, high-tech companies, investment assessment, financial condition, process.

ВВЕДЕНИЕ

На протяжении нескольких тысячелетий общество развивает такое экономическое явление как предпринимательство. В XVIII–XIX веках предпринимательство стало связано с промышленной революцией, которая привела к созданию массового производства и расширению рынков. В это время появились такие знаменитые предприниматели, как Джон Рокфеллер, Эндрю Карнеги и Генри Форд. В XX веке предпринимательство стало более доступным благодаря развитию технологий и возможности получения кредитов. Сегодня предпринимательство сильно связано с интернетом и информационными технологиями, что позволяет создавать новые бизнес-модели и расширять рынки. Вопросу развития предпринимательства в XXI веке посвящена данная научная работа. Рассмотрим поставленную задачу на проведении детального анализа деятельности бизнеса в современных условиях.

На сегодняшний день внимание бизнес-сообщества сосредоточено на предпринимательстве, которое рассматривается как неотъемлемая часть в системе рыночных экономических отношений. В современных реалиях, чтобы суметь преодолеть конкуренцию и продолжать динамичное развитие с наращивания прибыльности, компании в основу своей работы вкладывают поиск новых творческих возможностей, нестандартный подход к ведению хозяйствования.

Бизнес решает важные экономические локализованные проблемы с занятостью населения, так как при создании той или иной организационно-правовой формы предприятия создаются новые рабочие места. Также происходит активизация инициативности и развития способностей населения, поскольку требуются нестандартные подходы и решения, чтобы поддерживать уникальность и особенность предоставляемых работ или оказываемых услуг. С экономической точки зрения важно указать на то, что повсеместно происходит вовлечение в хозяйственный оборот компаний местных ресурсов, – именно поэтому осуществляется развитие внутренней экономики. Таким образом, тема предпринимательства актуальна и нуждается в детальном анализе.

Поскольку предпринимательство – это движущая сила экономики, оно нуждается в постоянном поиске новых ресурсов и совершенствовании механизмов их использования.

Это достаточно сложная система, состоящая из следующих стадий:

Поиск идей.

Составление бизнес-плана с учетом экономического обоснования всех основных позиций.

Поиск ресурсов.

Грамотное и эффективное управление.

Это общая схема, принятая за основу, но в зависимости от модели предпринимательства – классической или инновационной, существует ряд особенностей ведения бизнеса.

В случае первой модели – классической – идет уклон на получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов.

При инновационной модели в приоритете ориентация на возможности, то есть независимо от объема ресурсов, предпринимательство использует все предоставляемые возможности для развития производства. Происходит это путем привлечения ресурсов (как собственных, резервных, так и внешним) на взаимовыгодных условиях.

Предпринимательство является одним из актуальных направлений развития страны в настоящее время, и будет оставаться таковым еще долгие годы. Эта разнородность экономической деятельности формирует благоприятную бизнес-среду за счет разрушения стереотипов предпочтительного развития корпораций в пользу инноваций, творчества и новых направлений в бизнесе. По этой причине предпринимательство сегодня представлено во всех сферах экономики: производство, торговля, услуги, связь, транспорт, строительство и др.

Главной отличительной чертой предпринимательства является умение его создателей находить новые способы сочетания уже известных элементов, уметь комбинировать их, своевременно вносить в процесс необходимые изменения, – только так можно получить ожидаемую отдачу от вложения сил и капитала.

Предпринимательство обладает рядом исключительных черт, одной из которых является свобода в выборе деятельности.

В экономике существуют закрепленные организационно-правовые формы, которые предприниматель вправе выбрать самостоятельно.

Первое – это индивидуальное предпринимательство. Как правило, в этом случае человек организует бизнес в одиночку, не создавая бизнес. Вся ответственность и риск полностью ложатся на предпринимателя, однако такой способ организации бизнеса не требует составления сложных и объемных отчетов.

Второе – это товарищество. В сфере экономики это способ, при котором происходит объединение двух и более предпринимателей и который осуществляется для расширения бизнеса и поиска новых ниш на рынке.

Третье – это акционерное общество. В этой организационной форме ведут деятельность компании «гиганты», капитал которых разделен на акции, и риск несет каждый акционер в размере своей доли.

Для предпринимателей, целью которых является, в том числе, и развитие бизнеса, важна гибкость, именно поэтому странам необходимо не допускать высоких регулятивных барьеров, чтобы избежать оттока бизнеса в места с более благоприятными условиями для развития. Это крайне важно, так как предприниматели вносят важный вклад в функционирование экономической системы страны. Они создают здоровую конкуренцию, что дает людям возможность выбора продукта из массы разной продукции.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Одной из самых успешных российских организаций за последние 30 лет является «Газпром» (далее – «Газпром», компания, предприятие, Общество). «Газпром» – это компания с государственным участием (доля акций в уставном капитале компании является преобладающей), осуществляющая свою деятельность в энергетическом секторе. ПАО «Газпром» – крупнейший поставщик природного газа в Европу и крупнейшая в мире публичная газовая компания. «Газпром» был создан в 1989 году, вскоре после распада Советского Союза, и с тех пор стал одним из самых значительных игроков на мировом энергетическом рынке.

Основным направлением деятельности «Газпрома» является добыча, производство, транспортировка и реализация природного газа. Компания имеет обширную сеть трубопроводов, по которым природный газ транспортируется из России в Европу, Азию. Ключевые потребители «Газпрома» находились в Европе до начала разрыва отношений между европейскими странами и Россией, куда компания поставляла более 30 % потребности континента в газе.

Помимо природного газа, организация также добывает другие углеводороды, такие как нефть и уголь. Компания диверсифицировала свою деятельность, включив в нее производство электроэнергии, нефтехимию и финансы. «Газпром» также участвует в проектах по разведке и добыче в различных частях мира, включая Африку, Латинскую Америку и Ближний Восток.

Предприятие оказывает значительное влияние на российскую экономику, – на его долю приходится около 8 % ВВП страны. В компании работают сотни тысяч человек по всей России, и она вносит большой вклад в доходную часть бюджета страны. Успех «Газпрома» также помог превратить Россию в энергетическую сверхдержаву, предоставив ей значительные геополитические рычаги влияния в международных делах.

Однако на протяжении многих лет компания под-

вергалась критике за свою монополистическую практику и отсутствие прозрачности. Компанию обвиняют в использовании своего доминирующего положения для установления несправедливых цен для своих клиентов, особенно в Европе. «Газпром» также был замешан в нескольких громких коррупционных скандалах, что заставляло некоторых усомниться в методах управления и деловой практики компании.

Несмотря на эти вызовы, «Газпром» остается важным игроком на мировом энергетическом рынке.

Успех компании можно объяснить несколькими факторами. Во-первых, она имеет доступ к огромным запасам природного газа в России. Это позволяет ей быть крупнейшим поставщиком природного газа в мире. Во-вторых, у «Газпрома» есть мощная сеть трубопроводов, по которым природный газ транспортируется по Европе и Азии. Это дало ему значительное преимущество перед конкурентами. Наконец, в «Газпроме» работают высококвалифицированные кадры, преданные делу обеспечения успеха компании.

Более подробный экономический профиль «Газпрома» представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Динамика и анализ основных экономических и финансовых показателей ПАО «Газпром» за 2020 – 2022 гг. (млн руб)

Показатели	Годы			Отклонения			
	2022 год	2021 год	2020 год	Абсол. (+; -) за 2022	Абсол. (+; -) за 2021	Относ. % за 2022	Относ. % за 2021
Выручка	7979	6389	4061	1 590	2 328	125	157
Себестоимость	4769	2749	2488	-2 020	-261	173	110
Прибыль от продаж	1022	3209	11	-2 187	3 198	32	29173
Чистая прибыль	747	2684	-707	-1 937	3 391	28	-380
Рентабельность продаж	0,094	0,420	-0,174	-0,326	0,594	22	-241
Оборотные активы	4116	5511	3503	-1 395	2 008	75	157
Общий актив	24034	24913	15716	-879	9 197	96	159
Заемные средства	980	1942	1353	-962	589	50	144
Дебиторская задолженность	2899	2916	1942	-17	974	99	150
Кредиторская задолженность	1265	1017	853	248	164	124	119
Краткосрочные обязательства	2270	3066	2258	-796	808	74	136
Коэффициент текущей ликвидности	1,81	1,80	1,55	0	0	101	116
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	2,75	2,19	2,09	1	0	126	105
Средняя численность работающих, тыс. чел.	492	479	477	13	2	103	100
Средняя заработная плата сотрудников	116	114	98	2	16	102	116
Коэффициент рентабельности персонала	1,5	5,6	-1,5	-4	7	27	-378

Источник: составлена авторами на основе данных официального сайта ПАО «Газпром».

Проведем детальный анализ вышеизложенных показателей. Во-первых, мы наблюдаем рост выручки в течение трех лет, что говорит о стабильной работе предприятия, однако чистая прибыль в 2022 снизилась на 1 937 млн руб. по сравнению с 2021 годом, что можно аргументировать сокращением рынка сбыта продукции в связи с политической обстановки. В связи с этим данный спад не указывает на прямые проблемы в управлении компании.

Коэффициент текущей ликвидности находится в пределах от 1,5 до 2 в течение всех трех лет, что говорит о устойчивом финансовом положении компании, активы предприятия полностью покрывают текущие обязательства.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности растет в течение трех лет с 2019 года. Это свидетельствует о том, что ПАО «Газпром» имеет надежных партнеров и контрагентов, которые вовремя выполняют свои обязательства.

Рентабельность продаж последний год находится в пределах диапазона 5–20 %, что говорит о средней рентабельности и стабильной работе компании.

Коэффициент рентабельности персонала последние два года выше 0, что говорит об эффективном управлении кадрами, как следствие – об эффективной работе сотрудников.

Важным фактором развития «Газпрома» стала его

способность разрабатывать и внедрять передовые технологии. Компания вложила значительные средства в разведку и добычу газа из нетрадиционных источников, таких как сланцевый газ и газ плотных пород. «Газпром» также стал пионером в разработке технологии сжиженного природного газа (СПГ), что позволило ему экспортировать газ на рынки за пределами Европы.

Следующим этапом развития компании стало расширение своей деятельности за пределами своих традиционных рынков в Европе. Компания установила партнерские отношения и создала совместные предприятия с крупными энергетическими компаниями в Азии, включая Китай и Индию. Эти партнерские отношения позволили «Газпрому» выйти на новые рынки и диверсифицировать свою клиентскую базу.

С точки зрения эффективности предприятию удается поддерживать высокий уровень рентабельности, несмотря на колебания цен на газ и конъюнктуру рынка. Компания придерживается принципов социально ответственного ведения бизнеса и реализовала ряд инициатив, направленных на снижение воздействия на окружающую среду и обеспечение устойчивого развития. Компания инвестировала в развитие возобновляемых источников энергии, таких как энергия ветра и солнца, и внедрила меры по энергосбережению в своей деятельности.

Однако современная политическая и экономическая обстановка реализует ряд новых рисков для бизнеса.

ПАО «Газпром» столкнулся с проблемами при разработке новых проектов. Компания изо всех сил пыталась найти новые источники природного газа и столкнулась с противодействием своим усилиям по расширению сети трубопроводов. После того, как направление сбыта газа в Европу было сокращено в разы, «Газпром» столкнулся с трудностями при освоении новых рынков, особенно в Азии, где он сталкивается с конкуренцией со стороны других производителей природного газа.

Многие партнеры стали заявлять, что «Газпром» медлит с принятием решений, не реагирует на опасения клиентов и не желает вести переговоры о ценах или других условиях. Эта репутация мешает Газпрому привлекать новых клиентов и поддерживать существующую клиентскую базу.

Произошли изменения энергетического ландшафта. Сосредоточенность компании на природном газе сделала ее уязвимой для конкуренции со стороны возобновляемых источников энергии и других форм энергии. Кроме того, повышенное внимание к сокращению выбросов углерода привело к озабоченности по поводу воздействия природного газа на окружающую среду и сохраняющейся роли природного газа в энергетическом балансе.

«Газпром» принял меры по сокращению расходов для обеспечения финансовой устойчивости компании. Данные меры включают в себя оптимизацию производственного процесса, снижение эксплуатационных расходов и повышение эффективности во всех сферах бизнеса.

Для расширения бизнеса и минимизации рисков компания также диверсифицировала свою деятельность, включая инвестиции в новые рынки и развитие альтернативных источников энергии. Она заключила несколько стратегических партнерских отношений с компаниями по всему миру, создавая взаимовыгодные отношения и возможности для роста.

Чтобы справиться с санкциями, «Газпром» принял ряд мер, таких как сокращение своей зависимости от западного финансирования и увеличение своей зависимости от внутреннего финансирования. Компания также сосредоточилась на увеличении экспорта в Азию и подписала долгосрочные контракты с клиентами в Китае, Индии и других азиатских странах.

«Газпром» работает над развитием новых проектов по разведке и добыче за пределами Европы. Например, компания создала совместное предприятие с Royal Dutch

Shell для развития проектов по производству сжиженного природного газа (СПГ) на Дальнем Востоке России. Это помогло ПАО «Газпром» диверсифицировать свой бизнес и снизить зависимость от европейских рынков.

Ведутся переговоры с Европейской комиссией по урегулированию обвинений в антиконкурентном поведении, связанным со строительством газопровода «Северный поток – 2». Теперь, когда необходимо принимать во внимание неразрешенные вопросы диверсионного характера (подрыв трубопровода в Балтийском море), противостояние санкционному режиму необходимо пересматривать.

Идет активное развитие сотрудничества «Газпрома» с Азиатскими странами. Таким образом, в январе 2023 года «Газпром» и Правительство Казахстана подписали двустороннюю дорожную карту по сотрудничеству в газовой отрасли. Помимо этого, договор о совместной работе был подписан с Узбекистаном – заключен договор на поставку 6 млрд кубометров в год по трубопроводу «Средняя Азия-Центр».

Помимо этого, компания планирует ввести новую продукцию для сбыта – сжиженный газ. Планируется построить завод для этих целей в Мурманске. По данным РБК, данный проект уже получил поддержку от Владимира Путина. Проект будет реализовываться вместе с компанией «НОВАТЭК».

С 22 декабря 2022 года осуществляется работа крупнейшего проекта по транспортировке газа на Востоке в России на экспорт в Китай. «Сила Сибири» подразумевает под собой поставки трубопроводного газа из России в Китай. Около 3 000 км составляет длина газопровода. Проектная мощность составляет 42 млрд м³.

ПАО «Газпром» активно осуществляет инвестиции в перспективные проекты, которые помогают стране выйти на новый финансовый уровень. Так, негосударственные пенсионные фонды ПАО «Газпром» инвестировали 60 млрд руб. в строительство проспекта Багратиона в Москве.

Таким образом, ПАО «Газпром» справился с последствиями пакета санкций, диверсифицировав свою деятельность, сосредоточив внимание на расширении своей деятельности в Азии, развитии новых проектов по разведке и добыче за пределами Европы и решении вопросов, связанных с антиконкурентным поведением. Эти меры помогли компании сохранить свои позиции одной из ведущих мировых энергетических компаний, несмотря на проблемы, связанные с санкциями.

