

СПОСОБЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ ТОРГОВОГО БИЗНЕСА

Т. И. Берг

Сибирский федеральный университет,
Красноярск, Россия

Сфера торговли стоит на пороге серьезных трансформаций, которые происходят в силу изменений спроса, глобализации товарных рынков, влияния цифровых технологий, проникновения инноваций в бизнес-процессы. Динамично развивается электронная торговля. Количество ее инструментов растет с невероятной скоростью, открывая возможности для новых бизнес-линий и проектов. Объективно требуется создание конкурентоспособной среды, адаптированной к новым, стремительно развивающимся и меняющимся условиям цифровой экономики. Реализация данного вызова зависит от интенсивности внедрения новейших технических и программных средств, инноваций, обеспечивающих бизнес-процессы на всех стадиях товародвижения. В статье освещены теоретико-методические аспекты финансирования инноваций торгового бизнеса. Рассмотрены типы инноваций и их взаимосвязь с бизнес-процессами в торговле. Сформирована авторская матрица способов финансирования в зависимости от типа инновации и источника инвестиций. В качестве альтернативы рассмотрен краудфандинг как быстрый, дешевый и низкорисковый способ финансового обеспечения. Предложены оптимальная, стабильная и агрессивная модели финансирования инноваций в торговле, а также представлена структура способов привлечения средств. Выбор модели финансирования основан на критериях фактора риска и запаса финансовой прочности и позволяет маневрировать источниками средств в зависимости от меняющихся условий деятельности субъекта торгового бизнеса.

Ключевые слова: торговые инновации, тип инновации, способ финансирования, бизнес-процесс, критерий выбора финансирования, инновационный риск, запас финансовой прочности, точка безубыточности, модель финансирования.

WAYS OF FINANCING INNOVATION OF TRADE BUSINESS

Tatiana I. Berg

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

The sphere of trade is on the threshold of serious changes, which take place because of growth and fluctuation in demand, globalization of commodity markets, impact of digital technologies and penetration of innovation into business-processes. E-trade is developing continuously and the number of its tools is growing extremely fast, which provides opportunities for new business-lines and projects. The development of competitive environment adjusted to new fast-growing and changing conditions of digital transformation is required. Responding to this challenge depends on introduction of advanced technical and software means, innovation, which could support business-processes at all stages of product movement. The article deals with theoretical and methodological aspects of financing trade business innovation. Types of innovation and their interconnection with business-processes are studied. The author's matrix of finance methods was designed depending on the type of innovation and finance sources. As an alternative the authors put forward crowd-funding as a fast, cheap and low-risk method of finance support. Optimal, stable, aggressive models of innovation financing in trade were proposed, as well as the structure of ways of raising funds. The choice of finance model is based on criteria of risk factor and reserve of finance stability, which could help maneuver sources of funds depending on changing conditions of trade business entity.

Keywords: trade innovation, type of innovation, method of financing, business-process, criteria of financing choice, innovation risk, reserve of finance stability, break-even point, financing model.

Введение

Инновационная деятельность выступает вектором формирования конкурентных преимуществ и дальнейшего развития торгового бизнеса. Однако эффективность инноваций становится более уязвимой в российских экономических реалиях по причине не только быстроменяющейся внешней среды, но и ограниченности ресурсов, особенно для большинства субъектов малого и среднего торгового бизнеса. Доминирующей проблемой привлечения «длинных» инвестиций является наличие высокого риска и неопределенности и, как следствие, возникающий в связи с этим низкий уровень ликвидности, платежеспособности и финансовой устойчивости торговых предпринимателей. Поскольку в торговле происходит окончательный возврат понесенных затрат по всей цепочке создания стоимости товара или услуги, важно знать, насколько быстро эти средства будут авансированы в следующие воспроизводственный и финансовый циклы, от скорости которых зависит динамика инновационности во взаимосвязанных сферах, в производстве, торговле и потреблении.

Решение указанных проблем видится в совершенствовании способов и форм финансирования торгового бизнеса в зависимости от типа инновации с учетом критериев экономической целесообразности привлечения средств.

Инновации в торговле как объект финансирования

Особенности и направления инновационного развития торгового бизнеса, развитие теории, методологии, в том числе оценки инновационной устойчивости [1], механизмы и результаты их внедрения в деятельность отраслевых структур нашли отражение в работах О. В. Борисовой [2], В. С. Скруга [12], В. П. Чеглова [15], О. В. Шинкарёвой, Е. А. Майоровой [16] и др.

Рассмотренные указанными авторами положения нашли научное и практическое применение. Вместе с тем недостаточно

освещены вопросы финансирования инновационной деятельности торгового бизнеса, в том числе для субъектов малого и среднего предпринимательства. В основном уделяется внимание финансированию научно-технических, производственных, социальных экономических систем, всей экономики в целом.

Инновационная деятельность в торговой сфере имеет большое значение для общества, поскольку результаты ее успешной реализации позволяют потребителю совершать торговые операции комфортнее и быстрее, а предпринимателю – стимулировать спрос и увеличивать объемы прибыли от продаж [12]. Торговля – одна из немногих отраслей российской экономики, способная инвестировать в новейшие разработки в сфере ИТ, которые находят оперативное применение в самых разных направлениях работы торговых компаний: для обработки данных и прогнозирования, в омниканальных решениях, различных сервисах и т. д. [11].

