

SONATE Nr. 5

МОЛОДОЙ

ISSN 2072-0297

УЧЁНЫЙ

международный научный журнал

“Я так счастлив, что если б я мог однокруглицу моего счастья соединить с тобою миру, то жизнь показалась бы людям прекрасной”

“Прометей есть символ, в разных формах встречается во всех странах и в жизни ученых. Это — активная энергия вселенной, творческая сила, это — огонь, свет, жизнь, борьба, мысль, прогресс, цивилизация, свобода”

“Не люблю я камерных ансамблей. Ансамбль сковывает игру исполнителя, затушевывает его индивидуальность”

“Зависть — признание себя побежденным”

“История есть стремление к абсолютной дифференциации и абсолютному единству”

16+

7
2016
Часть IX



ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 7 (111) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогоорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 01.05.2016. Цена свободная.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе eLibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, кандидат филологических наук, доцент (Армения)

Арошидзе Паата Леонидович, доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)

Атаев Загир Вагитович, кандидат географических наук, профессор (Россия)

Ахмеденов Кажмурат Максutowич, кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)

Бидова Бэла Бертовна, доктор юридических наук, доцент (Россия)

Борисов Вячеслав Викторович, доктор педагогических наук, профессор (Украина)

Велковска Гена Цветкова, доктор экономических наук, доцент (Болгария)

Гайич Тамара, доктор экономических наук (Сербия)

Данатаров Агахан, кандидат технических наук (Туркменистан)

Данилов Александр Максимович, доктор технических наук, профессор (Россия)

Демидов Алексей Александрович, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)

Игисинов Нурбек Сагинбекович, доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)

Кайгородов Иван Борисович, кандидат физико-математических наук (Бразилия)

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Россия)

Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор (Россия)

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

Малес Людмила Владимировна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Нагервадзе Марина Алиевна, доктор биологических наук, профессор (Грузия)

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)

Прокопьев Николай Яковлевич, доктор медицинских наук, профессор (Россия)

Прокофьева Марина Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, доктор философских наук, профессор (Россия)

Ребезов Максим Борисович, доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)

Сорока Юлия Георгиевна, доктор социологических наук, доцент (Украина)

Узаков Гулом Норбоевич, кандидат технических наук, доцент (Узбекистан)

Хоналиев Назарали Хоналиевич, доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, доцент (Казахстан)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович

На обложке изображен Александр Николаевич Скрябин (1871–1915) — русский композитор, пианист, педагог, один из крупнейших представителей художественной культуры конца XIX — начала XX вв.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна. Материалы публикуются в авторской редакции.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Елисеева А. А.**
Особенности учета страховых взносов в системе оплаты труда в ОАО «РЖД» 833
- Елисеева Е. А.**
Учет дебиторской и кредиторской задолженности в системе SAP R/3 ЕК АСУФР 834
- Ефремова Е. А., Колпак Е. П.**
О стабильности валютной системы.
Металлические деньги 836
- Жученко Е. А.**
Организация системы аудита на ООО «Керчьхолод» 843
- Зайцева Е. В.**
Неустранимые различия между бухгалтерским и налоговым учетом в части учета объектов основных средств 846
- Замбржицкая Е. С., Калинина Т. В.,
Александрова М. В.**
Экономический потенциал промышленного предприятия как инструмент управления на современном этапе развития России 848
- Зюкин Д. А., Тарасова А. И., Псарева М. И.**
Влияние социально-экономических факторов на уровень конкуренции аптечных учреждений региона 852
- Каширин А. В., Глебанова И. И.**
Анализ современного состояния рынка наноспутников как подрывной инновации и возможностей его развития в России 855
- Кибенко В. А., Решитова А. А.**
Роль материальных оборотных средств в кругообороте средств предприятия 867
- Коломейченко А. С.**
Информационная система АПК региона 870
- Красницкая М. В., Шибеева С. К.**
Коммерческие расходы и валовый доход организации как показатели, участвующие в формировании финансового результата 873
- Крюкова О. А.**
Риски разработки web-ориентированных информационных систем 875
- Лантух А. А.**
Научные проблемы обеспечения устойчивого развития сельскохозяйственных предприятий в современных условиях 878
- Латыпова Р. Т.**
Культура и туризм 881
- Лебединская С. С., Князева Т. Г.**
Классификация расходов на мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях 884
- Лужнова Н. В., Карелин Н. В.**
К вопросу о внедрении инноваций в сфере общественного пассажирского транспорта 887
- Лужнова Н. В., Радченко В. С.**
Процесс формирования маркетинговой стратегии: основные этапы и возможные ошибки 890
- Лухманова Г. К., Габдуллина Р. Ж.,
Сыздыкбаева Н. Б.**
Государственная поддержка инновационного предпринимательства в Республике Казахстан 892
- Мамаев А. А.**
Исламские финансы 895
- Матвеева И. И.**
Особенности налогового учета в страховых компаниях 897
- Матрасулов Б. Э., Бекмухамедова Б. У.**
Возможности для развития лизинга в Узбекистане 901
- Матрасулов Б. Э., Бекмухамедова Б. У.**
Поддержка руководства как инструмент развития семейного благосостояния и бизнеса 903
- Милославский В. Г., Алиева Н. Х.,
Соловьев С. М., Компилецкая О. Д., Казиев Т. Р.**
Теория и практика профориентации в России: проблемы и перспективы 905

Михайлина А. О.

Применение VBM-подхода к управлению
финансами организации 911

Москалёва Е. Г., Колесникова Е. А.