Деятельность ПАО «Газпром» существенно влияет на развитие региональной и отраслевой экономики России. Компания занимается добычей, транспортировкой и продажей газа, нефти и других энергоресурсов, что обеспечивает значительный вклад в бюджет России и занятость населения в отрасли.

Среди примеров влияния ПАО «Газпром» на региональную экономику можно выделить строительство и эксплуатацию газопроводов, которые проходят через многие регионы России. Это создает рабочие места и развивает инфраструктуру транспортировки не только газа, но и других видов грузов. Также ПАО «Газпром» является значимым участником экономики Москвы и Санкт-Петербурга, где расположены головные офисы компании, что способствует развитию этих городов как центров бизнеса и туризма. Итак, деятельность ПАО «Газпром» является важным элементом развития региональной и отраслевой экономики России. Компания обеспечивает не только занятость, но и развитие инфраструктуры, вкладывая средства в строительство и эксплуатацию газопроводов и других объектов.

ВЫВОДЫ

Предпринимательство играет ключевую роль в развитии экономики, так как предприниматели создают новые рабочие места, стимулируют инновации и увеличивают производительность труда. Они также способствуют расширению рынков, созданию новых продуктов и

услуг, а также улучшению качества жизни общества в целом. «Газпром» является ярким примером динамичного развития российского предпринимательства в отраслевой экономике. Компания активно развивается, увеличивает свою долю на рынке и ищет новые возможности для роста. Однако, как и любой другой бизнес, «Газпром» сталкивается с вызовами, связанными с изменением мирового спроса на энергоресурсы. Для того чтобы преодолеть эти вызовы, компания активно развивает новые направления деятельности. Динамичное развитие «Газпрома» является одним из ярких примеров успешного предпринимательства в России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Атанасова А. А. Сравнение феноменов социального предпринимательства и предпринимательства // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. - 2022. - №4. - с. 35–44. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnienie-fenomenov-sotsialnogo-predprinimatelstva-i-predprinimatelstva/viewer> (дата обращения 22.08.2023).
2. Бердиглыдызов М. Современное предпринимательство и его развитие // Вестник науки. - 2023. - №4(61). - С. 15–18. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-predprinimatelstvo-i-ego-razvitiye/viewer> (дата обращения 12.08.2023).
3. Гелдиева Л. С., Абдыресулов С.А. Роль предпринимательства в национальной экономике // Вестник науки. - 2023. - №2(59). - С. 30–33. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-predprinimatelstva-v-natsionalnoy-ekonomike/viewer> (дата обращения 25.08.2023).
4. Горшенина Е. В. Правовые основы предпринимательства в России // Центр экономических исследований. - 2022. - №1. - С. 1–9. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/praktika-predprinimatelstva-pravovye-osnovy-predprinimatelstva-v-rossii/viewer> (дата обращения 25.08.2023).
5. Иванов М. А. Эстетические составляющие предпринимательства // Московский экономический журнал. - 2021. - №9. - С. 546–560. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/esteticheskie-sostavlyayushchie-predprinimatelstva/viewer> (дата обращения 22.08.2023).
6. Майнен В.А. Влияние инновационной деятельности на эффективность работы нефтегазовой компании ПАО «ГАЗПРОМ» // Инновации и инвестиции. - 2022. - №11. - С. 8–10. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-innovatsionnoy-deyatelnosti-na-effektivnost-raboty-neftegazovoy-kompanii-pao-gazprom/viewer> (дата обращения 02.09.2023).
7. Полянин А.В., Соболева Ю.П., Кулакова Л.И. Инновационные риски в предпринимательстве // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. - 2022. - №2. - С. 114–127. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-riski-v-predprinimatelstve/viewer> (дата обращения 23.08.2023).
8. Федоров М. Е. Андреасян Г. М. Принципы предпринимательства // Экономика и социум. - 2021. - №4(83). - С. 544–547. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-predprinimatelstva/viewer> (дата обращения 22.08.2023).
9. Чусовитин Д. Ю. Особенности стратегического планирования развития предприятия (на примере ПАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ») // Инновации и инвестиции. - 2021. - №5. - С. 95–95. Киберленка: сайт. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-strategicheskogo-planirovaniya-razvitiya-predpriyatiya-na-primere-pao-gazprom-neft/viewer> (дата обращения 02.09.2023).
10. Отчетность Газпром // ПАО «Газпром» URL: <https://www.gazprom.ru/investors/disclosure/reports/2022/> (дата обращения 07.09.2023).

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 13.11.2023

Approved date: 27.11.2023

Accepted date: 11.12.2023

УДК 339.138

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЕВ В РОССИИ

© Автор(ы) 2023

ИВАНОВА Елена Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры

Туризма и культурного наследия

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского,
410012, Россия, Саратов, novaskania@gmail.com

AuthorID: 709769

SPIN-код автора: 7699-0198

ORCID: 0000-0001-7915-515X

Аннотация: Цель данного исследования заключается в проведении анализа статистических данных за период с 2008 по 2022 годы с целью оценки эффективности маркетинговых мероприятий, применяемых музеями в регионах России, включая Саратовскую область. Современные музеи в наше время все более активно применяют маркетинговые технологии в стремлении повысить свою известность и привлечь больше посетителей. Исследование направлено на анализ влияния маркетинговой политики музеев на их посещаемость и финансовое состояние. В ряде регионов России можно отметить рост посещаемости музеев и увеличение доходов от их деятельности, что свидетельствует о положительном воздействии маркетинговых мероприятий. Наблюдается общая тенденция к коммерциализации музеев, что становится заметным трендом в структуре доходов музейных учреждений России. Эти изменения в маркетинговой политике музеев оказывают значительное влияние на их финансовое состояние и популярность среди аудитории. А это, в свою очередь, является одним из факторов развития внутреннего туризма в регионах России.

Ключевые слова: музей, музейный маркетинг, событийный маркетинг, посещаемость музеев, экономическая эффективность.

THE EFFICIENCY OF THE MUSEUMS' MARKETING ACTIVITIES IN RUSSIA

© The Author(s) 2023

IVANOVA Elena Vladimirovna, PhD in Economics, Associate Professor of the Department of
Tourism and Cultural Heritage

Saratov State University

410012, Russia, Saratov, novaskania@gmail.com

Abstract. The purpose of this study is to analyze statistical data for the period from 2008 to 2022 in order to assess the effectiveness of marketing activities used by museums in the regions of Russia, including the Saratov region. Modern museums are now increasingly using marketing technologies in an effort to increase their fame and attract more visitors. The study is aimed at analyzing the impact of museums' marketing policies on their attendance and financial condition. In a number of regions of Russia, one can note an increase in museum attendance and an increase in income from their activities, which indicates the positive impact of marketing activities. There is a general trend towards the commercialization of museums, which is becoming a noticeable trend in the structure of income of museum institutions in Russia. These changes in the marketing policies of museums have a significant impact on their financial condition and popularity among the audience. This is one of the factors in the development of domestic tourism in the regions of Russia.

Keywords: museum, museum marketing, event marketing, museum attendance, economic efficiency.

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время музеи столкнулись с острой конкуренцией за привлечение посетителей. Эта конкуренция включает в себя соперничество не только с другими музеями, но и с разнообразными развлекательными заведениями. Посетители, располагая ограниченными бюджетами и ограниченным свободным временем, вынуждены делать выбор между посещением музея, походом в кинотеатр, участием в экскурсии по городу и так далее. Эта ситуация характеризуется видовой конкуренцией. Тема конкуренции музеев со всей досуговой сферой является актуальной для современных исследований музейной деятельности и музейного маркетинга [7; 15; 17; 18; 22]. Уже достаточно давно в отечественной и зарубежной литературе деятельность музеев рассматривается с точки зрения классического комплекса маркетинга [1; 4; 12; 16].

Более того, музеи вынуждены конкурировать с коммерческими предприятиями, чья первоочередная цель – прибыль. Тем не менее, музеи стремятся предоставлять уникальные и образовательные впечатления, которые выходят за пределы простого развлечения. Это означает, что музеи не только соперничают с другими предприятиями развлечений, но и борются за привлечение посетителей, которых интересует обогащение своих знаний и культурного опыта.

МЕТОДОЛОГИЯ

Наша цель – на основе статистических данных оценить, насколько региональные музеи преуспели в такой конкурентной борьбе, какова эффективность их маркетинговой деятельности. Информационной основой нашего исследования послужили ежегодные отчеты АИС «Статистика» ГИВЦ Минкультуры России [9; 10].

Не стоит забывать, что, в отличие от большей части

индустрии развлечений, с которой современные музеи вынуждены конкурировать, музей – это, в первую очередь, учреждение культуры и духовного обогащения и развития нации. Следовательно, еще и поэтому важно, поведет ли семья своего ребенка в музей вместо того, чтобы проводить время перед экраном телевизора или в кинотеатре.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Методы оценки эффективности маркетинговых мероприятий различаются в коммерческой и некоммерческой сферах. Эти различия проистекают из того, что коммерческие предприятия ориентированы на достижение экономической эффективности, которую можно измерить с помощью изменений в показателях прибыли и рентабельности. Музеи относятся к некоммерческому сектору, мировая практика показывает, что убыточность для них в норме. В связи с этим, при оценке эффективности маркетинга в некоммерческом секторе, не всегда правильно ограничиваться экономическими критериями. Необходимо вводить иные критерии для измерения эффективности. Так, одним из наиболее очевидных критериев эффективности маркетинговой деятельности музея является уровень посещаемости. Так, в исследовании [19] доказывается сильная корреляция между маркетинговыми коммуникациями и количеством посетителей музеев. На графике представлена динамика общего числа посетителей музеев с 2008 по 2022 г. (рисунок 1).

До 2019 г. посещаемость музеев в России динамично росла, тогда как в 2020 – 2021 гг. спад посещаемости был по причине пандемии. Если посмотреть на структуру посещений, то доминирующими являются индивидуальные посещения (рисунок 1). Причем, за исследуемые 15 лет их доля увеличилась с 59 % до 71 %.

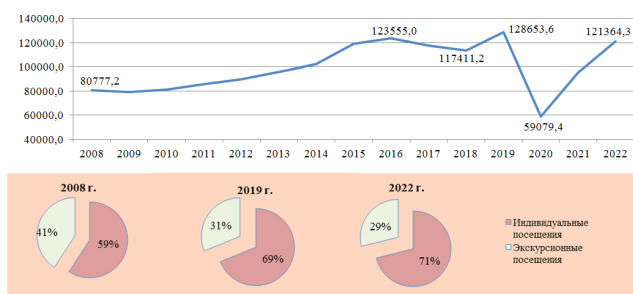


Рисунок 1 – Динамика и структура посещаемости музеев в РФ с 2008 по 2022 гг., тыс. чел.

Музеи традиционно хорошо умеют работать с группами, привлекая их в музей. Как правило, количество групповых посещений стабильно, тогда как индивидуальные посещения менее прогнозируемы и управляемы. Рост посещаемости музеев осуществлялся во многом за счет увеличения индивидуальных посещений, что может свидетельствовать об успешной маркетинговой деятельности музеев. На реализацию данной задачи были направлены набравшие в этот период популярность такие методы событийного маркетинга, как организация новых выставок, участие в международной акции «Ночь музеев», проведение дней открытых дверей, выход музеев за пределы собственного пространства (организация выставок под открытым небом и другие «уличные» мероприятия), интеграция с другими учреждениями культуры (проведение совместных вечеров, концертов, театральных представлений). Так, согласно современным исследованиям в области событийного маркетинга музеев [3; 5; 11; 12; 14], наблюдается важная тенденция – все большее число музеев уделяют особое внимание разработке и внедрению новых форматов работы с аудиторией. Эти инновационные методы привлечения посетителей делают посещение музеев не только образовательным, но и захватывающим и интерактивным опытом. С этой точки зрения предложение музеем особого музейного продукта является ответом на существующий или возникающий спрос [15, с. 76]. Рассмотрим более подробно разновидности форматов работы музеев с аудиторией:

1. Интерактивные выставки являются одним из наиболее популярных новых форматов работы с аудиторией в современных музеях. Они позволяют посетителям не просто наблюдать за экспонатами, но и активно взаимодействовать с ними. Такие выставки могут включать в себя мультимедийные элементы, возможности для самостоятельных исследований, а также игровые компоненты. Например, посетители могут воссоздавать исторические события, решать головоломки, или даже участвовать в виртуальных реконструкциях исследовательских экспедиций.

2. Музеи всё чаще организуют разнообразные мероприятия и фестивали, чтобы привлечь посетителей разных возрастов и интересов. Это могут быть музыкальные выступления, лекции, мастер-классы, искусство на улице, тематические фестивали еды, и многое другое. Такие события создают атмосферу праздника и позволяют посетителям активно участвовать в жизни музея.

3. Современные технологии позволяют музеям предлагать посетителям уникальные виртуальные туры и взаимодействие с экспонатами с использованием дополненной и виртуальной реальности. Это приносит новые возможности для обогащения опыта посетителей и создания интерактивных моментов внутри музейных залов [2]. По этому пути модернизации услуг идут многие зарубежные и российские музеи.

4. Многие музеи исследуют новые способы сотрудничества с художниками и арт-группами, чтобы создавать временные арт-инсталляции и выставки. Это позволяет постоянно обновлять экспозиции и привлекать новых посетителей, интересующихся современным искусством.

Так, в 2016 и 2017 гг. число массовых мероприятий, проводимых музеями, достигло своего пика, когда в среднем музей проводил более 50 мероприятий в год. В 2018 и 2019 гг. количество мероприятий, проводимых музеями, несколько снизилось, при этом средняя посещаемость одного мероприятия выросла и составляла в 2018 году почти 280 человек (рассчитано автором на основе данных [10]). В период пандемии было замечено снижение как количества массовых мероприятий, проводимых музеями, так и посещаемости таких мероприятий. Однако только в 2022 году мы наблюдаем возвращение числа массовых мероприятий в музеях к уровню, существовавшему до начала пандемии. Кроме того, количество посетителей на таких мероприятиях продолжает восстанавливаться, что свидетельствует о постепенном возрождении интереса к музейным активностям.

Как мы уже упоминали выше, помимо массовых мероприятий появляются новые формы работы с аудиторией, такие как мастер-классы, обучающие творческие кружки для детей и взрослых, квесты по музею и т. д. Примеры актуальных и успешных музейных проектов в России и за рубежом приводятся в литературе [3; 11], в последние годы особое внимание уделяется квестам как современной форме работы музея с различными аудиториями [6; 8].

О росте популярности данного вида мероприятий говорит рост числа культурно-образовательных программ, реализуемых музеями. Значительный рост количества организуемых образовательных программ произошел в 2018 – 2019 гг. Стоит обратить внимание, что уже в 2021 г. их количество превысило допандемийный уровень, а в 2022 г. рост их числа продолжился. Все это говорит о стремлении музеев привлекать аудиторию, то есть о маркетинговой активности музеев. Развивая и делая разнообразными предлагаемые образовательные программы, музеи могут успешно привлекать различные группы посетителей и удовлетворять их потребности в познании и стремлении к прекрасному.