Тренды, появившиеся на международном рынке электронной торговли, и этапы, которые пользуются новыми нишами, доказывают значение внедрения инноваций. Преимущества проявляются в цене и удобстве совершения купли-продажи как для субъектов торгового бизнеса, так и для покупателей. Электронная коммерция является ключевым драйвером роста динамики и масштабов мировой торговли и мировой экономики в целом. Динамичные изменения в сфере электронной коммерции вынуждают компании к постоянному мониторингу организационных, экономических и технологических инноваций [17]. В электронной коммерции большое значение имеют использование моделей продвижения, ориентация на конкретного покупателя, повышение его лояльности путем персонализированных акций, создание личного кабинета покупателя, адресных предложений, основанных на аналитических системах.

В основу стратегических задач развития лидеров электронного торгового бизнеса положены:

- автоматизация бизнес-процессов;
- применение моделей оценки эффективности коммуникаций и инновационных информационно-коммуникационных технологий для синхронизации различных коммуникационных каналов (беспроводной переход между каналами);
- комплексная маркетинговая стратегия, основанная на возможности оплаты товаров наиболее удобным для покупателя способом;
- гармонизация ассортимента и программ лояльности;
- создание баз данных о потребителях с целью прогнозирования потребностей покупателей и персонализации предложений;
- предоставление покупателю выбора канала доставки и возможности доставки товара;
- организация служб логистики¹.

С учетом тенденций эволюции инноваций в отечественной торговле на сегодняшний день можно выделить активное применение современных технологий и стремление к всестороннему анализу аудитории при помощи цифровых технологий.

В российской розничной торговле выделяются три направления реализации инновационных инструментов [6]:

- инструменты продвижения и стимулирования;
- инновационное оборудование и услуги;
- IT и цифровые инструменты.

Розничная торговля преимущественно делает упор на работу с потребителями от возникновения интереса к торговой марке до момента совершения покупки, что оказывает прямое влияние на увеличение прибыли, а также на результативность персонала, работу с продукцией, ценни-

ками, обеспечивая операционную эффективность.

В сфере отечественной оптовой торговли нововведения касаются логистики и контроля поставок продукции, управления запасами, автоматизации складов. Данные инновационные решения направлены на выполнение складских операций с меньшими трудозатратами в более короткий промежуток времени. Автоматизация основана на программном обеспечении, позволяющем вести товарный учет, работать с клиентскими базами и базами поставщиков, обрабатывать запросы клиентов и оптимизировать складскую логистику.

В целом внедрение цифровых систем позволяет получать и применять объективные данные для планирования маркетинговых стратегий и формирования аналитических отчетов, прогнозирования покупательского спроса, оптимизации бизнес-процессов и результатов. Наряду с указанными преимуществами цифровых инструментов торгового бизнеса в практике жизненного воплощения остается проблема выбора форм и способов их финансового обеспечения. Привлекая инвестиции, важно понимать, для улучшения или создания каких бизнес-процессов и направлений деятельности необходимо внедрять технологические инновации (рисунок).

Организационные инновации связаны с улучшением администрирования и менеджмента, изменением методов продаж, управлением закупками, аутсорсингом, инсорсингом бизнес-процессов и т. п. Процессные инновации направлены на внедрение новых технологий продаж, методов обработки информации, продажного и послепродажного обслуживания и др., например, автоматизация процесса работы с клиентами и поставщиками, CRM-системы, выход на другие рынки, устройства для безналичной оплаты покупок, ручные сканеры, автоматические упаковщики, электронные ценники, весы для самообслуживания и др.² Продуктовые ин-

¹ См.: Брагин Л. А., Иванов Г. Г., Никишин А. Ф., Панкина Т. В. Электронная коммерция : учебник. – 2-е изд. – М. : ИД «ФОРУМ» : Инфра-М, 2018.

² URL: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-torgovle>

новации призваны ввести в основные процессы инновационные товары и услуги. Маркетинговые инновации воплощаются посредством инструментов digital-маркетинга, таргетированной рекламы, SEO (работа над позициями проекта в поисковой выдаче), SMM (привлечение тра-

фика и взаимодействие с аудиторией в социальных сетях), SERM (управление репутацией клиента в интернет-пространстве: работа с отзывами, нейтрализация негатива, генерация положительных отзывов и инфоповодов), арома- и аудиомаркетинга и т. п.