Международные стандарты финансовой
отчетности для IPO (Первичное публичное
размещение акций) 916

Назмеева О. А., Ахмадеева О. А.

Проблема нехватки парковочных мест
в Набережных Челнах..... 918

Никишкина Т. Ю.

Диагностика системы управления вуза..... 920

Новикова Ю. Д.

Процесс формирования собственного капитала
в современных условиях 924

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Особенности учета страховых взносов в системе оплаты труда в ОАО «РЖД»

Елисеева Анастасия Александровна, студент
Ростовский государственный университет путей сообщения

Порядок уплаты страховых взносов во внебюджетные фонды регулирует Федеральный закон от 24 июля 2009 года № 212-ФЗ. Плательщиками страховых взносов являются страхователи, определяемые в соответствии с федеральными законами о конкретных видах обязательного социального страхования, к которым относятся (ст. 5 Закона № 212-ФЗ): лица, производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам. К таким видам плательщиков также относится ОАО «РЖД».

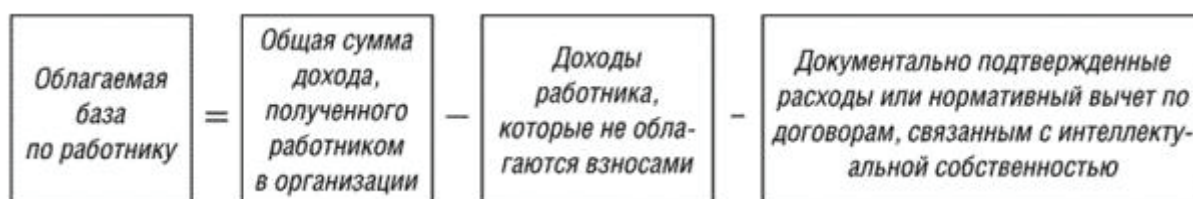
Учет страховых взносов в государственные внебюджетные фонды в ОАО «РЖД» осуществляется на принципах организационной и функциональной централизации в соответствии с Концепцией формирования системы бухгалтерского и налогового учета ОАО «РЖД» на принципах организационной и функциональной централизации от 4 апреля 2007 г. № 361.

Ведение налогового учета, составление и представление регистров налогового учета, налоговой отчетности и отчетности по обязательным страховым взносам осуществляется на основании договора, заключенного Обществом с Центром корпоративного учета и отчетности «Желдоручет» — филиалом ОАО «РЖД».

Взносами облагается общая сумма дохода, которую работник получил от организации, уменьшенная на сумму тех доходов, которые взносами не облагаются.

Базу для начисления страховых взносов определяют отдельно в отношении каждого физического лица с начала расчетного периода по истечении каждого календарного месяца нарастающим итогом. Расчетным периодом по страховым взносам признается календарный год.

Полученная величина облагаемого взносами дохода работника является базой для исчисления взносов по конкретному работнику:



В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2009 г. № 212-ФЗ выплаты и иные вознаграждения, начисляемые в пользу физических лиц в рамках трудовых отношений и гражданско-правовых договоров, предметом которых является выполнение работ, оказание услуг, подлежат обязательному социальному страхованию, а страхователями ведется учет начисленных выплат и сумм страховых взносов в отношении каждого физического лица, в пользу которого осуществлялись данные выплаты.

При этом, согласно разъяснениям Минздравсоцразвития Российской Федерации, также подлежат обложению страховыми взносами выплаты в пользу работников, не связанные с исполнением трудовых обязанностей, поименованные трудовыми и коллективными договорами

дочерних обществ ОАО «РЖД» (например, стоимость проезда по личным надобностям работников, стоимость санаторно-курортного лечения, стоимость бытового топлива) и выплаты (иные вознаграждения), не предусмотренные трудовыми либо коллективными договорами, но выплачиваемые работникам за производственные результаты (например, единовременные премии, поощрительные и компенсационные начисления).

При этом обложение страховыми взносами тех или иных выплат не ставится в зависимость от того, относятся ли эти выплаты к расходам, уменьшающим налоговую базу по налогу на прибыль. В случае, если дочерним обществом заключены договоры с физическими лицами гражданско-правового характера и эти договоры

содержат признаки трудовых договоров (в договоре отсутствует указание конкретного объема работ, работник подчиняется правилам внутреннего трудового распорядка, работнику присвоена должность в соответствии со штатным расписанием и иные подобные признаки), расходы на выплату вознаграждений подлежат обложению страховыми взносами в части обязательного социального страхования и обязательного социального страхования от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний.

Исчисление страховых взносов с выплат и иных вознаграждений, начисленных в пользу граждан Российской Федерации, а также иностранных граждан, постоянно или временно проживающих на территории Российской Федерации, производится согласно Федеральному закону от 24.07.2009 г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования и терри-

ториальные фонды обязательного медицинского страхования», Федеральному закону от 24.07.1998 «№ 125-ФЗ «Об обязательном социальном страховании от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний», Федеральному закону от 15.12.2001 г. № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации».

Всеми подразделениями дочернего общества ОАО «РЖД», начисляющими выплаты и иные вознаграждения в пользу физических лиц, по каждому физическому лицу, в пользу которого осуществлялись выплаты, заполняются индивидуальные карточки учета сумм начисленных выплат и иных вознаграждений, а также сумм начисленных страховых взносов. Суммарные показатели Индивидуальных карточек учета сумм начисленных выплат и иных вознаграждений, сумм начисленных страховых взносов отражаются в Сводной карточке учета сумм начисленных выплат и иных вознаграждений, сумм начисленных страховых взносов.

