

индивидуально для необходимой бизнесу аудитории. При этом существуют принципы, которых следует придерживаться при создании рекламных кампаний:

- разделение оплат рекламы: прежде чем запускать такую же рекламную кампанию, стоит оценить ее эффективность;

- ориентация на итоговый результат: при настройке таргета необходимо ориентироваться не на промежуточный, а на конечный результат, показателем которого будет являться конверсия;

- яркая и обращающая на себя внимание реклама: рекламная кампания будет эффективнее, если будет содержать в себе призыв, адресное обращение к потребителю.

¹ См.: Синяев В. В. Таргетированная реклама как основной элемент digital-маркетинга // Экономические системы. - 2018. - №2(41). - С. 74-82.

² См.: Крюков Е. Продвижение контента // Texterra. - 2015. [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: <https://texterra.ru/blog/prodvizhenie-kontenta-44-sposoba-velichit-okhvat-auditorii-novogo-materiala.html> (дата обращения 20.05.2020)

³ См.: Волосникова Е.А. Таргетинг. эффективность таргетированной рекламы // Конкурентоспособность территорий. - 2018. - С. 11-13.

⁴ См.: Эйнштейн М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - С. 124.

TARGETING ON THE INTERNET: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

© 2020 Smoleva Julia Andreevna
Undergraduate
Samara State University of Economics
E-mail: jul.smoleva@gmail.com

Keywords: targeting, types of targeting, communications with consumers, target audience, setting up an advertising campaign.

This article contains the concept of "targeting" and also contains a description of various types of targeting. The study highlights the positive and negative aspects of targeted advertising. This article contains conclusions and recommendations about how to make the target effective.

УДК 331
Код РИНЦ 06.00.00

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

© 2020 Шарикова Юлия Витальевна
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: sharikovajv@mail.ru

Ключевые слова: M&A, слияния и поглощения, корпоративное управление.

В статье рассматриваются тенденции развития рынка M&A в условиях пандемии коронавирусной инфекции.

Существенные коррективы в деятельность компаний по всему миру внесла пандемия коронавирусной инфекции и ограничительные меры, связанные с ней. Множество предприятий резко ухудшили свои финансовые показатели, приостановили проектное финансирование, прекратили трансграничное взаимодействие. Все это снизило активность на рынке слияний и поглощений (M&A, Mergers & Acquisitions). По данным исследовательского агентства Refinitiv, в первом квартале 2020 года объем сделок по слияниям и поглощениям в мире сократился на четверть до \$730 млрд, что является рекордно низким показателем с 2016 года¹. Впервые с 2004 года в мире не объявлено ни одной сделки выше \$1 млрд.²

Mergers & Acquisitions - это общее имя для всех сделок, которые объединяет передача корпоративного контроля во всех формах, включая покупку и обмен активами.

Слияние - это объединение отдельных компаний, в результате которого появляется новое юридическое лицо. Слияние может быть трех видов:

- горизонтальное слияние, когда объединяются компании в рамках одной отрасли;
- вертикальное слияние, когда объединяются компании одной технологической цепочки;
- смешанное слияние, когда в результате объединения образуется конгломерат.

Поглощение (присоединение) - это объединение компаний, в результате которого одна компания прекращает свое существование как юридическое лицо. Поглощение бывает двух видов: дружественное и недружественное. В силу отсутствия в российском законодательстве понятия "поглощение" недружественное поглощение имеет размытый характер. Основной принцип дружественной сделки - это взаимное согласие сторон.

Среди несомненных преимуществ слияний и поглощений можно выделить следующие:

- возможность быстрого роста компании;
- приобретение стратегически важных активов, прежде всего, нематериальных (ноу-хау, патенты, торговые марки, лицензии, имидж и т.д.);
- быстрое развитие за счет существующей компании с отлаженной маркетинго-распределительной системой. А для тех компаний, которые не работали на данном рынке или в области данных технологий, именно слияния и поглощения позволяют быстро догнать своих конкурентов;
- снижение конкуренции.

Анализируя российский рынок M&A до активной фазы ограничительных мер, то в I квартале 2020 года общая сумма рынка оценивается в \$9,6 млрд. По данным АК&М, первое место в рейтинге отраслей занимает топливно-энергетический комплекс со сделкой на \$3,56 млрд. (в феврале компания "Онега Холдинг" приобрела 99,57% АО "Междуречье"). Второе место заняла электроэнергетика (\$2,1 млрд). На третье место вышел сектор строительства и девелопмента (\$1,51 млрд)³.

В настоящее время компании отказываются от проведения ранее объявленных сделок в силу существенных изменений условий и высокого уровня турбулентности и неопределенности внешней среды. В период ограничительных мер совершаются только те сделки, которые приостанавливать уже нецелесообразно с финансовой точки зрения.