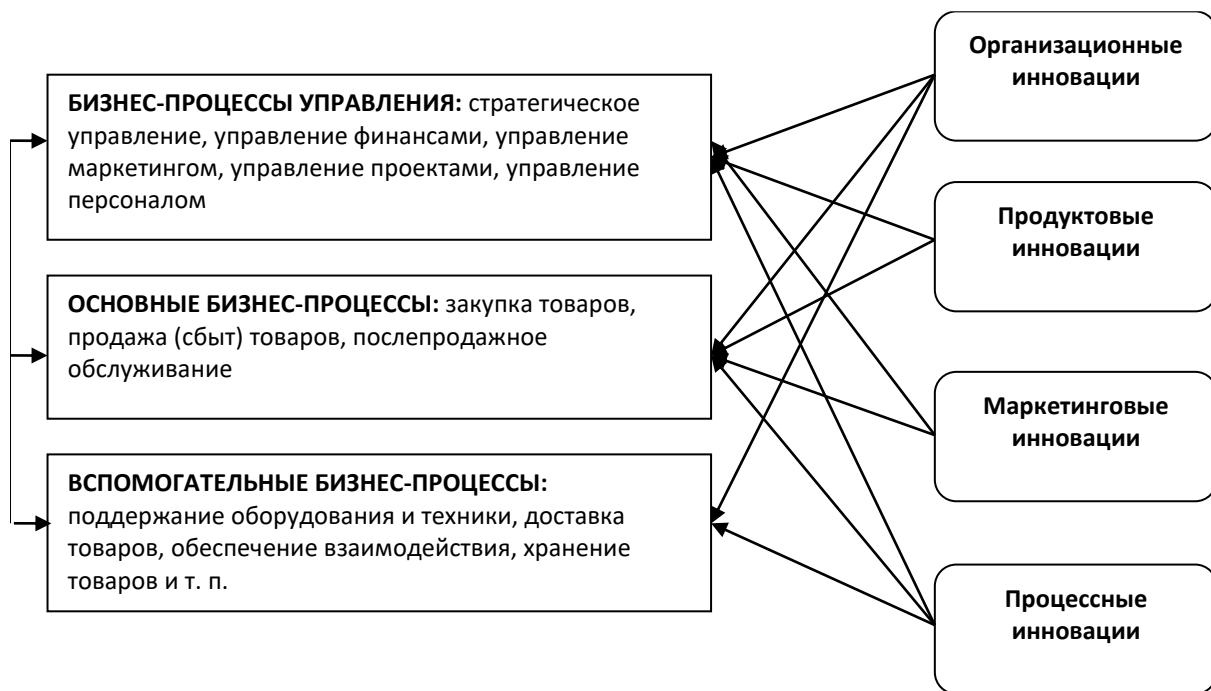


Рис. Взаимосвязь технологических инноваций и бизнес-процессов субъектов торгового бизнеса

Перечисленные инновационные решения являются не новыми в транснациональном и крупном российском ретейле, но своевременность их реализации в отечественной практике зависит прежде всего от финансовых возможностей торговых предпринимателей.

Формы и способы финансирования инноваций в торговле

Одной из ключевых задач инновационного менеджмента является организация финансирования, т. е. обеспечение инновационного проекта (решения) инвестиционными ресурсами. Система финансирования инновационной деятельности в торговле должна решать две основные задачи на предприятии: во-первых, создание условий для быстрого и эффективного внедрения инноваций во все бизнес-про-

цессы; во-вторых, сохранение и развитие стратегического инновационного потенциала в приоритетных направлениях торгового бизнеса.

Важным аспектом организации финансирования инновационной деятельности является принцип распределения между самофинансированием и внешним финансированием. Проведенные исследования российского опыта реализации инновационных процессов в торговле выявили, что финансовое обеспечение осуществляется преимущественно за счет собственных (уставный и акционерный капитал, чистая прибыль) и заемных (банковские и коммерческие кредиты) источников [10]. Государственная поддержка в данном секторе очень опосредованная. Исключение составляют возведенные и введенные в эксплуатацию оптово-распределительные

центры в Москве, Владивостоке, Волгограде, Казани, Красноярске, Мурманске, Новосибирске, Ростове-на-Дону, Санкт-Петербурге, Самаре, Ставрополе, Тюмени. Центры являются комплексами логистических и складских услуг на продовольственном рынке с единой инфраструктурой, позволяющей производителям сельскохозяйственной продукции и фермерам без посредников реализовывать свою продукцию, а покупателям иметь круглогодичный доступ к свежим продуктам. Кроме этого, их деятельность направлена на обеспечение продовольственной безопасности, повышение уровня и качества жизни населения.

Изучение зарубежного опыта финансирования инновационной деятельности в Германии [20], Великобритании [22], США [23] показало, что несмотря на специфические особенности, которые присущи каждой стране, имеется общая основа – внутреннее и внешнее, в том числе государственное, финансирование. Основное отличие мировых держав от России – это активное участие государства в проведении инновационной политики, проявляющееся как в прямом финансировании, так и в косвенной поддержке внедрения инноваций не только научных институтов, но и представителей бизнеса. Например, в Великобритании [19] и Юго-Восточной Азии [21] эффективно реализуются государственные целевые программы поддержки нововведений, система государственных контрактов на приобретение тех или иных товаров и услуг, а также предоставление кредитных льгот для осуществления инновационной деятельности. Следует отметить, что имеющиеся российские государственные программы поддержки и стимулирования инновационной деятельности недостаточно эффективны, особенно для субъектов среднего и малого бизнеса, который является ядром как оптовой, так и розничной торговли.

Способы и формы финансовой поддержки инновационной деятельности достаточно освещены в нормативных доку-

ментах Российской Федерации, трудах зарубежных [14] и отечественных [8] ученых. Однако нет четкой дифференциации источников финансирования в зависимости от типа инновации. Это порождает дискуссии, связанные с обоснованием выбора инструментов финансовой поддержки инновационной деятельности, оценкой эффективности.

Основными формами финансовой поддержки инновационной деятельности являются не только реальные деньги, но и выраженные в стоимостном эквиваленте активы, кредиты, займы, залоги и т. п.