Литература:

1. Бухгалтерский учет как основа эффективного аутсорсинга на предприятиях железнодорожного транспорта (Михаленок Н. О., Емианская Д. А., Международный бухгалтерский учет, № 2, 2014 год)
2. «ОЦО: российская практика применения» (Иванова Т., финансовая газета № 17, 2010)
3. Положение об использовании аутсорсинга филиалами ОАО «РЖД» (утв. ОАО «РЖД» 27.04.2006 N 530).
4. Распоряжение ОАО «РЖД» от 31.10.2006 N 2164р «Об использовании сетевого аутсорсинга в ОАО «РЖД».
5. Концепция формирования системы бухгалтерского и налогового учета ОАО «РЖД» от 4 апреля 2007 г. № 361.

Учет дебиторской и кредиторской задолженности в системе SAP R/3 ЕК АСУФР

Елисеева Екатерина Александровна, студент
Ростовский государственный университет путей сообщения

Единая корпоративная автоматизированная система управления финансами и ресурсами (ЕК АСУФР) создается согласно Концепции информатизации ж/д транспорта России.

Целью создания ЕК АСУФР как единой информационной системы управления финансовыми потоками отрасли является:

- получение оперативной и достоверной информации на всех уровнях управления, средств анализа, планирования, контроля выполнения планов и исполнения бюджетов;

- достижение новых качественных характеристик управления и новых управленческих функций.

ЕК АСУФР предназначена для реализации финансово-экономической модели управления отраслью с помощью программно-аппаратных средств и средств связи.

Для управления состоянием дебиторской и кредиторской задолженности в ОАО «РЖД» подразделение-исполнитель ведет реестр контрагентов, имеющих дебиторскую задолженность, в системе сводной отчетности ЕК АСУФР (модуль «Управленческая отчетность», документы «Расшифровка дебиторской задолженности по контрагентам»).

Важнейшей функцией ЕК АСУФР/Д является объединение данных о финансовой деятельности линейных предприятий, входящих в структуру железной дороги. Переход к автоматизированной обработке отчетности линейных предприятий, а в дальнейшем к прямому взаимодействию ЕК АСУФР/Д с различными АСУ линейного уровня, позволит объединить и концентрировать первичную информацию предприятий непосредственно на дорожном уровне, отказавшись от промежуточной обработки в отделениях дорог. ЕК АСУФР/Д используется также для ав-

томатизированного получения сводной отчётности, представляемой управлением дороги и специализированными организациями дорожного уровня в органы государственного и территориального управления по месту дислокации.

Подразделение-исполнитель осуществляет контроль за полным и своевременным погашением контрагентом дебиторской задолженности в соответствии с Положением о договорной работе в ОАО «РЖД». В случае, если дебиторская задолженность образовалась по причине неоплаты контрагентом суммы, указанной в договоре, ему предъявляется претензия в порядке, предусмотренном договором или настоящим Положением. Размер просроченной дебиторской задолженности определяется по результатам инвентаризации. Эта сумма должна быть отражена в акте по форме N ИНВ — 17. При частичной оплате долга в акте по форме N ИНВ-17 указывается актуальная сумма дебиторской задолженности.

Целью предъявления претензии является обоснованно убедить контрагента в том, что его действия не соответствуют условиям договора и невыгодны для него, принимая при этом меры досудебного разбирательства.

Претензия должна содержать следующие данные:

- наименование контрагента;
- обстоятельства, являющиеся основанием для предъявления претензии, со ссылками на соответствующие статьи договора и нормативных правовых актов;
- указание о предполагаемом способе исполнения обязательств;
- расчет суммы требований по претензии и номер счета, на который должны быть перечислены денежные средства;
- срок исполнения обязательств контрагентом и/или срок ответа на претензию, который не может превышать 60 дней с даты, когда обязательство контрагента должно было быть исполнено, если иной срок не предусмотрен договором или законодательством Российской Федерации;
- информация о мерах, которые будут осуществлены в случае отклонения претензии (приостановка исполнения обязательств ОАО «РЖД», обращение в суд и т.д.);
- дата и регистрационный номер претензии;
- подпись уполномоченного лица.

В случае если контрагент не исполнил заявленные в претензии требования в указанный в претензии срок, дебиторская задолженность подлежит взысканию в судебном порядке.

Учет затрат ведется в соответствии с Единой номенклатурой расходов ОАО «РЖД» и с использованием дополнительной аналитики для удовлетворения требований экономистов различных служб и хозяйств. При этом ведение дополнительной аналитики на данный момент не является унифицированным для ОАО «РЖД».

В рамках функциональности «Планирование, контроль и анализ исполнения хозяйственных договоров» решаются следующие задачи:

- 1) подготовка проектов договоров. В частности:
 - планирование потребности в работах, услугах сторонних подрядчиков, в закупках МТР;
 - планирование реализации собственных работ, услуг, МТР;
 - планирование графиков поставок и графиков платежей по планируемым договорам;
 - формирование проектов договоров, проведение процедур выбора контрагента.
- 2) Оптимизация процесса согласования проектов договоров между причастными подразделениями:
 - оптимизации потоков документальной информации о заключаемых хозяйственных договорах в бумажном и электронном виде;
 - создания единого информационного пространства для ввода, обработки, анализа, хранения данных планируемых к заключению хозяйственных договоров;
 - обеспечения оперативного взаимодействия департаментов, подразделений и их отделов при осуществлении процедур согласования проектов договоров;
 - увеличения скорости прохождения документов;
 - создание подсистемы хранения электронных копий документов (в виде сканированных образов или электронных версий документов);
 - согласование проектов договоров с существующими лимитами (денежных средств, нормативов и пр.), требованиями причастных Департаментов (договора по учету имущества).
- 3) Исполнение хозяйственных договоров:
 - учет исполнения договоров;
 - оперативное планирование и учет исполнения поставок по хозяйственным договорам;
 - оперативное планирование и учет исполнения платежей обязательств по хозяйственным договорам
- 4) Анализ и контроль за исполнением хозяйственных договоров.