Музеям необходимо продвижение проводимых мероприятий. Рекламные расходы музеев оценить невозможно, музеи не публикуют эту информацию. Однако активность музеев в Интернет поддается оценке: у многих музеев появились сайты, группы в социальных сетях. Если в 2008 г. из общего числа музеев имели свой сайт всего 22 %, то к 2021 г. доля выросла до 88,5 % [10]. Это также говорит в пользу активизации маркетинговой деятельности музеев. Помимо разработки собственных сайтов музеи стали уделять все больше внимания маркетингу в социальных сетях [1; 11; 19; 20; 21].

Любое из описанных выше мероприятий является событийным поводом для посещения музея и призвано генерировать поток посетителей в музей. На основе статистических данных мы можем проследить, как открытие новых выставок в музеях привлекает аудиторию и мотивирует людей на повторное посещение музея (рисунок 2). С 2008 г. число выставок, проводимых музеями РФ, динамично увеличивалось до 2019 г. Корреляция числа выставок с ростом посещаемости музеев налицо. Это позволяет сделать вывод, что рост выставочной активности музеев приводит к росту посещаемости индивидуальных посетителями.

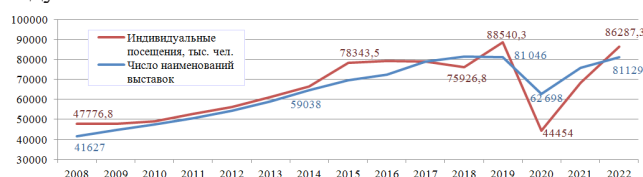


Рисунок 2 – Динамика посещений музеев и выставочной деятельности музеев в РФ с 2008 по 2022 гг.

Пандемия, несомненно, оказала существенное воздействие на посещаемость музеев. А именно, в 2020 г. посещаемость музеев снизилась на почти 50 %. Это сни-

жение можно объяснить введенными ограничениями на количество посетителей в связи с эпидемией. В то же время, количество проводимых выставок уменьшилось всего на 23 % в сравнении с допандемийным уровнем. Восстановление посещаемости, произошедшее в 2021 г., оказалось неполным. Количество проводимых выставок восстановилось почти полностью и достигло 94 % относительно уровня 2019 г., который считается допандемийным максимумом. Однако количество индивидуальных посещений музеев восстанавливается менее динамично и составило лишь 77 % допандемийного уровня в 2021 г. Важно отметить, что уже в 2022 г. количество посещений музеев опередило количество проводимых выставок и практически достигло уровня 2019 г., что свидетельствует о постепенном восстановлении интереса к культурным мероприятиям после сложного периода пандемии.

Далее проанализируем, какое количество посетителей в среднем приходится на один музей, и как этот показатель зависит от региона (таблица 1). Для примера мы выбрали некоторые регионы России.

Таблица 1 – Среднее число посетителей музеев и средний коэффициент посещаемости выставок в отдельных регионах РФ в 2021 г.

Регион	Среднее число посетителей музеев в 2021 г., тыс. чел.	Средний коэффициент посещаемости выставок
Россия в целом	32	0.90
Астраханская обл.	10	0.45
Волгоградская обл.	100	2.48
Краснодарский край	32	0.71
Москва	101	3.14
Московская обл.	43	1.83
Нижегородская обл.	22	0.49
Новосибирская обл.	16	0.19
Омская обл.	29	0.33
Пензенская обл.	29	0.31
Рязанская обл.	30	0.63
Самарская обл.	28	0.81
Санкт-Петербург	233	7.88
Саратовская обл.	59	0.90
Татарстан	48	1.25
Ярославская обл.	109	4.30

Данные таблицы 1 позволяют сделать вывод, что в лидерах находятся столичные города и регионы с высоким турпотоком. Следует отметить, что Саратовская область занимает одно из лидирующих мест по среднему количеству посетителей на один музей среди исследованных регионов России. В Саратовской области на один музей приходится в среднем 59 тысяч человек в год, то есть почти 200 человек в день. Область опережает по данному показателю такие развитые с точки зрения туристской и музейной активности регионы, как Татарстан, Московскую область, Краснодарский край.

С целью оценки эффективности событийных маркетинговых мероприятий в разных регионах России, проведен анализ коэффициентов посещаемости выставок в музеях различных регионов. Коэффициент посещаемости определяется как соотношение числа индивидуальных посетителей музеев к числу проведенных выставок в этих музеях. Из анализа данных (таблица 1) видно, что наивысший коэффициент посещаемости выставок отмечается в музеях Санкт-Петербурга, достигая значения 7.88. За ним следуют Ярославская область с коэффициентом 4.3 и Москва с коэффициентом 3.14. Эти регионы показывают высокий интерес к выставкам, проводимым местными музеями. В Саратовской области коэффициент посещаемости выставок точно соответствует среднероссийскому значению, составляя 0.9. Это означает, что в среднем 900 человек посещают одну выставку в музеях данной области. С другой стороны, низкий коэффициент посещаемости выставок отмечается в регионах, таких как Новосибирская (0.19), Пензенская (0.31) и Омская (0.33) области. Выставки в музеях этих регионов могут потребовать дополнительных усилий для привлечения посетителей.

Однако следует учитывать, что на индивидуальные посещения музеев влияют следующие факторы:

– Уровень развития туризма в регионе. Поток самостоятельных туристов генерирует индивидуальные посещения музеев. Как правило, в регионах со стабильным

турпотоком данный коэффициент выше.

– Конкуренция среди музеев и субституция на рынке развлечений в регионе, о которой мы упоминали выше.

Несомненно, что фактор посещаемости музеев аудиторией является ключевым в формировании внебюджетных доходов музеев, что позволяет провести экономическую оценку эффективности деятельности музеев и музейного маркетинга в частности. Мировая практика демонстрирует, что музейная сфера, используя современные технологии маркетинга и PR, может стать рентабельной и даже коммерчески успешной.

В современной российской практике эффективно работающим считается музей, формирующий за счет собственных доходов 1/3 годового бюджета. Крупнейшие российские музеи Москвы и Санкт-Петербурга соответствуют критерию успешности, что обеспечивается стабильным турпотоком в эти города, хорошим финансированием этих музеев, их известностью, а также, несомненно, их активной деятельностью по привлечению посетителей.

Изучив структуру доходов музеев, мы определили долю доходов от основных видов уставной деятельности в общих доходах музеев (рисунок 3). Проследив динамику доли доходов от основных видов уставной деятельности с 2008 г. можно сделать вывод о росте этого показателя. Если в 2008 г. доля доходов от основных видов уставной деятельности составляла 10 % от общих доходов музеев в России, то в 2022 г. этот показатель достиг максимума в 22 %. Следует отметить, что в период пандемии доля доходов от основных видов уставной деятельности снизилась до 7,3 % в 2020 г., с частичным его восстановлением до 13,3 % в 2021 г., что было связано с ограниченной посещаемостью музеев в этот период, когда были поставлены лимиты на количество экскурсантов в группах, запрещались массовые мероприятия в музеях.

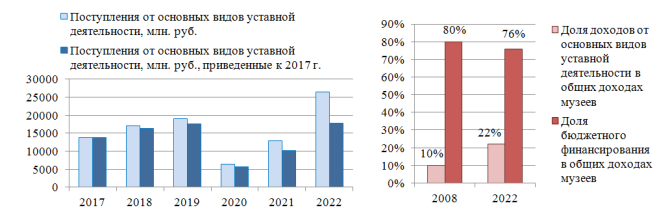


Рисунок 3 – Доходы музеев от основных видов уставной деятельности с 2017 по 2022 гг., млн рублей, и Доля доходов от основных видов уставной деятельности в бюджете музеев РФ, в процентах

Исследуем динамику абсолютного показателя доходов музеев от основных видов уставной деятельности (рисунок 3). Налицо рост доходов с 2017 по 2019 гг. Затем вмешался период пандемии, значительно снизивший доходы музеев. Более высокие темпы инфляции в 2021 и 2022 гг. значительно скорректировали доходы музеев. Но даже с учетом инфляции в 2022 г. музеям удалось вернуться на допандемийный уровень успешного 2019 г.

В целом, динамика структуры доходов музеев говорит о процессах коммерциализации музеев и о повышении рентабельности их деятельности. Используя маркетинговые технологии, музеи увеличивают свою прибыль и долю собственных доходов от основных видов уставной деятельности в своем бюджете. Однако мы исследовали только среднее значение по России, которое имеет значительные отклонения, поскольку на него оказывают сильное влияние успешные столичные музеи, тогда как для региональных музеев коммерциализация характерна в меньшей степени. Доля доходов от уставной деятельности сильно варьируется в зависимости от региона (рисунок 4).

Для сравнения мы выбрали несколько регионов. Несмотря на высокий уровень посещаемости музеев Саратовской области, с точки зрения доходов от основной деятельности Саратовская область находится в аутсайдерах: доля доходов от основной деятельности

составляет 3,5 %. При этом 95 % – бюджетное финансирование. Особенность Саратовской области заключается в том, что достаточно большая часть бюджетного финансирования музеев области идет из регионального бюджета (порядка 15 %) и 80 % – из федерального бюджета. В других регионах местный бюджет участвует в финансировании музеев в меньшей степени, порядка 1–3 % доходов музеев формируется из регионального бюджета. Например, в Астраханской области в 2021 г. из регионального бюджета поступлений в музеи – 0.

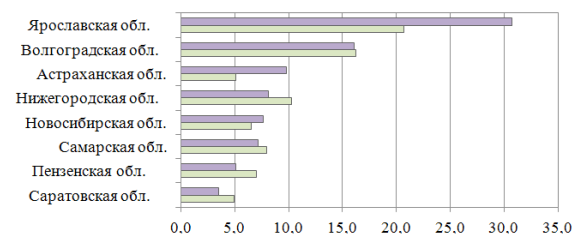


Рисунок 4 – Доля доходов от уставной деятельности музеев в нескольких регионах РФ

Успешный пример Ярославской области показывает, как влияет развитие внутреннего туризма на доходы музеев от основной деятельности. В 2021 г. они выросли в полтора раза по сравнению с допандемийным 2019 г. В 2021 г. Ярославская область заняла четвертое место после Краснодарского края, Крыма и Татарстана по турпотоку [13].

ВЫВОДЫ

Можно сделать вывод, что практика успешных региональных музеев в России показывает, что активная выставочная деятельность, элементы событийного маркетинга, поиск новых форм работы с аудиторией приносят свои плоды, делая музеи более посещаемыми. Основной статьей доходов музеев в России по-прежнему остается бюджетное финансирование, хотя наметилась устойчивая тенденция роста доли доходов от деятельности музеев на фоне сокращения бюджетного финансирования. Музеи учатся зарабатывать деньги. Это заставляет музеи использовать технологии маркетинга и PR:

- музеи проводят больше выставок;
- музеи организуют мероприятия – лекции для взрослых, кружки для детей – все, что позволяет привлечь аудиторию;
- музеи активны в интернете и социальных сетях.

Как показало наше исследование, динамика посещаемости говорит о достаточно высокой эффективности маркетинговой деятельности музеев в Саратовской области. Однако успешная маркетинговая деятельность, высокая посещаемость музеев не всегда коррелируют с доходностью, поскольку музеи выполняют также важнейшую социально-культурную роль.

В итоге, событийный маркетинг в музеях становится все более разнообразным и увлекательным, предлагая посетителям не просто просматривать экспонаты, но и становиться активными участниками музейного опыта. Такие инновации содействуют увеличению посещаемости, созданию уникального бренда музея и обогащению образовательных и культурных впечатлений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Артемов, О. Ю. Особенности использования клиентоориентированного подхода в управлении современными музеями / О. Ю. Артемов, С. А. Овчинников // Вестник РГТУ. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2019. – № 4. – С. 36-51. – DOI 10.28995/2073-6304-2019-4-36-51. – EDN VHHXPD.
2. Болдырева, Е. В. Сервисное развитие услуг музея: внешние сервисы современных музеев / Е. В. Болдырева // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2022. – № 58. – С. 55-61. – DOI 10.31773/2078-1768-2022-58-55-62. – EDN PSVJUX.
3. Брянский, Н. С. Маркетинг российских музеев: от социального интернет-сервиса до VR контента / Н. С. Брянский // Музеи, библиотеки, архивы как центры современных источниковедческих исследований : Сборник материалов IX Международных музейных чтений «Современные проблемы музеологии», Орел, 15–16 мая 2019 года / Научный редактор и составитель Е.Ю. Степанова. Том Выпуск 7. – Орел: Орловский государственный институт культуры, 2019. – С.

255-259. – EDN SQGLTH.

4. Гринева, О. О. Совершенствование деятельности музеев на основе применения концепции маркетинга : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Гринева Ольга Олеговна. – Москва, 2015. – 22 с. – EDN ZPTBTF.

5. Иванова, Е. В. Оценка эффективности маркетинговой деятельности региональных музеев в России / Е. В. Иванова // Модернизация культуры: судьба ценностей в современном мире : Материалы VI Международной научно-практической конференции. В 2-х частях / Под редакцией С.В. Соловьевой, В.И. Ионесовой, Л.М. Артамоновой. Том Часть II : Самарский государственный институт культуры, 2018. – С. 216-220. – EDN YSSYHJ.

6. Иванова, Е. В. Эффективность маркетинговой деятельности региональных музеев / Е. В. Иванова // Развитие территориальных социально-экономических систем: вопросы теории и практики : Сборник научных статей XV Международной научно-практической конференции молодых учёных, Екатеринбург, 19–20 декабря 2017 года / Ответственный редактор Ю.Г. Лаврикова. – Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения РАН, 2017. – С. 157-160. – EDN ZWXGJJ.

7. Лаврут, Н. С. Современные тенденции и проблемы музейного маркетинга в России / Н. С. Лаврут // Практический маркетинг. – 2019. – № 4(266). – С. 23-28. – EDN XPVKSR.

8. Маркетинговое исследование спроса на услуги музеев / Т. Е. Лебедева, С. В. Булганина, К. А. Бездетко, Т. А. Егорова // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 2(92). – С. 242-245. – EDN YTTDGP.

9. Музеи и зоопарки Российской Федерации в цифрах 2021. Статистический сборник. ГИВЦ Минкультуры России. 113 с.

10. Статистические данные по видам учреждений культуры, искусства и образования [Электронный ресурс] // АИС «Статистика» ГИВЦ Минкультуры России. Режим доступа: <https://stat.mkrf.ru/indicators/> (дата обращения: 30.10.2023).

11. Сюз, В. Продвижение музеев с помощью маркетинга в социальных сетях / В. Сюз // RESEARCH SOLUTIONS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса, Петрозаводск, 09 марта 2022 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2022. – С. 24-30. – EDN PGFNDF.

12. Тарапон, К. Н. Музейный маркетинг: актуальные проблемы / К. Н. Тарапон // Вестник образования и развития науки Российской академии естественных наук. – 2018. – № 4. – С. 62-65. – EDN YPGZOX.