В экономике рыночного типа система финансирования на микроуровне состоит из пяти основных элементов:

- самофинансирование, в том числе финансовые ресурсы хозяйствующих субъектов (нераспределенная прибыль, амортизационные отчисления, уставный капитал, эмиссия ценных бумаг);
- прямое финансирование через механизм рынка капитала (долевое финансирование, акции, облигации крупных торговых ретейлеров, финансовый лизинг, форфейтинг, факторинг и т. п.);
- банковское финансирование;
- взаимное финансирование хозяйствующих субъектов;
- бюджетное финансирование (бюджетные средства, средства внебюджетных фондов, государственные заимствования, пакеты акций, имущество государственной собственности).

Привлечение источников финансирования для субъекта торгового бизнеса происходит как на возвратной, так и безвозвратной основе. Средства, предоставляемые на *возвратной основе*, позволяют *повысить рентабельность собственного капитала и эффективность вложения бюджетных ресурсов*. Привлечение средств на *безвозвратной основе* может *снизить рентабельность собственного капитала предприятий*. Это обусловлено тем, что не проявляется эффект финансового рычага, а также другие факторы, сдерживающие возможность получения весомого экономического эффек-

та от нераспределенной прибыли как источника инвестирования, такие как:

- высокая стоимость привлечения собственного и заемного капитала;
- недостаточное генерирование экономической добавленной стоимости;
- нехватка оборотного капитала [13].

В связи с этим организация финансирования должна быть направлена на множественность источников и предполагать быстрое и эффективное внедрение инноваций с их коммерциализацией, обеспечивающей значительный рост финансовой отдачи от разного рода вложений [4].

Множественный выбор привлечения средств обусловлен особенностями каждого инновационного решения. Так как большинство процессных и организационных инноваций характеризуются продолжительным периодом, то источниками инвестиционных ресурсов, помимо собственного капитала, могут выступать долгосрочные кредиты и займы, а также финансовый лизинг. Продуктовые и маркетинговые торговые инновации могут быть финансово обеспечены за счет коммерческого и банковского кредитов, факторинга, форфейтинга и т. п. Но указанные инструменты не являются источниками первой важности, поскольку привлекаются по мере необходимости, в зависимости от ситуации, сложившейся на предприятии. Они поддерживают процессы становления (формирования), функционирования и развития предприятия, обеспечивают снабжение предприятия всеми видами остальных необходимых экономических ресурсов.

В качестве альтернативного источника финансирования продуктовых инноваций, стартапов можно применять краудфандинг. Модель краудфандинга представляет триаду: инициатор инновационного проекта (решения) – потенциальные инвесторы – краудфандинговая платформа [5].

Размер финансовой цели в данном случае – это сумма средств, которую необходимо собрать в течение установленного срока на краудфандинговой платформе,

которая позволит обеспечить реализацию инновационного решения с учетом вычета комиссии, сбора платежной системы и налога.

На практике применение краудфандинга по сбору инвестиций для реализации инновационных проектов в торговом бизнесе видится в двух вариантах.

Первый – сбор средств за определенное вознаграждение для спонсора (например, в обмен на предварительный заказ продукта либо на долю будущей прибыли) [18]. В данном случае материальное вознаграждение представлено товарами или услугами для спонсоров (мобильные игры, технические устройства и др.). Денежное вознаграждение определяется по схеме роялти (доля от будущей выручки по проекту).

Второй – долговой краудфандинг. Небольшие по объему кредиты привлекаются от частных лиц – P2P (*peer-to-peer lending*) или фирм-стартапов – P2B (*peer-to-business*). Кредитование осуществляется физическими лицами бизнес-проектов, где доноры выдают деньги за нефинансовое вознаграждение. Для бизнеса этот вариант может быть предпочтительнее обращения в банк, поскольку венчурные фирмы обычно не соответствуют стандартным требованиям банков (отсутствие хорошей кредитной истории, ликвидного и достаточного обеспечения; оригинальность инновационного проекта) [9].

Преимущество краудфандинга проявляется в следующем:

- каждый инвестор авансирует средства на привлекательные инновационные проекты;
- помощь в развитии малого и среднего бизнеса, стартапов;
- минимальный депозит;
- высокий уровень доходности;
- создание сетевых механизмов воздействия;
- передача предпринимательского риска краудфандеру;
- уникальная скоринговая система;
- снижение кредитного плеча и т. п.

Рассмотренные способы финансирования, учет особенностей инновационных решений в торговом бизнесе позволили разработать авторскую матрицу приори-

тетных форм и способов финансового обеспечения в зависимости от типа внедряемой инновации (табл. 1).

Таблица 1

Матрица приоритетных форм и способов финансового обеспечения торгового бизнеса в зависимости от типа инновации

Тип инноваций	Способы финансирования											
	Самофинансирование				Внешнее финансирование							
	Нераспределенная прибыль	Уставный капитал	Амортизационные отчисления	Эмиссионное финансирование	Банковский кредит	Коммерческий кредит	Лизинг	Бюджетное финансирование	Эмиссионное финансирование	Форфейтинг	Факторинг	Краудфандинг
Продуктовые	++	+	0	0	+++	+++	0	0	0	0	++	+++
Процессные	+++	+++	+++	+++	+++	0	+++	+++	++	++	++	+++
Организационные	+	0	0	+	++	0	0	0	+	+	+	+
Маркетинговые	+++	0	0	0	0	+	0	0	0	+	+	+++

Примечание: 0 – неприоритетный источник финансирования; + – менее приоритетный источник финансирования; ++ – постоянный источник финансирования; +++ – приоритетный источник финансирования.