Операции движения денежных средств, реализованные в ТДС (ТФС) ЕК АСУФР служат основой для формирования фактических данных об исполнении Платежного баланса, которые используются в Системе казначейского контроля за целевым использованием денежных средств.

Также при формировании исходящих платежных документов активирована функциональность казначейского контроля в виде акцептования платежных поручений ответственным специалистом ЦФК (РЦФК).

Ведение хозяйственных договоров с поставщиками и подрядчиками, покупателями и заказчиками. Ведение хозяйственных договоров на уровне Центрального аппарата. Данные об исполнении хозяйственных договоров отгружаются в Единую базу хозяйственных договоров ОАО «РЖД»

О стабильности валютной системы. Металлические деньги

Ефремова Екатерина Аркадьевна, студент;
Колпак Евгений Петрович, доктор физико-математических наук, профессор
Санкт-Петербургский государственный университет

Дается краткий обзор эволюции денежной системы на территории Европы после возникновения государственной монополии на чеканку монет. Анализируются статистические данные по изменению основных характеристик денежных единиц.

Ключевые слова: *металлические деньги, весовая марка, монетная стопа.*

Введение. Формирование сегодняшнего человека началось около 150 000 лет назад [3]. Постепенное возникновение общин сопровождалось созданием совместного продукта, распределяемого между членами общины. В эпоху первобытнообщинного строя возникли различные формы обмена произведенными продуктами уже между малочисленными общинами. Система натурального обмена сохранилась и в период возникновения первых государств в 5–4 тысячелетиях до нашей эры. Последующая эволюция торговли сопровождалась возникновением эквивалента, такого как, например, скот, кожа и мех, раковины каури и различные другие предметы, отражающего стоимость товара [2, 13]. Постепенно быстро разрушающиеся эквиваленты были вытеснены изделиями из металлов — брусками, кольцами, наконечникам стрел и т.п. Во втором тысячелетии до нашей эры появляются первые монеты, отлитые из бронзы, имеющие различную форму и вес. Но только в VI в. до н.э. в Лидии создается государственная мастерская, в которой чеканились золотые монеты по единому образцу [15]. С этого момента в основу денежно-монетных единиц легли весовые единицы — с каждой условной единицы веса металла стали чеканить определенное количество монет. Этот принцип остался, практически, неизменным вплоть до сегодняшнего дня.

Со временем объем созданных материальных ценностей и их стоимость увеличились настолько, что осуществлять торговые операции, используя в качестве эквивалента металл, стало просто неудобно [13]. Сформировавшаяся к началу XVIII века банковская система стала проводить свои операции с помощью бумажных расписок, которые символизировали драгоценный металл. Этот прием стали использовать правительства государств и руководители регионов. Деньги становились все более символическим инструментом хозяйственной деятельности. На смену «металлическим» деньгам постепенно в XVII — XVIII приходят бумажные деньги [7, 9].

Эллинский период. В Лидии на рубеже VIII–VII вв. до н.э. первые монеты (статеры) чеканились из самородного золота. Постепенно в обращении появились и серебряные монеты. Во времена последнего царя Лидии Креза (595–546 г. до н.э.) золотые статеры весили 8.1 г, а серебряные — 10.8 г. Лидия была завоевана Персидским государством. Царь персидского государства Дарий (522–

486 гг. до н.э.) ввел свою монету: серебряный сикл [4, 11, 12] весом 5.6 г. и золотой дарик весом 8.4 г. Эти монеты были в обращении с VI по IV вв. до н.э. Постепенно серебряные и золотые монеты стали чеканить все государства, но у каждого они имели свое название и свой вес.

В древнегреческих государствах в VII — VI в. до н.э. самой ранней монетной системой, основанной на серебре, была эгинская система [11]. В ее основе лежал талант весом 37.44 кг. Талант равнялся 60 минам, мина — 50 статерам, статер — 2 драхам (6.23 г), драхма — 6 оболам [4]. Эгинскую денежную систему в VI в. до н.э. сменила эвбейская денежная система [11] с весовой единицей в 26.20 кг. В этой денежной системе драхма весила 4.37 г. Эвбейская система была принята в большинстве государств античного мира. Многочисленные монеты того времени отличались друг от друга названием, лицевой стороной, номиналом [16], но принцип чеканки, основанный на выпуске фиксированного количества монет из металла заданного веса, не изменялся.