13. Туризм наше всё: Ярославская область в лидерах туристического потенциала [Электронный ресурс] // Сетевое издание «МК в Ярославле». Режим доступа: <https://yar.mk.ru/economics/2021/08/11/turizm-nashe-vsyo-yaroslavskaya-oblast-v-liderakh-turisticheskogo-potenciala.html> (дата обращения: 23.09.2022).

14. Шашерина, И. А. Музейный маркетинг и виртуальные музеи в XXI веке: могут ли музеи выжить без этого? / И. А. Шашерина, Е. В. Шиянова // Молодой ученый. – 2019. – № 24(262). – С. 401-403. – EDN VGJAPY.

15. Шекова, Е. Л. Особенности маркетинга в сфере культуры (на примере музеев) / Е. Л. Шекова // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. – 2016. – № 2. – С. 71-86. – EDN WFOALF.

16. Шекова, Е. Л. Теоретические основы маркетинга в сфере культуры (на примере музеев) / Е. Л. Шекова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – № 1. – С. 82-87. – EDN VOYCKB.

17. Amenta C. Exploring Museum Marketing Performance: A Case Study from Italy // International Journal of Marketing Studies. 2010, Vol. 2, № 1, pp. 24 – 35.

18. Kotler N. and Kotler P. Museum Strategy and Marketing: Designing Missions, Building Audiences, Generating Revenue and Resources. 2009. 511 p.

19. Lukáč, Michal & Kupec, Vaclav & Písar, Premysl & Štárchoň, Peter. (2021). The Interaction Between the Marketing Communications Audit and Visitors in Museum Facilities. Communication Today. 12. 80-95.

20. Luo, Nuan & Zhu, Zhaohai & Ni, Yuan & Haodong, Li & Zhang, Jian. (2022). The impact of social media marketing activities in the museum industry. Online Information Review. 10.1108/OIR-12-2020-0564.

21. Schweibenz, Werner. (2019). The virtual museum: an overview of its origins, concepts, and terminology.. 4.// The Museum Review, Volume 4, Number 1 (2019)

22. Viser J. From Social Media to a Social Museum Östersund. 2013.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 07.11.2023

Approved date: 27.11.2023

Accepted date: 11.12.2023

УДК 339.5; 311.311

ФАКТОРЫ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ: ОЦЕНКА И ПУТИ УКРЕПЛЕНИЯ

© Автор(ы) 2023

ИЗЗУКА Татьяна Борисовна, доцент департамента бизнес-аналитики, доцент, кандидат экономических наук
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, tbizzuka@fa.ru

AuthorID: 330904

SPIN: 2171-2060

ORCID: 0000-0001-5442-3023

АЛИБЕКОВА Эльза Рустамовна, студент департамента бизнес-аналитики
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, eralibekova@fa.ru

ORCID: 0009-0005-2659-0007

Аннотация. Сегодняшний мир стал очень динамичным, компании сталкиваются с неопределенностью и различными рисками, включая финансовые риски. Быстрое развитие технологий, изменения рыночных условий, изменение законодательства и другие факторы могут значительно повлиять на финансовую стабильность компании. Оценка финансовой устойчивости является актуальной задачей для компаний в современных условиях, поскольку финансовая устойчивость оказывает существенное влияние на возможности компании в достижении своих целей и обеспечении стабильности своей деятельности. В современных условиях развития российских организаций предъявляются особые требования к их финансовой устойчивости. Финансовая устойчивость, по сути, является главным фактором финансовой безопасности функционирования компаний, тем самым она способствует дальнейшему развитию их инвестиционного климата. Оценка финансовой устойчивости помогает компаниям разрабатывать стратегии для управления с возможными рисками и прогнозировать свои финансовые потребности в будущем. Она также является важным инструментом для принятия решений кредиторами и инвесторами, которые желают оценить потенциальные риски и возможности инвестирования. Актуальность данной темы еще заключается и в том, что финансовая устойчивость является важнейшей характеристикой финансово-экономической деятельности компании. В случае высокого уровня финансовой устойчивости и платежеспособности организации возникает значительное преимущество в привлечении инвестиций, кредитов, а также в подборе поставщиков и выборе квалифицированных сотрудников по сравнению с аналогичными компаниями отрасли. Кроме того, такие организации не сталкиваются с государственными органами, а также с населением, поскольку имеют возможность своевременно выплачивать обязательные к уплате в бюджет налоги, страховые взносы, оплату труда сотрудникам, дивиденды акционерам. В данной статье обоснованы основные факторы укрепления финансовой устойчивости компании в современных условиях. В статье исследуется обоснованность инвестиционных решений на основе изучения анализа и оценки значимости воздействия ESG-факторов на устойчивое развитие компаний.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, собственные оборотные средства, факторы финансовой устойчивости, коэффициенты финансовой устойчивости, убыточные компании.

FACTORS OF FINANCIAL STABILITY: ASSESSMENT AND WAYS OF STRENGTHENING

© The Author(s) 2023

IZZUKA Tatiana Borisovna, Associate Professor of the Department of Business Analytics, Associate Professor,
Candidate of Economic Sciences

Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, tbizzuka@fa.ru

ALIBEKOVA Elsa Rustamovna, student of the Department of Business Analytics
Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, eralibekova@fa.ru

Abstract. Today's world has become very dynamic, companies face uncertainty and various risks, including financial risks. Rapid developments in technology, changes in market conditions, changes in legislation and other factors can significantly affect the financial stability of a company. Assessing financial stability is a pressing task for companies in modern conditions, since financial stability has a significant impact on the company's ability to achieve its goals and ensure the stability of its activities. In modern conditions of development of Russian organizations, special requirements are imposed on their financial stability. Financial stability, in fact, is the main factor in the financial security of companies, thereby contributing to the further development of their investment climate. Financial strength assessment helps companies develop strategies to manage possible risks and forecast their financial needs in the future. It is also an important decision-making tool for lenders and investors who wish to evaluate potential risks and investment opportunities. The relevance of this topic also lies in the fact that financial stability is the most important characteristic of the financial and economic activities of a company. In the case of a high level of financial stability and solvency of the organization, there is a significant advantage in attracting investments, loans, as well as in selecting suppliers and selecting qualified employees compared to similar companies in the industry. In addition, such organizations do not clash with government agencies, as well as with the population, since they have the opportunity to promptly pay taxes, insurance premiums, wages to employees, and dividends to shareholders. This article substantiates the main factors for strengthening the financial stability of a company in modern conditions. The article examines the validity of investment decisions by studying the analysis and assessing the significance of the impact of ESG factors on the sustainable development of companies.

Keywords: financial stability, own working capital, factors of financial stability, financial stability ratios, unprofitable companies.

ВВЕДЕНИЕ

«Финансовая устойчивость и платежеспособность позволяет компаниям гарантировать возврат принятых на себя обязательств по кредитам, а также уплату процентов по ним. В завершение всего, вопрос управления финансовой устойчивостью организации в условиях глобализации экономического пространства приобретает особую актуальность» [1, с. 152].

Следует согласиться с мнением О. В. Шнайдер и Т. Б. Иззук, которые полагают, что «...сложность комплексного анализа в части устойчивости развития обусловлена большим количеством и разнообразием финансовых и нефинансовых факторов, влияющих на устойчивое развитие экономического субъекта» [2, с. 46].

«На основе результатов проведенного анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности руковод-

ство организаций и внешние пользователи могут оценить результаты ее деятельности, выявить, оценить и минимизировать возможные риски. В связи с этим особую актуальность приобретает вопрос о необходимости проведения анализа финансовой устойчивости компании, а также определения его основных направлений» [1, с. 152].

В последние годы, на наш взгляд, повысилось внимание инвесторов к ESG-факторам, так как очевидно, что они могут повлиять на финансовую устойчивость и результативность компании в будущем.

Экологические факторы включают в себя воздействие деятельности компании на окружающую среду, включая использование ресурсов, выбросы, загрязнение и пр. Инвесторы все чаще обращают внимание на эти факторы, потому что изменение климата и экологические проблемы становятся все более заметными и серьезными.

Социальные факторы включают в себя взаимодействие компании с обществом, включая уровень занятости, рабочие условия, отношение к правам человека и пр. Инвесторы все больше обращают внимание на социальную ответственность компании и ее отношение к обществу.

Управленческие факторы включают в себя принципы управления компанией, включая корпоративную культуру, этику и прозрачность. Инвесторы все больше обращают внимание на эти факторы, потому что они могут повлиять на долгосрочную успех компании.

«Необходимость разработки единой системы стандартов отчетов устойчивого развития в России и ее обязательное исполнение актуальна на данный момент. Эффективная отчетность устойчивого развития помимо финансовых показателей должна содержать и нефинансовые (ESG – экологические, социальные и управленческие). Этим самым нефинансовый отчет будет публично доказывать эффективность управления репутацией и ответственной конкуренцией. Любой экономический субъект будет раскрывать инвесторам информацию о создании им долгосрочной устойчивости и долгосрочного бюджетного планирования. Особое значение такая отчетность имеет в настоящее непростое время после всемирной пандемии коронавируса, которая отбросила экономику на несколько лет назад» [3, с. 20].

По данным исследований, более 80 % крупнейших инвестиционных фирм уже учитывают факторы ESG в своей работе, а число инвесторов, использующих такие факторы, продолжает расти. Большинство крупных компаний также обращают внимание на ESG-факторы и стремятся улучшить свои показатели в этой области.

Также стоит отметить, что в некоторых странах существуют правовые требования к отчетности компаний по ESG-факторам. Например, в Европейском союзе действует регулятивный акт о раскрытии информации о продуктах инвестирования, включая информацию о факторах ESG.

Инвесторы придерживаются мнения, что учет ESG-факторов может увеличить финансовую стабильность компании и снизить риски инвестирования в нее. Поэтому многие инвесторы стали активно внедрять принципы ESG-инвестирования в свои стратегии. Компании также стали более осознанными в отношении ESG-факторов и начали включать их в свои стратегии, отчетность и практики управления. В результате повышенного внимания к ESG-факторам происходит переориентация компаний на более устойчивые и ответственные практики управления, что может привести к лучшей финансовой устойчивости в будущем. На рисунке 1 представлены ESG-факторы производственной сферы [4, с. 3].

Система показателей нефинансовой отчетности является важным инструментом для оценки устойчивости и социальной ответственности компаний. Такая отчетность включает в себя информацию о деятельности компании, связанной с социальной ответственностью, экологической устойчивостью, корпоративным управлением и другими нефинансовыми показателями. Например, ПАО «НК «Роснефть» в своих отчетах об устойчивом

развитии представляет отдельные показатели по достижению приоритетных целей ООН в области устойчивого развития (рисунок 2)» [4; 5].

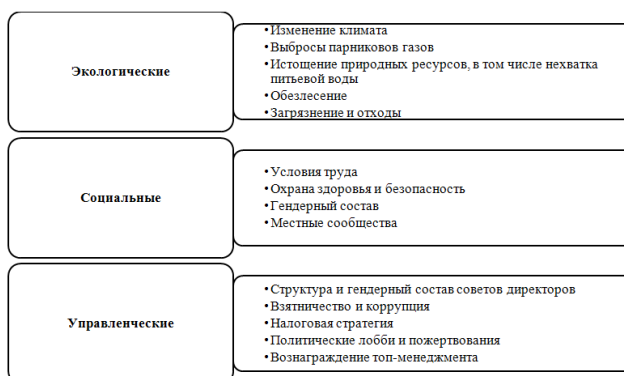


Рисунок 1 – ESG-факторы в инвестировании



Рисунок 2 – Ключевые показатели ПАО «НК «Роснефть» в области устойчивого развития [4; 5]

«Приоритетные цели, выбранные компанией для представления информации в отчетах: хорошее здоровье и благополучие; недорогостоящая и чистая энергия; достойная работа и экономический рост; борьба с изменением климата; партнерство в интересах устойчивого развития. Данная информация направлена для восприятия широкого круга заинтересованных сторон компании: сотрудников, инвесторов, акционеров, жителей регионов присутствия, партнеров и др.» [5, с. 6, 10]. Число управляющих и аналитиков, использующих факторы ESG (экологические, социальные и управленческие критерии) в своей работе, растет с каждым годом. Это связано с увеличением интереса к устойчивым инвестициям и сознательному потребительскому поведению, где потребители ожидают от компаний более высоких стандартов в области социальной ответственности.

«Финансовая устойчивость характеризует структуру источников финансирования организации и определяется на основе соотношения разных видов источников и их соответствия видам активов. Финансовое состояние характеризуется имущественным и финансовым положением. Имущественное положение определяется величиной и состоянием активов, которыми владеет и распоряжается организация. Также финансовую устойчивость организации можно считать результатом сбалансированности ее финансовых потоков, обеспеченности средств для поддержания текущей деятельности в течение определенного периода. В связи с этим необходимо рассматривать систему показателей, отражающих риск и доходность организации в перспективе, в разрезе абсолютных и относительных показателей, характеризующих финансовое положение организации» [1, с. 153].

К одному из основных абсолютных показателей финансовой устойчивости относится показатель, характеризующий величину собственных оборотных средств. Показатель «собственные оборотные средства» отражает сумму денежных средств и других ликвидных активов, которые компания может использовать для покрытия своих текущих обязательств. Это означает, что данный показатель показывает, насколько хорошо компания способна финансово справляться с текущими затратами и обязательствами, не прибегая к заимствованию средств. Чем выше показатель собственных оборотных средств, тем больше собственных средств компания может использовать для финансирования текущих операций. Однако слишком высокий показатель собственных оборотных средств может означать, что компания не эффективно использует свои ресурсы и может упустить возможности для роста и развития.

Обычно, здравая финансовая позиция компании предполагает наличие достаточных собственных оборотных средств для покрытия текущих операций, но при этом не слишком высокий уровень, который может снизить эффективность использования капитала. Показатель собственных оборотных средств, по нашему мнению, следует анализировать в связи с другими показателями финансовой устойчивости, такими как показатель ликвидности, рентабельности и долговой нагрузки.

Т. Б. Иззука и М. М. Пчельников считают, что «оценка финансовой устойчивости является также основным элементом анализа финансового состояния, необходимым для контроля, позволяющего оценить риск нарушения обязательств по расчетам организации» [6, с. 665].

Использование относительных показателей при оценке финансовой устойчивости компании является необходимым, так как они позволяют более точно оценить текущее финансовое состояние компании, а также сравнить ее с другими компаниями в отрасли или на рынке в целом.

Сравнение абсолютных показателей финансовой устойчивости компании (например, выручки или прибыли) может быть весьма затруднительным, так как масштабы деятельности различных компаний могут сильно отличаться. Например, компания с большими объемами выручки может иметь значительно большую прибыль, чем компания с меньшими объемами выручки, но это не обязательно означает, что она финансово более устойчива.

Относительные показатели финансовой устойчивости (например, коэффициент автономии, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и т. д.) позволяют сравнивать компании с различными объемами деятельности на более равных условиях.

В отношении финансовых коэффициентов рекомендуется проводить сравнительную оценку в сопоставлении с:

- фактическими значениями финансовых коэффициентов данной организации за прошлый период;
- их нормативными значениями;
- значениями коэффициентов других компаний отрасли [7].