Успешное внедрение инноваций напрямую зависит не только от типа и бизнес-процесса, но и от состава и структуры источников их финансирования. Нерациональное привлечение средств для той или иной инновации может негативно отразиться как на реализации инновационного проекта, так и на финансовом состоянии предприятия, что в конечном счете скажется на его деловой репутации, привлекательности для партнеров и инвесторов.

Критерии выбора, модели и структура способов финансирования инноваций

Важным этапом финансового обеспечения инноваций является параметрическая оценка способности своевременного возврата, генерирования доходов и других ценностей. Критерии выбора форм и способов финансирования инноваций, с одной стороны, должны учитывать уровень риска, возникающего от внедрения инновации, а с другой – обеспечить целевые финансовые показатели.

Принимая решение о финансировании инновационного проекта, инвестор учитывает ожидаемый уровень доходности на вложенный капитал. Данный показатель складывается из трех основных компонентов: цены капитала, уровня премии за риск и ожидаемого уровня инфляции.

Цена капитала предприятия зависит от его структуры и определяется как средневзвешенная стоимость капитала WACC (*Weighted Average Cost of Capital*):

$$WACC = \sum_{i=1}^n C_i \cdot d_i,$$

где C_i – стоимость i -го источника средств, %;

d_i – доля i -го источника средств в общем объеме ($i = 1, 2, 3, \dots, n$);

n – количество источников средств.

Составным элементом, определяющим цену капитала, является *запас финансовой прочности* – разница между текущим объемом продаж (P) и объемом продаж в точке безубыточности (P_{TB}). Чем больше эта разница, тем больше объем располагаемых финансовых ресурсов и способность погашать

суть задолженности перед кредиторами. При этом растет обобщающий показатель эффективности целей и задач инновационной деятельности, результативности инвесторов. Высокий запас финансовой прочности позволяет предприятию в случае ухудшения экономической ситуации сохранить свою прибыльность продаж и долгосрочное устойчивое развитие.

В основе расчета запаса финансовой прочности заложены следующие допущения:

- постоянные издержки не меняются в течение всего срока финансовой оценки;
- между объемом продаж и переменными издержками прослеживается линейная зависимость.

Точка безубыточности демонстрирует объем продаж, при котором расходы, связанные с продажей, компенсируются доходами от реализации, а продажа каждой последующей единицы товара приносит предприятию прибыль. Тем самым значение объема товарооборота в точке безубыточности позволяет рассчитывать оптимальную цену реализации товара, окупаемость инновационного проекта, проанализировать финансовое состояние предприятия и оценить влияние изменения стоимости одного товара на выручку. Расчет точки безубыточности (P_{TB}) в денежном выражении в торговом бизнесе проводится по следующей формуле:

$$P_{TB} = \frac{IO_{\text{постоянные}} \cdot 100}{Y_{\text{ВП}} - Y_{IO_{\text{переменные}}}} \cdot 100,$$

где $IO_{\text{постоянные}}$ – сумма условно-постоянных издержек обращения, руб.;

$Y_{\text{ВП}}$ – уровень валовой прибыли (валового дохода), % к объему товарооборота;

$Y_{IO_{\text{переменные}}}$ – уровень условно-переменных издержек обращения, % к объему товарооборота.

Запас финансовой прочности для субъектов торгового бизнеса рассчитывается по формулам:

$$ЗФП = \frac{P - P_{TB}}{P},$$

$$ЗФП = P - P_{TB},$$

где ЗФП – запас финансовой прочности, руб.;

P – объем продаж (товарооборот), руб.

Целесообразно определить диапазон значений запаса финансовой прочности, определяющих финансовую устойчивость, которая зависит от результативности продаж (устойчивое – 0,5–0,8; неустойчивое – 0,2–0,5; в условиях кризиса – 0,2–0,5). Впоследствии это позволит оценить степень эффективности структуры финансовых ресурсов и необходимость привлечения дополнительных средств для ее улучшения. Полученные значения запаса финансовой прочности в относительном выражении можно сравнить с соответствующим уровнем финансовой устойчивости и риска банкротства.

При выборе источника инвестиций в инновации у предприятий возникают финансовые риски неполучения средств в результате неправильно выбранного метода финансирования или несвоевременного возврата. *Уровень риска* зависит от типа стратегии инвестора, инновационного проекта, значения NPV (*Net Present Value* – чистый приведенный эффект), соотношения заемного и собственного капитала. Инвестор решает двухкритериальную задачу: найти оптимальное сочетание «риск – доходность» инновационного проекта.

Количественная оценка риска инновационного проекта проводится с помощью имитационного моделирования.

Прежде всего определяются факторы инновационного проекта, вычисляется NPV проекта по следующей формуле:

$$NPV = \sum_{i=1}^n \frac{NCF_t}{(1+r)^t} - I_0,$$

где NCF_t – величина чистого потока платежей в периоде t ;

r – норма дисконта;

I_0 – начальные инвестиции;

n – срок проекта.

Затем определяются максимальное и минимальное значения факторов, учитывая, что значения нормы дисконта r и первоначального объема инвестиций I_0 из-

вестны и считаются постоянными в течение срока реализации проекта [7].

На основе нормального распределения проводится имитация варьируемых ключевых факторов: объема продаж, уровня валовой прибыли и переменных издержек

$$NCF = \left[\frac{P \cdot (Y_{\text{ВП}} - Y_{\text{ИО переменные}})}{100} - \text{ИО}_{\text{постоянные}} - A \right] (1 - T) + A,$$

где A – амортизация;

T – налог на прибыль.