К античным денежным системам относится и римская монетная система [11]. В ней с середины VI в. до н.э. основную роль играли медные или бронзовые монеты [4, 15]. Чеканка монет началась в середине III в. до н.э. За единицу веса был принят римский фунт (либра, 327.4 г), который и назывался ассом. Асс делился на 12 унций. Чеканились монеты и весом 1/2, 1/3, 1/4 и 1/6 унции [4]. Соотношение стоимости серебра и стоимости меди в то время было 120:1. С учетом этого соотношения определялся и номинал медных монет. Римляне вели многочисленные войны, требующие финансовых затрат. Дополнительные расходы покрывались увеличением выпуска монет за счет уменьшения в них содержания меди. Постепенно количество меди в ассе стало уменьшаться. В начале III в. до н.э. его вес стал меньше первоначального в шесть раз, в конце II века до н.э. — в 12 раз, в I веке н.э. — в 24 раза. [4, 11].

В III веке до н.э. римляне ввели в обращение серебряный денарий весом 1/72 римского фунта (4.55 г). В начале II века до н.э. денарий стал содержать 3.9 грамма серебра, в середине I века до н.э. — 3.4 грамма, в I веке н.э. денарий представлял уже сплав серебра и меди и в III веке н.э. превратился в бронзовую монету [4].

Попытка стабилизировать денежную систему была предпринята римлянами в конце I века до н.э. [11] введе-

нием золотого ауреуса весом 8.2 г. Однако, как и в случае асса и денария, содержание золота в ауреусе постепенно уменьшалось и к IV веку н. э. он содержало около 4.5 грамма золота. В 324 году вместо ауреуса был введен в обращение золотой солид весом 4.55 грамма, который стал основной денежной единицей Римского государства, а затем и Византии [4]. Его вес практически не изменялся вплоть до середины XV века. Длительное в течение трех веков увеличение денежной массы в виде монет за счет уменьшения доли меди и серебра в них постепенно приводило к краху финансовой системы. Динамика изменения веса римских монет относительно их первоначального

веса — медного асса, серебряного денария и золотого ауреуса с IV в. до н.э. VI в.н. э. — отражена на рис. 1 (символом * отмечены статистические данные).

В III веке н.э. на смену серебру приходит золото. Различными способами, в том числе и военными, были накоплены большие запасы золота, которые обеспечили постоянство денежной единицы и стабильность финансовой системы римлян на протяжении двухсот лет. Таким образом, от понимания необходимости принятия мер, обеспечивающих постоянство веса денежной единицы, до их практической реализации римлянам понадобилось около шести столетий.

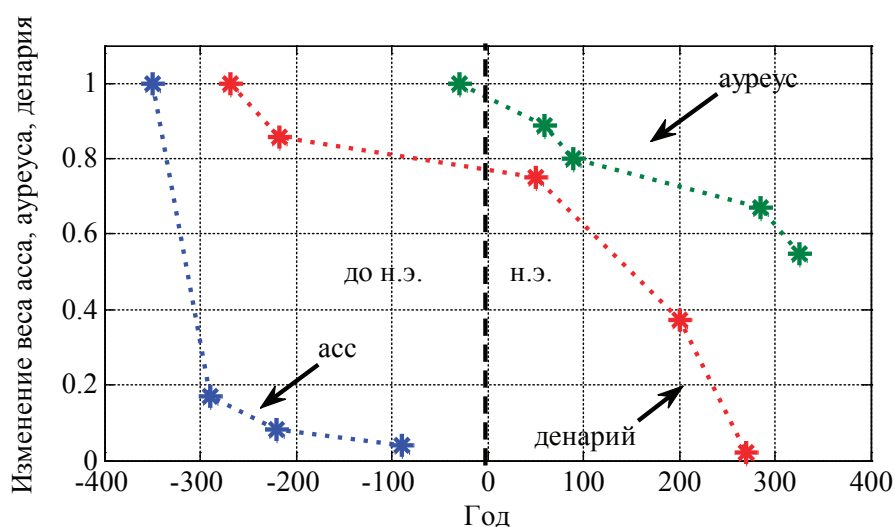


Рис. 1

Марка и монетная регалия. Первый этап формирования денежной системы, материальным носителем которой является металл, закончился в VI веке до н.э. осознанием необходимости выпускать монеты по единому образцу и придерживаться единых правил чеканки монет. Монеты стали чеканить из меди и драгоценных металлов — золота и серебра. Каждая монета имела свое изображение на лицевой стороне, а на обратной стороне указывался ее номинал, определяемый ценой драгоценного металла в ней на момент выпуска в обращение [4].

На смену принятому греками в качестве весовой единицы таланту пришел римский фунт. После распада Римской империи начиная с X века в роли меры веса выступает весовая марка — количество металла, из которого чеканится определенное количество монет [4, 6, 15]. Постепенно в различных регионах Европы стали вводиться многочисленные марки от 200 до 300 грамм (парижская, турская, венская, краковская, испанская, португальская и др. [4]). И только к началу XVI века на территории Европы основной становится кельнская марка весом около 230 грамм. Возник и термин — монетная стопа, под которым понимались вес и количество драгоценного металла в монетах, устанавливаемых законодательством [6].

Под монетной регалией понимается исключительное право государства на чеканку монет и выпуск их в обращение [6]. Этот принцип соблюдался еще во времена чеканки первых монет в Лидии. Качество монет обуславливается одинаковым содержанием в них драгоценного металла и единством монетной системы страны. С начала чеканки монет в VIII веке до н.э. началась финансовая эксплуатация монетной регалии. Суть ее — уменьшение содержания драгоценного металла в монете при сохранении ее номинала. В обращение появляются монеты с разным содержанием драгоценного металла, но с одинаковым номиналом. В результате ухудшенная монета постепенно вытесняет полноценную монету. Наибольший доход от этого имеет обладатель монетной регалии, поскольку он либо успевает купить полноценную монету, либо принудительно обменять облегченную монету на полноценную, объявив последнюю недействительной [6]. Уменьшение веса драгоценного металла в монете с сохранением ее номинала уменьшает ее покупательскую способность и приводит к ухудшению экономического положения населения.