Помимо того, использование относительных показателей-коэффициентов финансовой устойчивости в анализе имеет несколько преимуществ (рисунок 3).

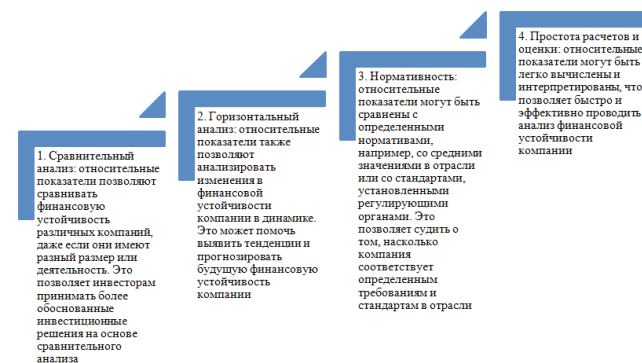


Рисунок 3 – Преимущества использования финансовых коэффициентов

Следует признать тот факт, что анализ финансовых коэффициентов имеет иногда возможную ограниченность, поскольку ведь сами коэффициенты, их нормативные значения первоначально разрабатывались и были предназначены для оценки деятельности организаций в условиях стабильной финансовой ситуации.

Для оценки финансового состояния убыточных компаний, на наш взгляд, можно использовать ряд относительных финансовых показателей. Некоторые из них представлены на рисунке 4.

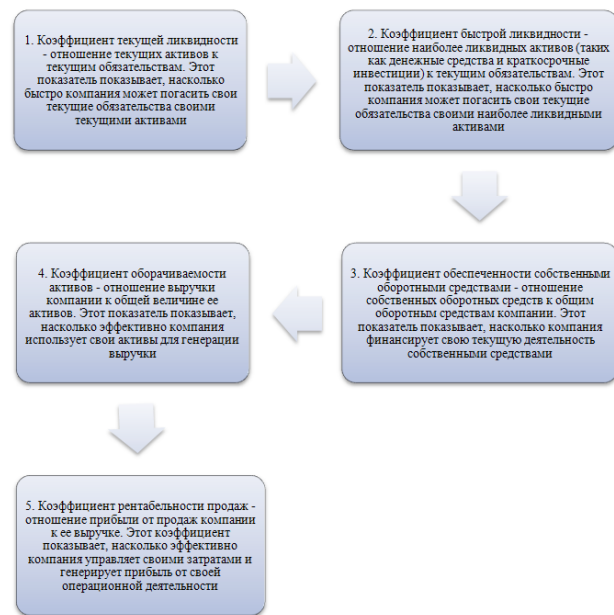


Рисунок 4 – Финансовые коэффициенты, используемые для оценки финансового состояния убыточных компаний

Выбор конкретных показателей зависит от отрасли, в которой работает компания, и ее особенностей. Однако использование относительных показателей при анализе финансовой устойчивости компании поможет получить более точную картину о ее текущем финансовом состоянии и позиции на рынке.

Если наблюдаются изменения данных финансовых показателей в динамике, то имеет смысл предположить об эффективности проводимых мероприятий по финансовому оздоровлению компаний.

Использование относительных показателей при оценке финансовой устойчивости компании является необходимым, чтобы получить более точную картину о текущем

финансовом состоянии компании и ее позиции на рынке.

«Таким образом, финансовая устойчивость характеризует структуру источников финансирования, причем, она базируется на оценке структуры капитала и помогает выявить, благодаря соответствующим абсолютным и относительным показателям, насколько финансовое состояние предприятия устойчиво. Более того, качество оценки финансовой устойчивости компании имеет ключевое значение для самой организации, в частности, для ее руководства и высшего менеджмента, и позволяет определить, насколько эффективно организация выполняет поставленные задачи. Также на основе качественного анализа руководство может видеть полную картину деятельности организации и принимать эффективные управленческие решения, максимизирующие выгоды данной организации в будущем. Однако для безубыточных компаний данная методология не является универсальной, так как не отражает их сложного финансового состояния и не дает ясности для принятия управленческих решений по их финансовому оздоровлению» [1, с. 153].

«Следует учитывать и такое обстоятельство, что отчет, выполненный финансовым аналитиком, по своей сути не просто должен отражать текущее финансовое состояние компании или быть формальностью, а именно этот отчет должен быть источником информации, с детальным анализом причин сложившейся ситуации, подготовленный на основе ретроспективного и факторного анализа. В нем должен присутствовать прогноз развития ситуации и конкретные предложения по ее изменению. Для решения управленческих задач недостаточно рассчитывать только значения финансовых коэффициентов и их отклонения от оптимальных. При этом необходимо выявить причины и способы возможного улучшения финансовой ситуации в организации» [1, с. 154].

ВЫВОДЫ

Анализ показателей финансовой устойчивости поможет понять, какие проблемы есть в убыточной компании и какие шаги могут быть предприняты для улучшения ее финансового состояния. Однако следует помнить, что каждая компания имеет свои особенности и для анализа необходимо учитывать конкретный бизнес-контекст и индустрию, в которой работает компания.

В большинстве случаев в практике деятельности компаний оценка финансовой устойчивости заключается в расчетах структурных соотношений, темпов изменения показателей, значений финансовых коэффициентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иззука Т.Б. Анализ факторов укрепления финансовой устойчивости организаций // Сборник статей по итогам VII международной межвузовской научно-практической конференции, посвященной памяти профессора М.И. Баканова и профессора В.И. Петровой. Том 1. Москва, 2021. С.151-155.
2. Шнайдер, О.В., Иззука, Т.Б. Финансовые и нефинансовые показатели отчетности экономических субъектов: важность, задачи и решение. *Russian Journal of Management*. 2019;7(2). - С.46–50.
3. Пашигорев М.О. Интеграция аспектов устойчивого развития в процесс обоснования инвестиционных решений // Экономика и управление: проблемы, решения. Т.4, №4(112), 2021. С.19-26.
4. ESG-факторы в инвестировании. Декабрь 2018. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://media.rsp.ru/document/1/6/c/6cebe53820e94fcd01f3d74e98923bff.pdf>
5. ПАО «НК «Роснефть». Отчет в области устойчивого развития 2020, 2021. –1-235 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR2019_RUS.pdf
6. Иззука Т.Б., Пчельников М.М. Факторы финансовой устойчивости организации. - Перспективные научные исследования и разработки в кооперативном секторе экономики. Материалы Международной научно-практической конференции в рамках ежегодных Чаяновских чтений (19 ноября 2015 г.). Часть 1. – Ярославль-Москва: Канцлер, 2015. –с. 664-667.
7. Иззука Т.Б. Актуальные проблемы анализа финансовой отчетности // В сборнике: Наука, образование, кооперация: проблемы и перспективы развития Материалы Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и сотрудников кооперативных вузов по итогам научно-исследовательской работы в 2016 году. (9 февраля 2017 года). – Ярославль-Москва: Канцлер, 2017. - С. 383-387.
8. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: практикум /Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и сервис, 2018. – 160 с.

9. Чеглакова С.Г. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело и Сервис, 2019. – 304 с.
10. Инвестиции в устойчивое развитие. Коммерсантъ. «Деньги». Приложение №19 от 27.08.2020. стр.22. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4442383>
11. Официальный сайт Центра раскрытия корпоративной информации // URL: <https://www.e-disclosure.ru/> / [Дата обращения: ноябрь 2022 год]
12. Нефинансовая отчетность и устойчивое развитие. Санкт-Петербург, Россия. 27 августа 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://events.vedomosti.ru/events/spb_nefinansovayaotchetsnost/

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 13.11.2023

Approved date: 27.11.2023

Accepted date: 11.12.2023

УДК 339.5; 311.311

ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАМКАХ ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКИ: ВАЖНЫЕ АСПЕКТЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

© Автор(ы) 2023

ШНАЙДЕР Виктор Викторович, кандидат экономических наук, доцент департамента бизнес-аналитики,
Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа
Финансовый университет при Правительстве РФ
125993, Россия, Москва, VVShnajder@fa.ru

SPIN: 8095-2917

AuthorID: 698522

ORCID: 0000-0001-8372-4706

ScopusID: 57895984600

ИЗЗУКА Диана Артуровна, студент департамента бизнес-аналитики, Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, daizzuka@fa.ru

ORCID: 0000-0002-1492-0663

Аннотация. Малый и средний бизнес в экономике любой страны мира занимает одно из ведущих мест. Развитие малого и среднего бизнеса является ключевым фактором формирования эффективной и диверсифицированной экономики. Важность развития малого и среднего бизнеса в рамках мирового пространства обусловлено ростом производства и увеличением занятости населения, что влечет за собой повышение уровня жизни людей и сокращение безработицы. Со стороны Правительства нашей страны уделяется внимание поддержке и развитию малого и среднего бизнеса, как одного из драйверов «зеленой экономики». Современные малые и средние предприятия ориентированы на совершенствование финансово-хозяйственной деятельности с позиции ответственности, т.к. их приоритетными задачами выступают не только финансовые показатели в виде прибыли, но и создание новых рабочих мест, снижение уровня безработицы и укрепление социально-экологической стабильности. Однако существует ряд проблем, с которыми сталкивается малый и средний бизнес. Одной из важных проблем считается узкоспециализированный характер финансово-хозяйственной деятельности. В этой связи появляется следующая проблема в части экономической неустойчивости и адаптивности к изменениям внешней среды. Следующей проблемой можно считать отсутствие достаточного уровня финансирования для обеспечения социально-экологической ответственности малого и среднего бизнеса. У субъектов малого и среднего бизнеса недостаточно средств для осуществления концепции «зеленой экономики», основной которой является увеличение благосостояния людей и социальное равенство, сокращение экологических рисков и экологических дефицитов. В условиях глобальной конкуренции и перехода к инновационному развитию мировой экономики возрастает необходимость активизации развития малого и среднего бизнеса, ориентированного на зеленый курс функционирования. Эффективность их работы как в краткосрочном, среднесрочном, так и долгосрочном функционировании потребует целенаправленного подхода к формированию рациональных направлений по реализации концепции зеленой экономики.

Ключевые слова: зеленая экономика, концепция, ключевой фактор, малый и средний бизнес, мировое пространство, финансово-хозяйственная деятельность.

FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITIES OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES WITHIN THE GREEN ECONOMY: IMPORTANT ASPECTS, PROBLEMS AND WAYS FOR THEIR SOLUTIONS

© The Author(s) 2023

SCHNEIDER Viktor Viktorovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of
Business Analytics, Faculty of Taxes, Audit and Business Analysis
Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, VVShnajder@fa.ru

IZZUKA Diana Arturovna, student of the Department of Business Analytics, Faculty of Taxes,
Audit and Business Analysis
Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, daizzuka@fa.ru

Abstract. Annotation. Small and medium-sized businesses occupy one of the leading positions in the economy of any country in the world. The development of small and medium-sized businesses is a key factor in creating an efficient and diversified economy. The importance of the development of small and medium-sized businesses within the global space is due to the growth of production and increased employment, which entails an increase in people's living standards and a reduction in unemployment. The Government of our country pays attention to the support and development of small and medium-sized businesses, as one of the drivers of the "green economy". Modern small and medium-sized enterprises are focused on improving financial and economic activities from a position of responsibility, because their priority tasks are not only financial indicators in the form of profits, but also the creation of new jobs, reducing unemployment and strengthening social and environmental stability. However, there are a number of problems that small and medium-sized businesses face. One of the important problems is the highly specialized nature of financial and economic activities. In this regard, the next problem arises in terms of economic instability and adaptability to changes in the external environment. The next problem can be considered the lack of a sufficient level of funding to ensure the social and environmental responsibility of small and medium-sized businesses. Small and medium-sized businesses do not have enough funds to implement the concept of a "green economy", the main one of which is to increase people's well-being and social equality, reduce environmental risks and environmental deficits. In the context of global competition and the transition to innovative development of the world economy, the need to intensify the development of small and medium-sized businesses, focused on a green course of operation, is increasing. The effectiveness of their work both in the short, medium and long term will require a targeted approach to the formation of rational directions for the implementation of the green economy concept.

Keywords: green economy, concept, key factor, small and medium-sized businesses, global space, financial and economic activities.

ВВЕДЕНИЕ

Экономическое развитие общества сопряжено с воз-

никновением экономических и социальных проблем. Наиболее важные проблемы обусловлены экономиче-

ским неравенством населения, возникающими кризисами, растущей бедностью, экономической отсталостью стран «третьего мира», исчезновением лесов, загрязнением мирового океана, глобальным потеплением и т. д. Острым и злободневным вопросом экономики настоящего времени является дефицит природоресурсов в динамике растущих потребностей населения, что зачастую достигается за счет серьезного урона другим сферам общественной жизни.

Финансово-хозяйственная деятельность малого и среднего бизнеса в рамках зеленой экономики раскрывается через нефинансовые и финансовые показатели, характеризующие деятельность экономических субъектов со всех сторон, что позволяет выявить основные тенденции и важные проблемы развития зеленой экономики. Как известно глобальность вопросов реализации зеленой экономики в первую очередь вскрывает проблемы негативного воздействия человека и его процессов жизнедеятельности на окружающую среду.

Ведущие специалисты практики и теории изучают процессы глобальных проблем, а именно: климатических изменений, дефицит природных ресурсов, обострение экологической ситуации и обуславливают необходимость разработки эффективных и своевременных решений. Одним из направлений решения глобальных проблем, по их мнению, является реализация концепции зеленой экономики, как фактора достижения устойчивого развития.

МЕТОДОЛОГИЯ

Теоретические концепции по изучению экономических процессов и окружающей среды еще в XX веке определили три основных направления, в рамках которых разрабатываются решения экологических вопросов и проблем. Основой для каждого направления выступила неразрывность между экономической системой и экосистемы, т. к. экономика находится в подчинении природы. На наш взгляд, данное утверждение достаточно весомо и убедительно.

Вопросы заботы об окружающей среде и социально-экологической ответственности поднимаются ведущими российскими специалистами, а именно: В. И. Бариленко [1], О. В. Ефимова, О. В. Рожнова [2], Е. В. Никифоровой [3], А. М. Петрова [4], Т. Б. Иззук [5] и др.

Важность вопросов развития малого и среднего бизнеса отражено в научных трудах: А. М. Петрова [6], Е. Б. Герасимовой [7], Е. И. Гнатышиной [8; 9]

В исследовании использовались методы сравнительного анализа, монографический метод, метод абстрактного мышления.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Опираясь на исследования ведущих специалистов области малого среднего бизнеса необходимо отметить, что данный бизнес способствует созданию новых рабочих мест, что положительно отражается на повышении уровня жизни населения, уменьшает монополизацию рынка и снижает зависимость экономики региона, страны от деятельности крупных предприятий. На рисунках 1 и 2 представлена трех годовая динамика основных показателей деятельности малых и средних предприятий в РФ.