На основе результатов имитации данных количественно рассчитываются критерии, характеризующие риск инновационного проекта (математическое ожидание NPV , дисперсия, среднее квадратическое отклонение и др.).

Предлагается разделить риски финансирования инноваций на три уровня исходя из показателей финансовой устойчивости предприятия: *нормальный* – значение

обращения. При этом предполагаем, что все ключевые факторы имеют равномерное распределение вероятностей. Тогда величина потока платежей NCF для любого периода t одинакова и рассчитывается из следующего соотношения:

0,1–0,4; *умеренный* – 0,5–0,7 и *высокий* – 0,8–1,0.

Используя сценарный подход, принципы организации корпоративных финансов [3], тип торговой инновации, приоритетность форм и способов финансирования (табл. 1), фактор риска и запаса финансовой прочности, можно предложить следующие модели финансового обеспечения инноваций: *оптимальная, стабильная и агрессивная* (табл. 2).

Таблица 2

Модели и критерии выбора способов финансирования инноваций торгового бизнеса

Модель финансирования	Характеристика модели	Значение критерия выбора форм и способов финансирования	
		фактор риска	запас финансовой прочности
Оптимальная	Обеспечивается финансовая устойчивость; риск банкротства отсутствует или минимальный; минимизация кредитного финансирования со значительной долей собственных средств и оптимальным уровнем средств, вырученных по краудфандингу	Нормальный риск (0,1–0,4)	0,5–0,8
Стабильная	Предприятие относительно финансово устойчиво, но может перейти в неустойчивое; риск банкротства умеренный. Структура капитала погранична к рискованной, у предприятия возникают кредитные обязательства перед кредиторами, но в случае неудовлетворительной реализации инновационного проекта может ухудшиться финансовое состояние, так как снижается способность отвечать по своим обязательствам	Умеренный риск (0,5–0,7)	0,2–0,5
Агрессивная	Предприятие в стадии кризиса, риск банкротства крайне высок. Доминируют кредитные финансовые ресурсы; в случае неудачной реализации инновационного проекта повысится риск возврата, ухудшится финансовое состояние	Высокий риск (0,8–1,0)	< 0,2

Особенностью финансового обеспечения инновационных проектов, в том числе в торговле, является длительное привлечение средств. Структура источников формирования финансовых ресурсов характеризует степень финансовой стабильности, независимости, конкурентоспособности в процессе осуществления торговой деятельности. Учитывая предложенные прио-

ритетные способы (табл. 1) и критерии их выбора (табл. 2), целесообразно, на наш взгляд, долевое распределение средств по моделям финансирования торговых инноваций для успешной реализации инновационного решения. Структура соотношения способов внутреннего и внешнего финансирования представлена в табл. 3.

Таблица 3

**Модели и структура способов финансирования
инноваций торгового бизнеса (в %)**

Способ финансирования	Доля источника		
	Оптимальная модель	Стабильная модель	Агрессивная модель
Самофинансирование	41–60	11–40	≤ 10
В том числе:			
уставный капитал	≥ 3	3–1	≤ 1
нераспределенная прибыль	41–60	10–41	≤ 10
амортизационные отчисления	10–15	4–10	1–4
эмиссионное финансирование	7–10	3–7	≤ 3
Внешнее финансирование	40–59	60–89	≥ 90
В том числе:			
банковский кредит	≤ 35	35–60	≥ 60
коммерческий кредит	≤ 15	15–20	≥ 20
лизинг	≤ 9	10–15	≥ 15
бюджетное финансирование	≥ 5	2–5	≤ 2
эмиссионное финансирование	≥ 5	1–5	≤ 1
форфейтинг	≤ 5	5–10	≥ 10
факторинг	≤ 5	5–10	≥ 10
краудфандинг	≥ 10	9–5	≤ 4

Выбор той или иной модели финансирования инноваций зависит от текущей

платежеспособности субъекта торгового бизнеса.

Вывод

Проведенные исследования позволили разработать матрицу приоритетных способов финансирования торгового бизнеса в зависимости от технологических параметров инновации. Выбор способов привлечения финансовых источников базируется на показателях запаса финансовой прочности и уровня риска, которые определяют мо-

дель финансирования. Предложенные оптимальная, стабильная и агрессивная модели финансирования инноваций, долевое соотношение каждого источника позволят рассчитать потребность в финансовых ресурсах с учетом затрат и рисков в процессе реализации инновационных проектов.