После распада Римской империи на территории Европы возникли многочисленные небольшие государства и различные территориальные объединения, в которых чеканились собственные золотые, серебряные и медные

монеты различного веса. Периодически власти, начиная с царя Дария [12], использовали монетную регалию в своих корыстных интересах, выпуская многочисленные монеты с различным содержанием драгоценного металла и нарушая тем самым систему экономических взаимоотношений. И этот процесс продолжался вплоть до появления в обращении бумажных денег в конце XVIII века. На этот момент было описано более 70 000 древних монет [11].

Франция. Распад Римской империи на Западную и Восточную произошел в конце IV века [9]. Западная Римская империя распалась во второй половине V века (476 г.). С этого момента на территории Европы в многочисленных войнах происходит объединение отдельных государств, имеющих свою монетную систему. К концу VIII века представитель династии Каролингов (751–988 гг.) Карл Великий сумел основать империю, занимающую большую часть Европы [9]. На территории империи вводится королевская монополия на чеканку денег (755 г.), а в 780-е годы Карлом Великим проводится денежная реформа. Создается единая денежная система, основной единицей которой становится серебряное денье, содержащее 1.7 г серебра. Денье должно было заменить различные серебряные монеты и золотые солиды. Однако, в середине IX века произошел распад империи [9], и во вновь образовавшихся государствах крупные феодалы начинают чеканить собственную монету.

В X веке к власти пришла династия Капетингов (988–1328 гг.), при которой монеты династии Каролингов были подвергнуты перечеканке [4, 9]. На новых монетах появился символ новой правящей фамилии. В результате проведенной реформы денье потеряло в весе около 0.4 грамма. Каждый новый правитель династии стал чеканить монету с собственным знаком, изменять содержание в монетах драгоценного металла при сохраняющемся номинале. Большинство монет имели собственные наименования, а определение их реальной стоимости было довольно сложным делом. Феодалы, как и при Карле Великом, продолжали чеканить собственную монету вплоть до конца XII века [4].

В XII веке была произведена очередная попытка стандартизировать размеры денье и оболв, выпускаемых на разных монетных дворах, а сами дворы объявить закрытыми королевскими учреждениями. Однако, полностью отменить частное владение монетными дворами не удалось. Поэтому государство, поддерживая вес и пробу собственных монет неизменными, надеялось таким образом вытеснить частные монеты. И только в XIII веке произошла стандартизация монет, которые стали чеканиться на парижском и турецком монетных дворах [4]. Были введены в обращение золотые эцю весом 4.04 грамма. Вид монет и содержание драгоценных металлов в денье и эцю не изменялись вплоть до начала многолетней войны с Англией.

Начавшаяся в XIV веке Столетняя война (1337–1453) между Англией и Францией привела к очередному расстройству денежной системы. В этот период осуществляется несколько выпусков монет с низким содержанием драгоценного металла, периодически официально понижается их номинальная стоимость (например, в 1385, 1388 и 1411 гг.). К окончанию Столетней войны эцю, оставаясь основной монетой королевства, потерял в весе около 50%. Такие же потери произошли и со всеми серебряными монетами, включая денье, имевшими хождение на территории Франции [4]. Установившийся к окончанию войны вес золотого эцю оставался стабильным вплоть до конца XVI века. На рис. 2 отражена динамика изменения веса золотого эцю с 1226 по 1589 гг., вес эцю 1225 года принят за единицу.

Междоусобные распри во Франции и ее войны с соседними государствами с VIII по XVI век неоднократно приводили как к ослаблению, так и к усилению серебряного денье. Серебро в денье постепенно заменялось медью. Эта порча денье продолжалась вплоть до конца XVIII века. На момент превращения к началу XVIII века серебряного денье в медное его стоимость уменьшилась в десять раз по сравнению с первоначальной стоимостью. Динамика изменения содержания серебра в денье с 800 по 1600 г. отражена на рис. 3, вес денье 760 года принят за единицу.