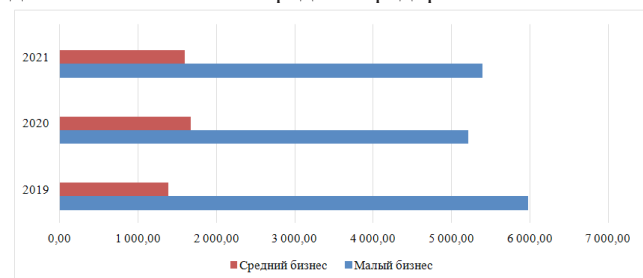


Рисунок 1 – Средняя численность работников, тыс. чел. малых и средних предприятий в РФ за 2019 – 2021 гг.* (составлено авторами на материалах [10])

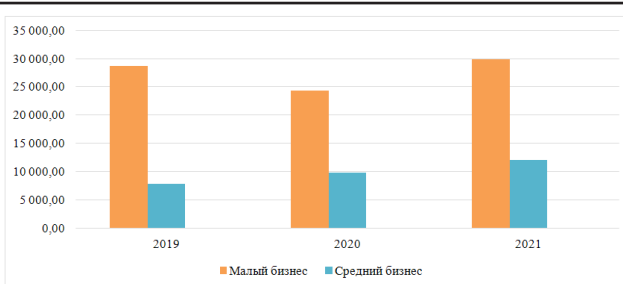


Рисунок 2 – Оборот предприятий, млрд руб. малых и средних предприятий в РФ за 2019 – 2021 гг.* (составлено авторами на материалах [10])

Представленные на рисунках 1 и 2 показатели за три периода характеризуют неравномерную динамику среднегодовой численности работников в малом и среднем бизнесе. Так, наибольшее число занятых в малом бизнесе представлено в 2019 г., а средний бизнес наибольшее значение среднесписочной численности показал в 2020 г. Оборот в малом и среднем бизнесе показал динамику на увеличение, несмотря на влияние в рассматриваемых периодах пандемии COVID-19. В большей степени положительное влияние оказала государственная поддержка в данных условиях, т. к. государством было выделено в поддержку малого и среднего бизнеса существенные объемы финансовых средств.

По мнению Е. Б. Герасимовой и А. М. Петрова, «самыми крупными среди МСП по численности являются экономические субъекты занятые в сфере торговли и обрабатывающих производств, занимающие первое место по среднегодовой численности работников на одно предприятие. Второе и третье место по численности работников МСП принадлежит гостиничному и ресторанному бизнесу. Наименее предпочтительными для МСП являются добыча полезных ископаемых, обеспечение электроэнергией, газом, паром» [11].

Несмотря на разносторонность представленных бизнес интересов необходимо отметить, что перечисленные сферы финансово-хозяйственной деятельности для малого и среднего бизнеса являются не только источником получения прибыли, но и платформой по обеспечению концепции зеленой политики. При этом не стоит игнорировать проблемы, связанные с реализацией зеленой политики (рисунок 2).

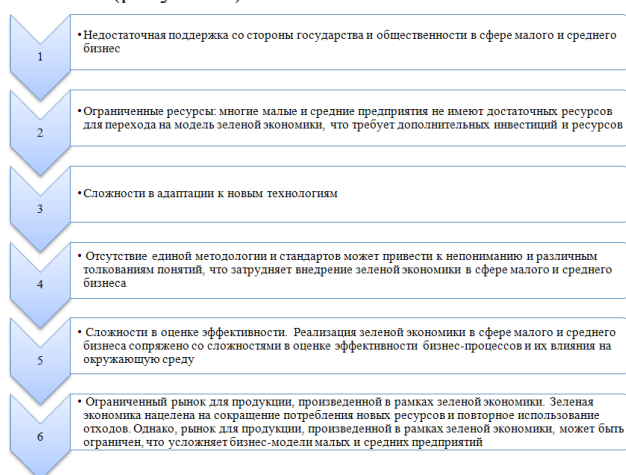


Рисунок 3 – Проблемы сопровождающие реализацию зеленой политики субъектов малого и среднего бизнеса

Как мы уже отмечали ранее, при реализации концепции зеленой политики малый и средний бизнес сталкивается с основными проблемами, а именно:

- узкоспециализированный характер финансово-хозяйственной деятельности;
- экономическая неустойчивость и адаптивность к

изменениям внешней среды;

- отсутствие достаточного уровня финансирования для обеспечения социально-экологической ответственности малого и среднего бизнеса.

Несмотря на ряд проблем, для повышения экономических показателей, а также основных показателей зеленой экономики необходима разработка стратегии достижения сбалансированности между экономическими и социально-экологическими показателями финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов. Также общей тенденцией достижения положительных показателей в реализации зеленой экономики являются:

- внедрение инновационных технологий, направленных на снижение уровня выбросов;
- повышение энергоэффективности и использование возобновляемых источников энергии;
- рациональное использование ресурсов с учетом их полного потребления минимизирующего объемы отходов. Расширить возможности по эффективной реализации зеленой политики в части малого и среднего бизнеса можно за счет направлений, представленных на рисунке 3.

Направления решения проблем, связанных с реализацией зеленой политики в сфере малого и среднего бизнеса	☐ Повышение осведомленности и образованности предпринимателей в части основ устойчивого бизнеса, управления рисками и принятия эффективных бизнес-решения в контексте зеленой политики компании
	☐ Содействие финансированию: государственные органы, банки и другие финансовые учреждения могут предоставлять финансовую поддержку для проектов реализации концепции зеленой политики
	☐ Проведение исследований и разработок: научные исследования и инновации помогают создавать новые возможности для бизнеса и улучшать существующие технологии для более устойчивого развития
	☐ Взаимодействие с другими предпринимателями и сообществами: предприниматели могут объединяться в сети, ассоциации и другие организации для совместной работы над решением общих проблем и развитием более устойчивых бизнес-моделей
	☐ Установление нормативных и законодательных механизмов: государственные органы могут разработать соответствующие нормы и законы для поддержки и развития устойчивого бизнеса
	☐ Внедрение технологических решений: использование новых технологий и улучшение существующих помогает повысить эффективность и устойчивость бизнеса
	☐ Содействие доступу к информации: государственные органы и другие организации могут создавать информационные ресурсы и базы данных, предоставляющие предпринимателям доступ к необходимой информации о реализации зеленой политики и направлениях устойчивого бизнеса

Рисунок 4 – Направления решения проблем, связанных с реализацией зеленой политики в сфере малого и среднего бизнеса

ВЫВОДЫ

Достижение обусловленных результатов положительно отразится на репутации субъектов малого и среднего бизнеса. В свою очередь, реализация концепции зеленой экономики является актуальной темой как на уровне государств, так и на уровне отдельных компаний, и позволяет достичь баланса между экономическим ростом, социальной справедливостью и экологической ответственностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Экономический, социальный и экологический анализ деятельности экономических субъектов // Алибекова Б.А., Бариленко В.И., Басова М.М., Бейсенова Л.З., Бурцева К.Ю., Ефимова О.В., Керимова Ч.В., Никифорова Е.В., Ушанов И.Г., Шнайдер О.В. Учебник / Москва, 2021.
2. Ефимова О.В., Рожнова О.В. Анализ информационной составляющей социальной ответственности бизнеса: результаты эмпирического исследования // Экономический анализ: теория и практика. 2021. Т. 20. № 11 (518). С. 2089-2112.
3. Никифорова Е.В. Отражение в отчетности экономического субъекта об устойчивом развитии аспектов деятельности / Е.В. Никифорова // Вестник СамГУПС. 2017. № 1(35).
4. Петров А.М. Экологические проблемы устойчивого развития моногородов // Экономические науки. 2023. № 219. С. 113-115.
5. Шнайдер, О.В., Иззука, Т.Б. Финансовые и нефинансовые показатели отчетности экономических субъектов: важность, задачи и решение. *Russian Journal of Management*. 2019;7(2). - С.46-50.
6. Петров А.М. Роль государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в целях их ускоренного развития в моногородах // Экономические науки. 2023. № 218. С. 164-166.
7. Герасимова Е.Б., Петров А.М., Путихин Ю.Е., Попова С.С. Анализ зарубежного опыта поддержки малого и среднего бизнеса // Экономические науки. 2023. № 223. С. 123-130.
8. Гнатышина Е.И. Механизм и инструменты государственной поддержки предпринимательства в РФ // Мировая наука. 2022. № 11 (68). С. 36-40.
9. Гнатышина Е.И. Сопряженность динамики

предпринимательской активности и экономической безопасности в РФ // Социальные и экономические системы. 2023. № 1-2 (40). С. 199-215.

10. Малое и среднее предпринимательство в России. 2022: Стат. сб. / М 19 Росстат. - М., 2022. - 101 с. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/mal_pred_2022.pdf (дата обращения 24.11.2023).

11. Герасимова Е.Б., Петров А.М. Анализ динамики сектора малого и среднего предпринимательства в России в различных отраслях экономики // Экономические науки Герасимова Е.Б., Петров А.М. Анализ динамики сектора малого и среднего предпринимательства в России в различных отраслях экономики // Экономические науки • 2023 • №8 (225), с. 24-27 2023. №8 (225), с. 24-27.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 13.11.2023

Approved date: 27.11.2023

Accepted date: 11.12.2023

УДК 339.5; 311.311

ВАЖНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ЗЕЛеной ЭКОНОМИКИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

© Автор(ы) 2023

ШНАЙДЕР Виктор Викторович, кандидат экономических наук, доцент департамента бизнес-аналитики,
Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, VVShnajder@fa.ru

SPIN: 8095-2917

AuthorID: 698522

ORCID: 0000-0001-8372-4706

ScopusID: 57895984600

ШТЫРИКОВА Алина Дмитриевна, студентка департамента бизнес-аналитики, Факультета налогов,
аудита и бизнес-анализа

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, adshtyrikova@fa.ru

ORCID: 0000-0002-3000-4278

Аннотация. В статье рассматриваются перспективы развития бизнеса в контексте зеленой экономики. Важность этих перспектив обусловлена стремлением предприятий к устойчивому развитию не только с учетом финансовых показателей, но и с учетом социально-экологических аспектов. Высокая степень неопределенности в экономических отношениях подчеркивает важность проблем и рисков, которые могут негативно сказаться на бизнес-процессах. Решение этих проблем для конкретного предприятия зависит от его потенциала, включая финансовые и ресурсные возможности, а также от стремления к повышению социально-экологической ответственности. Исследование важных аспектов зеленой экономики в контексте концепции устойчивого развития представляет собой актуальный и многогранный анализ, направленный на выявление основных принципов, предпосылок и перспектив этого подхода. Тем не менее, крупные компании обладают значительно более высокими финансовыми ресурсами, что позволяет им внедрять новые технологии с гораздо большей легкостью. Это дает им возможность использовать инновационные технологии, которые обладают высокой экономической эффективностью как в производственных процессах, так и в воздействии на окружающую среду. Возможность привлекать инвестиции и направлять их на продвижение принципов зеленой экономики открывает перед такими экономическими субъектами широкие возможности для укрепления связей с другими участниками рынка. Благодаря этим ресурсам компании могут оперативно реагировать на социально-экологические проблемы в пределах своего влияния и воздействия. Высокий уровень осознанности экономического субъекта в социально-экологическом плане формирует положительные аспекты его функционирования в зеленой экономике. Это обеспечивает ему стабильность развития как в текущем, так и в будущем периодах финансово-хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: бизнес-модель, зеленая экономика, социально-экологические аспекты, устойчивое развитие, финансово-экономические показатели.

IMPORTANT ELEMENTS OF A GREEN ECONOMY FROM THE POINT OF VIEW OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT BUSINESS MODEL

© The Author(s) 2023

SCHNEIDER Viktor Viktorovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of
Business Analytics, Faculty of Taxes, Audit and Business Analysis

Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, VVShnajder@fa.ru

SHTYRIKOVA Alina Dmitrievna, student of the Department of Business Analytics, Faculty of Taxes, Audit and
Business Analysis

Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, adshtyrikova@fa.ru

Abstract. The article examines the prospects for business development in the context of a green economy. The importance of these prospects is due to the desire of enterprises for sustainable development, not only taking into account financial indicators, but also taking into account social and environmental aspects. A high degree of uncertainty in economic relations highlights the importance of problems and risks that can negatively affect business processes. The solution to these problems for a particular enterprise depends on its potential, including financial and resource capabilities, as well as on the desire to increase social and environmental responsibility. The study of important aspects of the green economy in the context of the concept of sustainable development represents a relevant and multifaceted analysis aimed at identifying the basic principles, prerequisites and prospects of this approach. However, large companies have significantly greater financial resources, which allows them to implement new technologies with much greater ease. This gives them the opportunity to use innovative technologies that are highly cost-effective in both production processes and environmental impact. The ability to attract investment and direct it to promote the principles of a green economy opens up wide opportunities for such economic entities to strengthen ties with other market participants. Thanks to these resources, companies can quickly respond to social and environmental issues within their influence and impact. A high level of awareness of an economic entity in socio-ecological terms forms the positive aspects of its functioning in a green economy. This provides it with stability of development both in the current and in future periods of financial and economic activity.

Keywords: business model, green economy, social and environmental aspects, sustainable development, financial and economic indicators.

ВВЕДЕНИЕ

Экономическое развитие общества сопряжено с возникновением экономических и социальных проблем. В условиях растущего осознания необходимости бережного отношения к природным ресурсам и сокращения отрицательного воздействия человеческой деятельности на окружающую среду, зеленая экономика стано-

вится ключевым фокусом обсуждения в сфере устойчивого развития. В концепции устойчивого развития эта стратегия ориентирована на создание равновесия между экономическими потребностями современного общества и сохранением экологической целостности планеты.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологической основой исследования явились: абстрактное мышление, критический метод, метод анализа и системный подход. Использование данных методов позволило раскрыть и обобщить актуальные аспекты в части устойчивого развития и контексте зеленой экономики.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Вопросы, связанные с устойчивым развитием и аспектами зеленой экономикой, представляют собой актуальную и достаточно дискуссионную тему для обсуждения, что представлено в научных трудах: В. И. Бариленко [1], С. В. Банка [2], О. В. Ефимовой [3], Н. А. Ефремова [4], М. П. Ефремовой и Л. А. Сакмаровой [5], Иляковой [6], Е. В. Никифоровой [7], А. М. Петрова [8], Т. Е. Степановой [9], Р. К. Полякова [10] и др.

В настоящее время привлекательность эко-бизнеса обсуждается мировым сообществом. При наличии государственной поддержки эко-бизнес предоставляет возможность разработки и производства инновационных, экологически ориентированных товаров.

Эко-бизнес является основным поставщиком экологически устойчивой продукции, соответствуя требованиям социально-экологической осознанности. Ведущие страны активно внедряют природоохранные технологии и занимают лидирующие позиции в мировом экспорте экологически чистой продукции. Для России, активное участие в производстве экологически чистых товаров является актуальным, подчеркивая необходимость ускоренной реализации концепции зеленой экономики, что является ключевым фактором для обеспечения долгосрочного устойчивого развития. [11]. Исходя из вышеупомянутого, мы можем сделать вывод о важности поэтапного формирования процесса социально-экологического развития в контексте зеленой экономики как для предприятий, так и для общества в целом.