Список литературы

1. Берг Т. И. Инструменты устойчивости и конкурентоспособности предприятий торговли // Проблемы развития рынка товаров и услуг: перспективы и возможности субъектов РФ : сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (11–12 мая 2018 г.) / отв. за вып. Ю. Ю. Суслова. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2018. – С. 150–153.
2. Борисова О. В. Эффективное управление инновациями в предприятиях торговли России // Актуальные вопросы современной науки. – 2014. – № 1 (2, 3). – С. 38–41.
3. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / пер. с англ. Н. Барышникова. – 3-е изд., стереотип. – М. : Олимп-Бизнес, 2016.
4. Вукович Г. Г., Терихов М. С. Финансирование инновационной деятельности в Российской Федерации // Общество: политика, экономика, право. – 2012. – № 2. – С. 49–51.
5. Захарова А. Н. Краудфандинг: зарубежный опыт и перспективы развития в России // Ученые заметки ТОГУ. – 2017. – Т. 8. – № 2. – URL: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2017/TGU_8_152.pdf
6. Зверева А. О., Ильишченко С. Б. Инновационные решения в торговле в контексте глобальных экономических процессов // Российское предпринимательство. – 2018. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-resheniya-v-torgovle-v-kontekste-globalnyh-ekonomicheskikh-protsessov> (дата обращения: 21.01.2020).
7. Мартынов В. В., Старцева Ю. А. Стратегическое планирование бизнес-процессов // Вестник УГАТУ = Vestnik UGATU. – 2006. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-planirovanie-biznes-protsessov> (дата обращения: 23.02.2020).
8. Мирошников Е. В., Зайцева Н. П. Современные формы и способы стимулирования и финансирования инноваций: российский и зарубежный опыт // Eastern European Scientific Journal. – 2016. – № 15. – С. 78–82.
9. Мотовилов О. В. Феномен краудфандинга: исследование особенностей // Вестник СПбГУ. Серия 5: Экономика. – 2018. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-kraudfandinga-issledovanie-osobennostey> (дата обращения: 22.02.2020).
10. Немчинов А. А. Классификация источников финансирования российских предприятий торговли // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2016. – № 5-2. – С. 99–103.
11. Ратина И. С аналитики все только начинается // Retail Week. – 2017. – № 6.
12. Скруг В. С. Инновационные технологии в торговле // Российское предпринимательство. – 2018. – № 8. – С. 2291–2300.

13. Слепов В. А., Бурлачков В. К. Источники финансирования роста российской экономики // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 1 (91). – С. 72–80.
14. Фиго́вский О. Опыт инновационного развития за рубежом. – URL: <http://www.rusnor.org/pubs/reviews/8736.htm>
15. Чеглов В. П. Инновационный ритейл. Организационное лидерство и эффективные технологии : монография. – М. : Форум, 2013.
16. Шинкарёва О. В., Майорова Е. А. Инновации в розничной торговле: результаты патентного анализа // Российское предпринимательство. – 2017. – № 15. – С. 2231–2242.
17. Ядова Н. Е., Русяева Д. О. Эффективные коммуникации в электронной коммерции // Европейский журнал социальных наук. – 2018. – № 7 (2). – С. 41–48.
18. Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A. Crowdfunding: Tapping the Right Crowd // Journal of Business Venturing. – 2014. – Vol. 29. – Issue 5. – P. 585–609.
19. Bhaumik S. K., Fraser S., Wright, M. What Do We Know about Entrepreneurial Finance and Its Relationship With Growth? // International Small Business Journal. – 2015. – N 33 (1). – P. 70–88.
20. Everett C. R., Fairchild R. J. A Theory of Entrepreneurial Overconfidence, Effort, and Firm Outcomes // The Journal of Entrepreneurial Finance. – 2015. – Vol. 17. – Issue 1. – P. 1–26.
21. Jewell C. Singapore: a Home for Innovation // Wipo Magazine. – 2012. – September. – URL: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2012/05/article_0004.html (дата обращения: 28.01.2020).
22. Landstrom H. Advanced Introduction to Entrepreneurial Finance. – Cheltenham; Northampton : Edward Elgar, 2017.
23. Roberts R. Finance for Small and Entrepreneurial Businesses. – New York : Routledge, 2015.

References

1. Berg T. I. Instrumenty ustoychivosti i konkurentosposobnosti predpriyatiy trgovli [Tools for Sustainability and Competitiveness of Trade Enterprises]. *Problemy razvitiya rynka tovarov i uslug: perspektivy i vozmozhnosti subektov RF, sbornik materialov IV Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem (11–12 maya 2018 g.)* [Issues of Developing Goods and Services Markets: Prospects and Opportunities of RF Entities: collection of materials of the 4th Russian Conference with international participation (11–12 May, 2018)], responsible for the issue Yu. Yu. Suslova. Krasnoyarsk, the Siberian Federal University, 2018, pp. 150–153. (In Russ.).
2. Borisova O. V. Effektivnoe upravlenie innovatsiyami v predpriyatiyakh trgovli Rossii [Effective Innovation Management on Commercial Enterprises of Russia]. *Aktualnye voprosy sovremennoy nauki* [Current Issues of Modern Science], 2014, No. 1 (2, 3), pp. 38–41. (In Russ.).
3. Breyli R., Mayers S. Printsipy korporativnykh finansov [Principles of Corporate Finance], translated from English by N. Baryshnikov. 3rd edition, stereotyped. Moscow, Olymp-Business Publishing House, 2016. (In Russ.).
4. Vukovich G. G., Terikhov M. S. Finansirovanie innovatsionnoy deyatel'nosti v Rossiyskoy Federatsii [Financing of Innovative Activity in the Russian Federation]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [Society: Politics, Economics, Law], 2012, No. 2, pp. 49–51. (In Russ.).