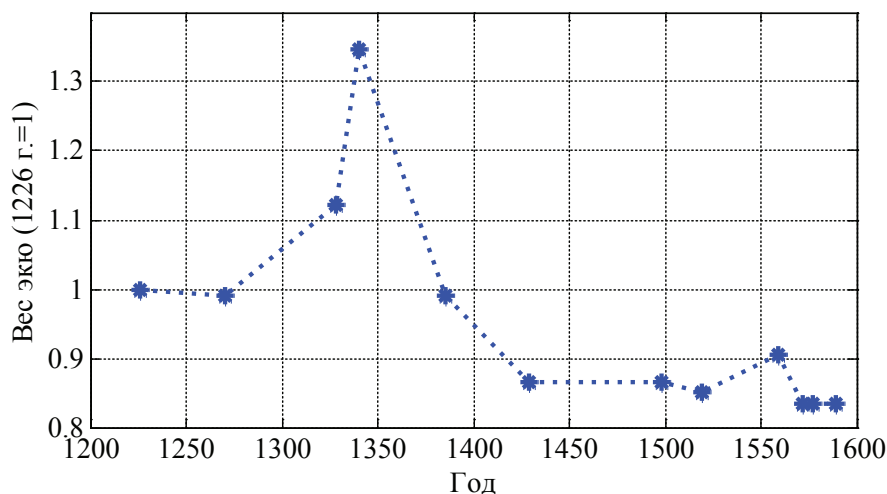


Рис. 2

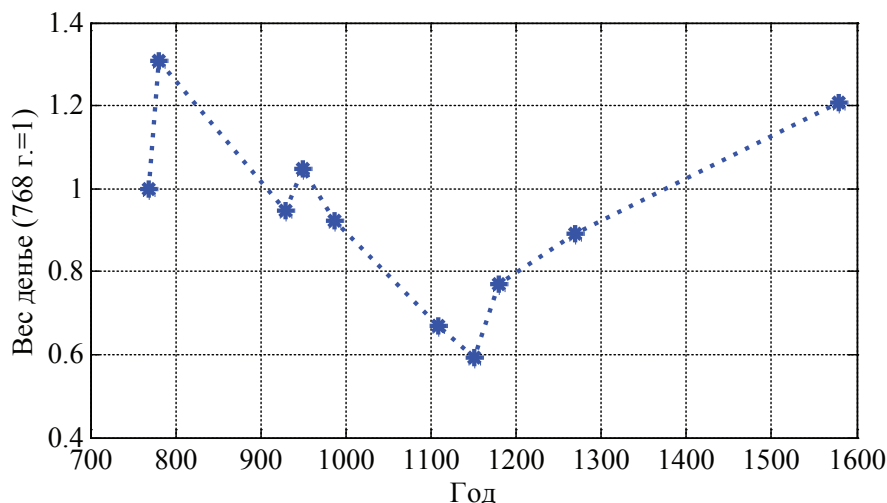


Рис. 3

После окончания Столетней войны происходит окончательное объединение всех территорий в централизованное государство. Предпринимаются шаги по реформированию денежной системы. Сначала вводится в обращение медное денье. Однако, эта попытка оказалась неудачной — за 10 лет вес медного денье упал в два раза. В середине XVI века были введены в обращение серебряный экю и золотой луидор. Экю вплоть до конца XVIII века постоянно ухудшался, менялись его тип, вес и внешний вид [4]. Каждый новый выпуск серебряного экю осуществлялся перечеканкой предыдущего выпуска. Золотой луидор, ставший основной золотой монетой государства, также как и экю, просуществовал до конца XVIII века. Содержание золота в нем постоянно изменялось и, как правило, не соответствовала содержанию, установленному законом [4, 15].

В начале XIX века выводятся из обращения монеты с символами королевской власти, и вводится новая монета — серебряный франк. Но время металлических денег уходит в прошлое — во Франции начинается процесс замены металлических денег на бумажные [9].

Англия. После распада Западной Римской империи на территории Англии основной монетой, начиная со второй половины VIII века, стал серебряный пенни, содержащий 1.29 грамма серебра. На территории государства была введена единая монетная стопа [4, 15]. Единственной монетой государства пенни оставался вплоть до XIV века. В XIV веке был выпущен серебряный гроут, равный четырем пенни, а в начале XVI века — шиллинг, равный 12 пенни. Гроут чеканился до середины XVII века с весом от 5.2 до 8.9 грамма. Чеканка серебряного шиллинга прекратилась в середине XX века. Содержание серебра в нем изменялась от 5.23 до 8.68 грамма.

Англия в XI подверглась нашествию викингов. Мастера чеканки монет перестали соблюдать общий стандарт. Стали появляться монеты разного качества, с разным содержанием серебра. Наступившие после нашествия викингов внутренние распри, гражданские войны и войны

с соседними государствами не позволяли упорядочить денежную систему. На рис. 4 отражено изменение содержания серебра в пенни с 755 по 1664 год, вес пенни 755 года принят за единицу. Но, несмотря на периодическое изменение веса пенни (рис. 4), монета имела высокую пробу и считалась твердой валютой в большинстве европейских государств. Попытка ввести в обращение медные деньги в конце XVIII века окончилась, как и во Франции, неудачей — за 10 лет они обесценились в два раза [4].

Европа. Единая монетная система на территории всей Европы после распада Западной Римской империи отсутствовала. В каждом государстве также как и на территории Франции чеканили свою монету, была своя весовая марка и своя монетная стопа. Изначально за образец денежной единицы брались римский серебряный денарий или золотой солид. Но вес отдельных монет постоянно менялся. Это было вызвано либо многочисленными войнами, для ведения которых при сохранении номинала чеканились монеты с меньшим содержанием драгоценного металла, либо в корыстных целях использовалась монетная регалия. Зачастую право чеканить монеты получали и отдельные территории или организации. Некоторые государства перечеканивали монеты соседей и выпускали свои монеты с тем же наименованием и несколько измененным весом. Все это приводило к появлению многочисленных монет разного достоинства [4, 15] и, естественно, не позволяло ввести в обращение единую монету из драгоценного металла. Так, например, византийский солид к VI веку н.э. превратился в шиллинг. Шиллинг чеканился в Пруссии, Франконии, Швабии, Любеке, Гамбурге, Висмаре, Лютенберге. Чеканка шиллинга продолжалась и в первой половине XX века. Он был и золотым, и серебряным, и медным. Постоянно менялся его вес. Вес в граммах серебряного шиллинга с 1351 по 1580 год изменялся в следующей последовательности: 1.39, 0.24, 4.10, 1.50, 1.30, 1.90, 1.52, 1.12, 1.50, 1.60 грамма.