Рисунок 1 отражает основные сферы государственной поддержки российского бизнеса в части формирования зеленой экономики.

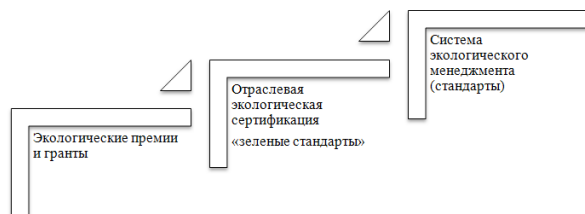


Рисунок 1 – Основные сферы государственной поддержки российского бизнеса в части формирования зеленой экономики

Ускорение реализации стратегии зеленой экономики становится возможным при выполнении следующих условий:

Внедрение циркулярных моделей, где имеющиеся ресурсы используются в производственных процессах на максимальном уровне, минимизируя объемы отходов, подлежащих утилизации.

Заботливое обращение с природными ресурсами, необходимыми для производственных процессов, особенно в контексте энергоэффективности, рационального потребления и очистки водных ресурсов.

Использование и восстановление биоресурсов.

Предприятия, входящие в новое направление и осуществляющие зеленую политику, должны нацеливаться на формирование стойких бизнес-моделей, основанных на социально-экологической осознанности. В этих моделях следует интегрировать основные элементы устойчивого развития (рисунок 2).

Переход к зеленой экономике представляет собой сложный и долгосрочный процесс. Тем не менее, полученный в результате экономико-экологический эффект будет способствовать увеличению прибыли экономического субъекта и повышению социально-экологической

осознанности как самого субъекта, так и общества в целом. Высокое значение данному эффекту придает снижение отрицательного экологического воздействия, увеличение экономической выгоды, минимизация рисков и наконец – это новые рабочие места, что в конечном итоге повлечет за собой увеличение конкурентных преимуществ бизнес-модели. Но самым главным достижением зеленого курса будет повышение лояльности сотрудников, активно участвующих в улучшении окружающей среды.



Рисунок 3 – Направления функционирования бизнес-модели, отвечающей требованиям устойчивого развития

В заключении отметим, что рассмотренные аспекты зеленой экономики и ее внедрение в деятельность экономических субъектов подчеркивают как сложность, так и важность этого процесса. Переход к зеленой экономике, несмотря на свою трудоемкость и долгосрочность, обеспечивает значительные выгоды как в экономике, так и в социально-экологической значимости. Экономико-экологический эффект будет достигнут в результате перехода к зеленой экономике через увеличение прибыли, повышение социально-экологической осознанности, уменьшение негативного воздействия на окружающую среду, минимизацию рисков, создание новых рабочих мест, конкурентные преимущества, что в целом благоприятно отразится на государственной экономике. Важным компонентом в реализации зеленой экономики и концепции устойчивого развития является человек, что способствует формированию более ответственного и осознанного общества в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Экономический, социальный и экологический анализ деятельности экономических субъектов // Алибекова Б.А., Бариленко В.И., Басова М.М., Бейсенова Л.З., Буриева К.Ю., Ефимова О.В., Керимова Ч.В., Никифорова Е.В., Ушанов И.Г., Шнайдер О.В. Учебник / Москва, 2021.
2. Bank S.V., Shnaider V.V., Izzuka T.B., Maier N.S., Mikhailenko N.O. Actual problems of circular economy // В сборнике: Ecosystems Without Borders 2023. Opportunities and Challenges (LNNs, volume 705). Switzerland, 2023. С. 9-15.
3. Ефимова О.В., Рожнова О.В. Анализ информационной составляющей социальной ответственности бизнеса: результаты эмпирического исследования // Экономический анализ: теория и практика. 2021. Т. 20. № 11 (518). С. 2089-2112.
4. Ефремов Н.А., Ефремова М.П. Мировой опыт применения «зеленых» технологий // Oeconomia et Jus. 2021. №1.
5. Ефремова М.П., Сакмарова Л.А. Экологическое предпринимательство за рубежом // Актуальные вопросы экономики: сб. науч. тр. Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та. 2020. С. 71-74.
6. Илякова И.Е. Внедрение наилучших доступных технологий как фактор становления «зеленой» экономики: институциональный аспект // Национальная безопасность / nota bene. – 2021. – № 5. – С. 30 - 40.
7. Никифорова Е.В. Отражение в отчетности экономического субъекта об устойчивом развитии аспектов деятельности / Е.В. Никифорова // Вестник СамГУПС. 2017. № 1(35).
8. Петров А.М. Экологические проблемы устойчивого развития моногородов // Экономические науки. 2023. № 219. С. 113-115.
9. Stepanova T., Schneider O. The influence of social indicators of

economic actors on the construction of an effective ecosystem // Ecosystems Without Borders: Opportunities and Challenges. Conference proceedings. Springer Nature Switzerland AG, 2022. C. 9-18.

10. Polyakov R.K., Nikiforova E.V. ANALYTICAL REVIEW OF THE FORMATION OF KEY PERFORMANCE INDICATORS OF DEVELOPMENT INSTITUTIONS // В сборнике: *Ecosystems Without Borders 2023. Opportunities and Challenges (LNNS, volume 705)*. Switzerland, 2023. C. 125-132.

11. Ляпунцова Е.В. Особенности построения новой промышленной политики Российской Федерации / Е.В. Ляпунцова // *Финансовая экономика*. 2018. № 7. С. 323 – 326.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 13.11.2023

Approved date: 27.11.2023

Accepted date: 11.12.2023

УДК 339.5; 311.311

ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ЭКСПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

© Автор(ы) 2023

ШОТОВА Карина Маратовна, студент кафедры финансы и учет, Факультет экономики и права
НАО Торайгыров Университет
140008, Россия, Павлодар, pgu@tou.edu.kz

ORCID: 0009-0006-8311-5365

НИКИФОРОВА Елена Владимировна, профессор департамента бизнес-аналитики, профессор, доктор
экономических наук

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
125993, Россия, Москва, nicki.lena@yandex.ru

AuthorID: 675345

SPIN: 7909-9560

ORCID: 0000-0001-5985-0243

ScopusID: 57205549015

Аннотация. При осуществлении импортных и экспортных операций товаров часто возникают сложности в бухгалтерском и налоговом учете. Эти сложности обусловлены отличающимися подходами к нормативно-правовому регулированию таких операций в различных странах и регионах. Одной из основных проблем является отражение денежных операций при импорте и экспорте товаров. В некоторых странах импортные и экспортные операции могут подвергаться различным налогам, поэтому правильное отражение этих операций в учете имеет важное значение. Однако нормативно-правовые акты, регулирующие бухгалтерский и налоговый учет, могут быть недостаточно ясными и конкретными, что приводит к затруднениям в работе бухгалтеров. Для устранения этих проблем необходимо обеспечить единообразие подходов в нормативно-правовом регулировании импортных и экспортных операций в бухгалтерском и налоговом учете. Это поможет упростить работу бухгалтеров и избежать ошибок в учетных документах. Также важно обеспечить более четкую и детальную инструкцию по отражению операций по экспорту товаров и денежных операций в учетных документах, чтобы бухгалтеры могли более точно и правильно отражать эти операции в учете. Кроме того, необходимо учитывать изменения в законодательстве и правилах налогообложения, чтобы обеспечить актуальность и точность учета импортных и экспортных операций. Все это позволит бухгалтерам более эффективно осуществлять учет и контроль за импортными и экспортными операциями, а также уменьшит вероятность ошибок и несоответствий в учетной документации. Для облегчения бухгалтерского учета импортных и экспортных операций также может быть полезным использование специализированных программных решений, которые автоматизируют процесс формирования учетных документов и позволяют упростить процедуру отчетности. Это помогает снизить риск ошибок и ускорить процесс учета, освобождая время бухгалтеров для более важных задач. При осуществлении импортных и экспортных операций важно соблюдать все требования и правила налогообложения в соответствующих странах. Это поможет избежать штрафов и необходимости переплаты налогов. Поэтому для более эффективного учета импортных и экспортных операций необходимо внимательно изучать все правила и требования в данной области, а также использовать все доступные инструменты для автоматизации учета и контроля. Наконец, важно обеспечивать своевременную отчетность об импортных и экспортных операциях, что позволяет учитывать все изменения в процессе ведения бизнеса и оперативно реагировать на возможные проблемы. Это позволяет обеспечить более эффективный контроль за импортными и экспортными операциями, а также повысить качество учета и отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, экспорт товаров, внешнеторговые операции, курс валюты, процесс.

SELECTED ISSUES OF ACCOUNTING FOR EXPORT OPERATIONS

© The Author(s) 2023

SHOTOVA Karina Maratovna, student of the Department of Finance and Accounting, Faculty of Economics and Law
NAO Toraigyrov University
140008, Russia, Pavlodar, pgu@tou.edu.kz

NIKIFOROVA Elena Vladimirovna, Professor of the Department of Business Analytics, Professor, Doctor of
Economics

Financial University under the Government of the Russian Federation
125993, Russia, Moscow, nicki.lena@yandex.ru

Abstract. When carrying out import and export operations of goods, difficulties often arise in accounting and tax accounting. These difficulties are due to different approaches to the legal regulation of such transactions in different countries and regions. One of the main problems is the reflection of monetary transactions in the import and export of goods. In some countries, import and export transactions may be subject to different taxes, so the correct recording of these transactions is important. However, the legal acts governing accounting and tax accounting may not be clear and specific enough, which leads to difficulties in the work of accountants. To eliminate these problems, it is necessary to ensure the uniformity of approaches in the legal regulation of import and export operations in accounting and tax accounting. This will help simplify the work of accountants and avoid errors in accounting documents. It is also important to provide clearer and more detailed guidance on recording merchandise exports and monetary transactions in accounting records so that accountants can more accurately and correctly record these transactions. In addition, it is necessary to take into account changes in legislation and taxation rules in order to ensure the relevance and accuracy of accounting for import and export transactions. All this will allow accountants to more effectively record and control import and export operations, as well as reduce the likelihood of errors and inconsistencies in accounting records. To facilitate the accounting of import and export transactions, it may also be useful to use specialized software solutions that automate the process of generating accounting documents and simplify the reporting procedure. This helps reduce the risk of errors and speed up the accounting process, freeing accountants' time for more important tasks. When carrying out import and export operations, it is important to comply with all tax requirements and rules in the respective countries. This will help avoid fines and the need to overpay taxes. Therefore, in order to more effectively record import and export transactions, it is necessary to carefully study all the rules and requirements in this area, as well as use all available tools to automate accounting and control. Finally, it is important to provide timely reporting on import and export transactions, which allows you to take into account all changes in the business process and quickly respond to possible problems. This allows for more effective control over import and export operations, as well as improving the quality of accounting and reporting.

Keywords: accounting, export of goods, foreign trade operations, exchange rate, process.

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что основные понятия учета операций по реализации товаров, предназначенных для экспорта, играют важную роль для правильности и своевременности отражения операций бухгалтерского учета и финансового состояния предприятия в целом.

Алгоритм учета экспортных операций экономического субъекта включает в себя несколько основных этапов, включая:

- заключение договора поставки между экспортером и импортером;
- поставку товара импортеру;
- оплату экспортеру за поставленный товар.

Каждый этап имеет свои особенности и требует точного и своевременного отражения в учетной документации.

Перечислим законодательство, регулирующее экспортные операции в Республике Казахстан:

Налоговый Кодекс Республики Казахстан (статья 446, пункт 1), который регулирует раздельный учет операций в соответствии с различными ставками налога на добавленную стоимость (НДС).

Закон о бухгалтерском учете и финансовой отчетности Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года N 234, который регулирует учет доходов и расходов в соответствии с видами деятельности, видами продукции (работ, услуг), элементами затрат. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 31 марта 2015 года № 241 утверждает «Правила ведения бухгалтерского учета».

Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 30 марта 2019 года № 42 «Об утверждении Правил осуществления экспортно-импортного валютного контроля в Республике Казахстан», которое регулирует учет отдельных расходов субъектов хозяйствования в иностранной валюте, подлежащих вычету в части определения обязательной экспортной выручки для последующей продажи.

Учет экспортно-импортных операций для экономического субъекта подобен учету сделок по купле-продаже товаров и материальных ценностей (ТМЦ). Однако при импорте товаров необходимо учитывать импортные пошлины, а также расходы на доставку, включая экспедирование и страхование, включаемых в стоимость приобретенных товаров. В свою очередь, при экспортных операциях экспортные пошлины и другие расходы, связанные с экспортом товаров, относятся на расходы от продажи. Важно отметить, что все расходы и пошлины должны быть правильно учтены, чтобы получить точные данные о прибыли и затратах [1].

Однако в соответствии с налоговым законодательством Республики Казахстан (статья 242 Налогового кодекса) оборот в части продажи экспортных товаров облагается нулевой ставкой. Это означает, что при экспорте товаров налог на добавленную стоимость не взимается.

Таким образом, экспорт товаров признается вывозом товаров экономического транзита с таможенной территорией Таможенного союза в соответствии с особым таможенным законодательством Таможенного союза и/или таможенным законодательством Республики Казахстан [2].

Согласно статье 243 Налогового кодекса Республики Казахстан, документы, подтверждающие экспорт товаров субъекта хозяйствования, включают в себя [3]:

- договор (контракт) на поставку экспортируемых товаров;
- копию декларации на товары;
- копию полной декларации на товары;
- копии товаросопроводительных документов.

Важно отметить, что эти документы необходимо представить в налоговый орган для подтверждения факта экспорта товаров и применения нулевой ставки налога на добавленную стоимость. Кроме того, при экспорте товаров необходимо также соблюдать все требования таможенного законодательства, включая правильное

оформление таможенных документов и уплату соответствующих таможенных сборов и налогов.

Для правильного учета бухгалтерских операций по экспорту товаров необходимо использовать определенный перечень первичной учетной документации, который включает в себя следующие документы: счета-фактуры, спецификации, банковские переводы, товарно-транспортные накладные, отгрузочные и упаковочные листы, а также другие документы, подтверждающие информацию о товарах, включая их стоимость. Эти документы должны соответствовать международным договорам, участником которых является Республика Казахстан [4].

При отгрузке товаров на экспорт необходимо оформить накладную на отпуск товаров на сторону, товарно-транспортные накладные (CMR, СМГС или авианакладную) и счет-фактуру. В случае реализации товаров субъектом хозяйствования из Перечня изъятий должны быть оформлены электронные счета-фактуры, заверяемые налоговыми органом. Перечень изъятий включает товары, которые ввозятся на территорию Республики Казахстан из стран, не являющихся членами Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и на которые применяются пониженные ставки пошлин и налогов [5].

Важно отметить, что использование правильных документов и их правильное оформление позволяют субъекту хозяйствования избежать возможных проблем при экспорте товаров, таких как таможенные задержания или уплата неправильных налогов и сборов. Поэтому следует тщательно следить за правильностью оформления документов и их соответствием требованиям законодательства.

При приобретении товаров из Перечня изъятий, с 01.10.2021 года поставщик обязан выписывать для покупателя СНТ.