5. Zakharova A. N. Kraudfanding: zarubezhnyy opyt i perspektivy razvitiya v Rossii [Crowdfunding: Foreign Experience and Prospects of Development in Russia]. *Uchenye zametki TOGU* [Academic Notes of the TOGU], 2017, Vol. 8, No. 2. (In Russ.). Available at: http://pnu.edu.ru/media/ejournal/articles-2017/TGU_8_152.pdf
6. Zvereva A. O., Ilyashenko S. B. Innovatsionnye resheniya v torgovle v kontekste globalnykh ekonomicheskikh protsessov [Innovative Solutions in Trade in the Context of Global Economic Processes]. *Rossiyskoe predprinimatelstvo* [Russian Entrepreneurship], 2018, No. 3. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-resheniya-v-torgovle-v-kontekste-globalnyh-ekonomicheskikh-protsessov> (accessed 21.01.2020).
7. Martynov V. V., Startseva Yu. A. Strategicheskoe planirovanie biznes-protsessov [Strategic Planning of Business Processes]. *Vestnik UGATU = Vestnik UGATU*, 2006, No. 5. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-planirovanie-biznes-protsessov> (accessed 23.02.2020).
8. Miroshnikov E. V., Zaytseva N. P. Sovremennye formy i sposoby stimulirovaniya i finansirovaniya innovatsiy: rossiyskiy i zarubezhnyy opyt [Modern Forms and Methods of Stimulating and Financing Innovations: Russian and Foreign Experience]. *Eastern European Scientific Journal*, 2016, No. 15, pp. 78–82. (In Russ.).
9. Motovilov O. V. Fenomen kraudfandinga: issledovanie osobennostey [The Phenomenon of Crowdfunding: a Study of Features]. *Vestnik SPbGU. Seriya 5: Ekonomika* [Vestnik SPBU. Series 5: Economics], 2018, No. 2. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-kraudfandinga-issledovanie-osobennostey> (accessed 22.02.2020).
10. Nemchinov A. A. Klassifikatsiya istochnikov finansirovaniya rossiyskikh predpriyatiy torgovli [Classification of Sources of Financing of Russian Trade Enterprises]. *Aktualnye problemy gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [Actual Problems of Humanities and Natural Sciences], 2016, No. 5-2, pp. 99–103. (In Russ.).
11. Ratina I. S analitiki vse tolko nachinaetsya [Everything is Just Beginning with Analytics]. *Retail Week*, 2017, No. 6. (In Russ.).
12. Skrug V. S. Innovatsionnye tekhnologii v torgovle [Innovative Technologies in Trade]. *Rossiyskoe predprinimatelstvo* [Russian Entrepreneurship], 2018, No. 8, pp. 2291–2300. (In Russ.).
13. Slepov V. A., Burlachkov V. K. Istochniki finansirovaniya rosta rossiyskoy ekonomiki [Sources of Financing the Growth of the Russian Economy]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2017, No. 1 (91), pp. 72–80. (In Russ.).
14. Figovskiy O. Opyt innovatsionnogo razvitiya za rubezhom [Experience of Innovative Development Abroad]. (In Russ.). Available at: <http://www.rusnor.org/pubs/reviews/8736.htm>
15. Cheglov V. P. Innovatsionnyy reteyl. Organizatsionnoe liderstvo i effektivnye tekhnologii, monografiya [Innovative Retail. Organizational Leadership and Effective Technologies, monograph]. Moscow, Forum, 2013. (In Russ.).
16. Shinkareva O. V., Mayorova E. A. Innovatsii v roznichnoy torgovle: rezultaty patentnogo analiza [Innovation in Retail: the Results of a Patent Analysis]. *Rossiyskoe predprinimatelstvo* [Russian Entrepreneurship], 2017, No. 15, pp. 2231–2242. (In Russ.).
17. Yadova N. E., Rusyaeva D. O. Effektivnye kommunikatsii v elektronnoy kommertsii [Effective Communications in e-Commerce]. *Evropeyskiy zhurnal sotsialnykh nauk* [European Social Science Journal], 2018, No. 7 (2), pp. 41–48. (In Russ.).

18. Belleflamme P., Lambert T., Schwienbacher A. Crowdfunding: Tapping the Right Crowd. *Journal of Business Venturing*, 2014, Vol. 29, Issue 5, pp. 585–609.
19. Bhaumik S. K., Fraser S., Wright, M. What Do We Know about Entrepreneurial Finance and Its Relationship With Growth? *International Small Business Journal*, 2015, No. 33 (1), pp. 70–88.
20. Everett C. R., Fairchild R. J. A Theory of Entrepreneurial Overconfidence, Effort, and Firm Outcomes. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 2015, Vol. 17, Issue 1, pp. 1–26.
21. Jewell C. Singapore: a Home for Innovation. *Wipo Magazine*, 2012, September. Available at: http://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2012/05/article_0004.html (accessed 28.01.2020).
22. Landstrom H. Advanced Introduction to Entrepreneurial Finance. Cheltenham; Northampton, Edward Elgar, 2017.
23. Roberts R. Finance for Small and Entrepreneurial Businesses. New York, Routledge, 2015.

Сведения об авторе

Татьяна Игоревна Берг

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экономики и планирования
Сибирского федерального университета.
Адрес: ФГАОУ ВО «Сибирский
федеральный университет»,
660041, Красноярск,
Свободный проспект, д. 79.
E-mail: tatiyana.berg@gmail.com

Information about the author

Tatiana I. Berg

PhD, Assistant Professor, Assistant Professor
of the Department for Economics and Planning
of the Siberian Federal University.
Address: Federal State Autonomous Educational
Institution of Higher Education Siberian Federal
University, 79 Svobodnyy Avenue, Krasnoyarsk,
660041, Russian Federation.
E-mail: tatiyana.berg@gmail.com