Режим самоизоляции и ударенная работа вносят свои коррективы в некоторые корпоративные процедуры. Важнейшие документы в компаниях несмотря на всеобщую цифровизацию должны быть подписаны "на бумаге" и заверены нотариально, что в данном случае не представляется возможным. В новых реалиях сложно взаимодействовать с государственными органами в силу их чрезмерной загруженности. Некоторые процедуры в корпоративном управлении требуют проведения только очных собраний акционеров для принятия стратегических решений и это закреплено законодательно.

Нестабильность на финансовом рынке приводит к снижению стоимости бизнеса, что также влияет на сделки M&A. В нынешней ситуации показатели деятельности бизнеса могут быть далеки от запланированных, что приводит к существенному снижению его стоимости, и участники сделку приостанавливают.

К концу года эксперты в области M&A как на мировом, так на российском рынках ожидают рост подобных сделок. Одним из главных мотивов, который будет способствовать применению подобных механизмов, это получение синергетического эффекта от объединения. Так, например, эксперты PwC прогнозируют увеличение консолидации в секторе телекоммуникаций, медиа- и ИТ-технологий (ТМТ). Для компаний данных отраслей выделяют следующие стратегии развития в нынешних условиях:

1. Компаниям с большим потенциалом роста, но в слабом финансовом положении необходимо сосредоточиться на соблюдении базовых принципов: управление денежными средствами, привлечение внешнего финансирования, сокращение затрат.

2. Компаниям со слабым финансовым положением и деятельностью на медленно растущем рынке придется искать способы выживания: находить стратегии выхода из кризиса, быстро сокращать затраты, заручиться поддержкой стратегических партнеров или, возможно, продать бизнес.

3. Компании, находящиеся в выигрышном положении с точки зрения финансов и потенциала роста, могут перейти в наступление: искать возможности для расширения бизнеса.

4. Финансово устойчивые компании с небольшим потенциалом роста могут использовать текущий кризис как возможность для трансформации: изучать способы превращения постоянных расходов в переменные, составлять планы на случай нештатных ситуаций, искать возможности приобретения активов с дисконтом⁴.

Увеличение количества банкротств, что тоже ожидается, приведет к увеличению количества поглощений неэффективных конкурентов. Некоторые будут стремиться к диверсификации бизнеса, так как нестабильные времена открывают новые возможности, чем поспешат воспользоваться многие компании.

¹ Стрекалова У. Слияние на расстоянии. URL: <https://spb.plus.rbc.ru/news/5ea14bf07a8aa9a2efc4d1e2>.

² COVID-19: в мире перестали заключать мегасделки по слиянию или приобретению. <https://eer.ru/article/biznes/u153/2020/04/20/2064>.

³ Самородская П. Слияния и измельчения. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4342666>.

⁴ COVID-19 ускорил цифровую трансформацию во всех отраслях и может вызвать волну консолидации в секторе ТМТ. URL: <https://www.pwc.ru/ru/press-releases/2020/covid-19-uskoril-tsifrovuyu-transformatsiyu.html>.

MARKET TRENDS MERGERS AND ACQUISITIONS IN THE CONDITIONS OF A PANDEMIC

© 2020 Sharikova Yulia Vitalievna
Candidate of Economics, Associate Professor
Samara State University of Economics
E-mail: sharikovajv@mail.ru

Keywords: M&A, mergers & acquisitions, corporate governance.

The article discusses the trends in the development of the M&A market in the context of a coronavirus pandemic.

УДК 336.025
Код РИНЦ 06.00.00

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

© 2020 Шарохина Светлана Владимировна
кандидат экономических наук, доцент
Сызранский филиал
ФГБОУ ВО "Самарский государственный экономический университет"
E-mail: sharokhinatv@gmail.com

Ключевые слова: информационное обеспечение, финансовый контроль, внутрихозяйственный учет, управленческий учет, контроллинг, информационно-управляющая система контроллинга.

В статье рассматривается сущность понятия "информационное обеспечение", которое является не только совокупностью информации об объекте, подвергнутом внутреннему финансовому контролю, но и самим информационным процессом (получение данных, их оценка, отбор, переработка, хранение). Автор утверждает, что для отождествления понятий "внутрихозяйственный учет" (ВХУ) и "управленческий учет" достаточных оснований нет. Сделан вывод о том, что информационный блок ВХУ шире, чем блок управленческого учета, но уже, чем информационная система управления. Аргументирован тот факт, что управление огромным потоком информации, при реализации предъявляемых к ней требований с целью разработки эффективных стратегических решений, возможно на основе создания информационно-управляющей системы контроллинга (ИУСК).

Возникновения понятия информационного обеспечения, как правило, связывают с развитием и распространением средств автоматизации накопления информации, внедрением автоматизированных систем управления¹. Будем исходить из того, что информационное обеспечение - это не только совокупность информации об объекте, подвергнутом внутреннему финансовому контролю, а и сам информационный процесс (получение данных, их оценка, отбор, переработка, хранение).

Цель статьи - показать пути систематизации информационного обеспечения внутреннего финансового контроля.