Перечислим документы, подтверждающие экспорт товаров экономическим субъектом [6]:

Договоры (контракты) на реализацию экспорта товаров, а также договоры (контракты) на лизинг товаров или предоставление займа в виде вещей, а также договоры (контракты) на изготовление товаров.

Заявление о ввозе товаров и косвенных налогов с отметкой налогового органа государства-члена ЕАЭС, на территорию которого были импортированы товары. Заявление должно содержать информацию об уплате косвенных налогов, освобождении или ином способе уплаты (в оригинале на бумажном носителе или в электронной форме).

Копии товаросопроводительных документов, которые подтверждают перемещение товаров с территории одного государства-члена ЕАЭС на территорию другого государства-члена ЕАЭС.

Следует учесть, что при экспорте товаров экономическим субъектом с территории РК на территорию другого государства-члена ЕАЭС, выписка счет-фактуры должна быть осуществлена не позднее 20 календарных дней после даты совершения оборота по реализации [7].

Счет-фактура должна соответствовать требованиям, установленным п. 5 ст. 412 НК РК, а также отражать [3]:

- 1) дату совершения оборота по продаже товара (согласно п. 1 ст. 442 НК РК в целях исчисления НДС при реализации товаров на экспорт датой совершения оборота по реализации товаров является дата отгрузки, определяемая как дата первого по времени составления первичного бухгалтерского документа, подтверждающего отгрузку товаров, оформленного на покупателя товаров (первого перевозчика));
- 2) номер, идентифицирующий лицо в качестве налогоплательщика-покупателя в государстве-члене ЕАЭС.

Согласно п. 5 ст. 412 НК РК в счете-фактуре должны быть указаны:

- 1) порядковый номер счета-фактуры;
- 2) идентификационный номер поставщика и получателя товаров, работ, услуг;

3) – в отношении физических лиц, являющихся получателями товаров, работ, услуг, – фамилия, имя, отчество;
– в отношении ИП, являющихся поставщиками или получателями товаров, работ, услуг, – фамилия, имя, отчество и (или) наименование налогоплательщика;
– в отношении юридических лиц (структурных подразделений юридических лиц), являющихся поставщиками или получателями товаров, работ, услуг, – наименование;

4) дата выписки счета-фактуры;

5) в случаях, предусмотренных ст. 416 НК РК, статус поставщика – комитент или комиссионер;

6) в случае продажи экономическим субъектом подакцизных товаров – дополнительно сумма акциза (раздел 11 НК РК);

7) наименование продаваемых товаров, работ, услуг;

8) размер облагаемого (необлагаемого) оборота;

9) ставка НДС;

10) сумма НДС;

11) стоимость товаров, работ, услуг с учетом НДС;

12) в отношении товаров – код ТН ВЭД;

13) в случае продажи товаров, работ, услуг по договору о государственных закупках – дата и номер договора о государственных закупках.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Особенности бухгалтерского учета при отражении экономического субъектом экспортных операций следующие:

1. Недостовверное отражение экспортных товаров или продукции на дату перехода прав собственности между субъектами хозяйствования.

Выручка от продажи по экспортным операциям как в бухгалтерском, так и в налоговом учете должна быть отражена экономическим субъектом в момент перехода права собственности. Проблема заключается в правильном установлении этого момента. Как свидетельствует практика, экономические субъекты в этой части допускают ошибки [8].

В случае, если производится регулярный экспорт товаров экономическим субъектом (совершается оборот, облагаемый по нулевой ставке), превышение суммы НДС, относимой в зачет, подлежит возврату экономическому субъекту из бюджета на основании указания такого возврата в декларации по НДС в разделе «Требование о возврате превышения НДС» или путем подачи Заявления установленной формы.

Порядок проведения тематической налоговой проверки при возврате НДС описан в статье 635 Налогового кодекса.

Бухгалтерские записи при экспорте будут такие:

Дт 1210 - Кт 6010 на сумму продажи товаров по курсу Национального банка на день совершения операции;

Дт 1030 - Кт 1210 на сумму оплаты за товар по курсу Национального банка на день оплаты.

Курсовая разница может быть, если курсы валют на день отгрузки и день оплаты различны:

Дт 1210 - Кт 6250 на сумму дохода от курсовой разницы или

Дт 7430 - Кт 1210 на сумму расходов по курсовой разнице.

2. Неправильное распределение расходов между экспортером и импортером на тару, упаковку при продаже товаров.

3. Отражение в декларации нулевой налоговой ставки по НДС. «При реализации товаров (работ, услуг) по нулевой ставке НДС моментом определения налоговой базы по указанным товарам (работам, услугам) является последний день месяца, в котором собран полный пакет документов, предусмотренных статьей 440 НК РК» [3; 9].

Например, при экспорте товара в Россию с условием 100 % предоплаты, получение предоплаты в 2021 году в размере 100 000 рублей по официальному рыночному курсу 6,17 тенге за рубль привело к необходимости конвертировать сумму в тенге по курсу 5,84. Позднее, в сентябре 2022 года, товар был куплен и отправлен, ког-

да официальный рыночный курс составлял 7,88 тенге за рубль в момент перехода права собственности на экспортируемый товар в соответствии с договором.

Получена предоплата за товар в 2021 году в сумме 100 000 рублей по официальному рыночному курсу 5,84 тенге за рубль:

Таблица 1 – Операции по экспорту в бухгалтерском учете

Дебет	Кредит	Содержание операции
1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»	3510 «Краткосрочные авансы полученные», немонетарная статья	Получена предоплата за товар 100000 рублей по официальному рыночному курсу 6,17, на сумму 617 000 тенге.
1030	1022 «Конвертация валюты»	Проданы рубли 100000 и куплены тенге по курсу банка 5,84 на сумму 584 000 тенге.
7480 «Прочие расходы»	1022	33000 тенге. Начислена отрицательная суммовая разница 33 000 × (6,17-5,84). Разница между официальным курсом и курсом банка, по которому конвертирована валюта.

Экспорт товара в Российскую Федерацию, по ставке НДС 0 %:

Таблица 2 – Бухгалтерские проводки, отражающие учет экспортных операций

Дебет	Кредит	Содержание операции
1210 «Краткосрочная дебиторская задолженность покупателей и заказчиков»	6010 «Доход от реализации продукции и оказания услуг»	100000 рублей или 617 000 тенге. Реализация при 100 % предоплате осуществляется по курсу предоплаты.
1210	3130	НДС 0 %
3510	1210	Заккрытие счетов 100 000 рублей или 617 000 тенге

При 100 % предоплате курсовые разницы при продаже товара не возникают.

Так же важно отметить, что при транспортировке товаров, предназначенных для реализации по экспорту, верная и надежная информация при отражении бухгалтерских документов играет очень большую роль. Потому как при существенных искажениях заполнения первичных документов при отгрузке товаров, это может привести к серьезным убыткам при неблагоприятных ситуациях. Например, при прохождении границы контрольно-пропускного пункта несоответствие сертификатов на товар, товарно-транспортных накладных или неточная информация, указанная в счет-фактурах о перевозимом грузе, включая количества и наименования, данных автомобиля, сумме товарных изделий или даты заключения сделки, товар могут конфисковать, помимо этого наложить штраф и внести в черный список поставщика в той стране куда отправляется товар по операции по экспорту.

Новые информационные технологии приводят к технологизации и автоматизации различных видов деятельности, включая бухгалтерский учет по экспорту товаров. Например, автоматизированный финансово-бухгалтерская отчетность позволяет быстро и точно учитывать все расходы и доходы, связанные с экспортом товаров. Многоязычный автоматизированный перевод также облегчает коммуникацию с зарубежными партнерами и позволяет быстро получать информацию о таможенных правилах и требованиях. Распознавание образов может использоваться для автоматического распознавания товаров и быстрого их учета в бухгалтерской системе. Таким образом, новые информационные технологии помогают упростить и ускорить процесс бухгалтерского учета по экспорту товаров [10].

ВЫВОДЫ

Резюмируя, следует отметить, что достоверность данных бухгалтерского учета и формирования данных экспортных операций экономического субъекта обуславливается строгим соблюдением законодательных норм порядка ведения бухгалтерского учета его внешне-торговых операций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ Министра финансов Республики Казахстан от 13 января 2009 года № 11 [«О некоторых вопросах ведения депозитария финансовой отчетности»](#).
2. Закон Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года N 234 [«О бухгалтерском учете и финансовой отчетности»](#).
3. Налоговый кодекс РК.
4. Совместный приказ Министра финансов Республики Казахстан от 2 апреля 2021 года № 298 и Министра национальной экономики Республики Казахстан от 21 апреля 2021 года № 45. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 23 апреля 2021 года № 22602 [«Об утверждении проверочных листов в области бухгалтерского учета и финансовой отчетности для организаций публичного интереса, за исключением финансовых организаций, деятельности аккредитованных профессиональных организаций бухгалтеров и аккредитованных организаций по профессиональной сертификации бухгалтеров»](#).
5. МСФО (IAS) 2 «Запасы» и соответствующий раздел НСФО 2.
6. МСФО (IAS) 18 «Выручка» и соответствующий раздел НСФО 2.
7. МСФО (IAS) 21 «Влияние изменений валютных курсов» и соответствующий раздел НСФО 2».
8. Постановление Правления Национального Банка Республики Казахстан от 30 марта 2019 года № 42.
9. Аргынгазинов А.А. Внешняя торговля Казахстана: современные тенденции и особенности экспорта // Внешнеторговая деятельность, № 6, – 2021.
10. Никифорова Е.В. Отражение в отчетности экономического субъекта об устойчивом развитии аспектов деятельности / Е.В. Никифорова // Вестник СамГУПС. 2017. № 1(35).

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов

The authors declare no conflicts of interests.

Received date: 13.11.2023

Approved date: 27.11.2023

Accepted date: 11.12.2023

ТРЕБОВАНИЯ (краткие) К ПУБЛИКАЦИЯМ В ЖУРНАЛЕ:

СТРУКТУРНЫЕ ПАРАМЕТРЫ:

Статьи должны иметь элементы, отвечающие следующим параметрам:

1. Метаданные статьи на русском и английском языках (научная специальность, УДК, DOI, название статьи, знак копирайта (авторского права), научные индикаторы автора, ФИО автора полностью, должность, организация, адрес организации, личная электронная почта, аннотация и ключевые слова) – не проверяются на антиплагиат.

2. Тело статьи:

ВВЕДЕНИЕ

– *Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами* (кратко описывается проблема исследования и значение ее решения)
– *Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение неразрешенных ранее частей общей проблемы.*

(указаны общие тенденции в том, что уже было опубликовано, указано на отдельную проблему или на перспективу развития по данной тематике)

– *Обосновывается актуальность исследования.*

(подтверждена актуальность исследования, указано практическое значение статьи и ее вклад в науку)

МЕТОДОЛОГИЯ

– *Формирование целей статьи.*

(указывается цель статьи)

– *Используемые методы, методики и технологии.*

(а) описание методов, которые вы применяли конкретно для статьи, если теоретическая статья, то выбрать один метод и описать его методологию, теорию, историю, конкретно какие принципы этого метода применяли к данному исследованию, б) описание этапов эксперимента, в) описание участников эксперимента (возраст, пол, вузы и какие площадки были охвачены)

РЕЗУЛЬТАТЫ

– *Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.*

(а) раскрыто новшество статьи, описаны авторские наблюдения и результаты, б) представленные результаты соответствуют заявленным целям и задачам статьи, в) описана идея, концепция, методика, которая нашла применение (конкретика), г) представлены результаты в виде таблиц и рисунков - названия таблиц и рисунков отвечают содержанию таблиц и рисунков)

ОБСУЖДЕНИЕ

– *Сравнение полученных результатов с результатами в других исследованиях.*

(а) сравнили различные методы, сравнили результаты исследования с аналогичными в других статьях, б) написали о различиях или сходстве (или и о различиях, и о сходстве), в) сделали разбор и разъяснение результатов, г) сделали обобщение и оценку результатов, сделали оценку достоверности полученных результатов, д) определили место полученных в ходе исследования результатов в структуре известных знаний)

ВЫВОДЫ

– *Выводы исследования.*

(подводится итог статьи, указываются результаты, к которым пришли в результате проведенного исследования)

– *Перспективы дальнейших изысканий в данном направлении.*

(указываются направления, по которым необходимо провести дальнейшие исследования)

3. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ (не проверяется на антиплагиат).

(в списке литературы 10 источников за последние 5 лет (в 2023 году – это статьи 2018-2023 годов) и в списке литературы 10 иностранных источников)

Технические параметры:

Названия файла:

•Фамилия_направление_город (например: Иваненко_право_Киев, Романов_психология_Анадырь и т.д.)

Стандарты: шрифт Times New Roman, кегль – 10, междустрочечный интервал – 1, абзацный отступ – 0,5 см (*это сделано для того, чтобы автор точно знал сколько страниц текста у него будут в журнале*), все поля – 2 см, литература – В ПОРЯДКЕ ПОЯВЛЕНИЯ В ТЕКСТЕ (желательно не менее 20 наименований), редактор Word, тип файла – документ Word 97-2003 (ОБЯЗАТЕЛЬНО).

Ключевые слова (три строчки) и аннотация (не менее 150-200 слов) на русском и английском.

Неразрывные пробелы между цифрами, инициалами и фамилией.

Не путать тире (–) и дефис (-).

Формулы оформляются через редактор формул «MathType» или «Microsoft Equation», размер символов – 10 (обязательно), длина формул не должна превышать 80 мм (обязательно), латинские символы набираются курсивом, греческие – прямым шрифтом, КИРИЛЛИЦА НЕ ДОПУСКАЕТСЯ).

Рисунки, выполненные векторной графикой, должны быть помещены одним объектом или сгруппированы. Сканированные рисунки исполнять с раздельной возможностью не менее 300 dpi.

Справочная информация:

1. Для определения УДК можно использовать следующие ссылки:

А) <http://teacode.com/online/udc/>

Б) <http://www.naukapro.ru/metod.htm>

2. Для перевода на английский или другие языки можно использовать следующие ссылки:

А) <http://translate.yandex.ru/> (переводит отчества и ученые степени)

Б) <http://translate.google.com/>

Статью обязательно дать на вычитку соответствующим филологам

3. Для проверки статьи на антиплагиат (проверка обязательна) ссылка:

А) <http://www.antiplagiat.ru/index.aspx> (результаты хранятся у автора и высылаются по запросу редколлегии)

ЕСЛИ ВОЗНИКАЮТ ВОПРОСЫ: СМОТРИТЕ ОБРАЗЕЦ!

Материалы подаются в редакцию:

до 1 марта (мартовский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер
до 1 июня (июньский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер
до 1 сентября (сентябрьский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер
до 1 декабря (декабрьский номер) – если квота выбрана раньше – статья переносится в следующий номер
Статьи в обязательном порядке размещаются в системе РИНЦ - российского индекса научного цитирования (elibrary, ссылка: <http://elibrary.ru/titles.asp>) и на сайте журналов.

Размещение статей в журнале бесплатное.

Статью высылать по адресу (обязательно указывайте научное направление):
centrpra@yandex.ru