Постоянно изменялась и цена монет различных государств, измеренная в золоте. Введение Карлом Великим

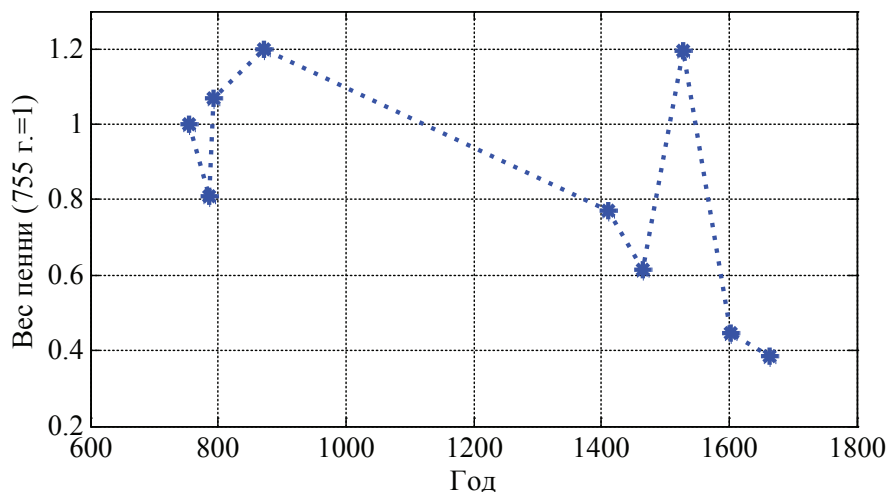


Рис. 4

в империи серебряного денге в качестве основной денежной единицы постепенно привело к исчезновению в Средней и Западной Европе монет из более ценного металла — золота. К середине XIII века в Южной Италии были накоплены запасы золота в количестве достаточном для выпуска золотой монеты высокой пробы. Отчеканенный в 1252 году во Флоренции золотой флорин постепенно проник в Европу и имел хождение более 400 лет.

Вес флорина 3.537 г. не изменялся на протяжении нескольких столетий. В XIII — XVI веках он был твердой валютой в Европе [17]. Изменение стоимости флорина в местной валюте с 1252 года по 1500 в Париже, Лондоне, Венеции и Вене отражено на рис. 5, вес флорина принят за единицу. То есть на всей территории Европы в этот период постоянно уменьшалась цена местной валюты (и серебряной, и золотой) по отношению к золоту флорину.

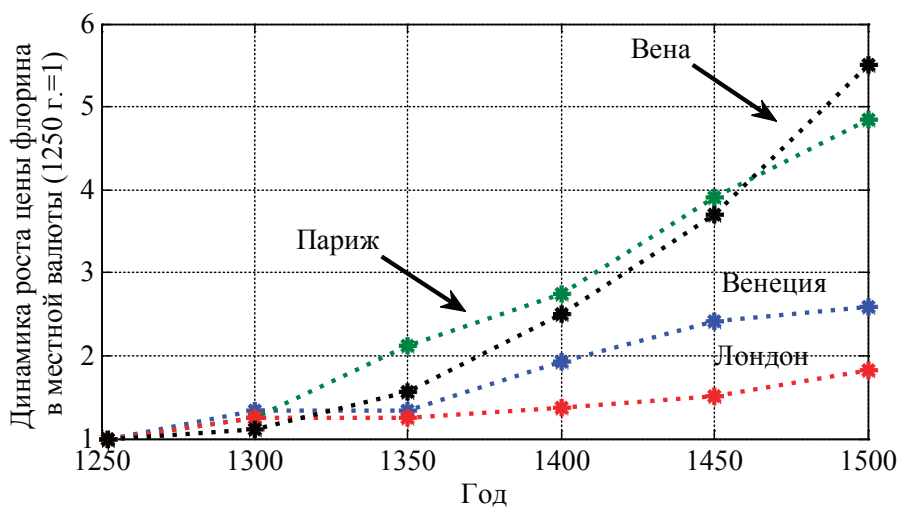


Рис. 5

Россия. Древняя Русь не имела собственных источников драгоценных металлов. Денежный оборот Руси в X веке обеспечивался византийскими и арабскими монетами [5, 6, 10, 14]. Первым чеканить серебряные и золотые монеты на территории Руси стал великий князь Киевский Владимир I Святославович (ок. 960–1015). С этого момента все Киевские князья и князья русских княжеств начали чеканить собственные монеты (единой монетной системы до 1535 года в стране не существовало). Чеканка монет осуществлялась либо из импортного драгоценного металла, либо перечеканкой монет иностранных государств.

Счетной и весовой единицей в древней Руси была куна [6, 14]. Так называли проникший на Русь в IX веке восточный серебряный дирхем весом 3.9 г. Это же название сохранилось и за западноевропейским денарием весом около 1.5 г., появившемся на территории Руси позднее [6]. Денарий в X веке весил 1.5 г, к концу XIII его вес уменьшился до 0.15 г. Нестабильность западноевропейской денежной системы привела к возникновению в X–XI веках на Руси своей денежной системы. В роли весовой марки стала выступать гривна весом 50 г. (к началу XIV века вес гривны увеличился до 200

грамм). Денежной единицей стала куна весом около 2 г. (1/25 гривны) [6, 14]. В начальный период татаро-монгольского ига (в XII и XIII веках) русские князья собственную монету не чеканили, а обходились чужеземными деньгами [6]. Наиболее распространенной была татарская деньга весом 1.42 грамма. Дмитрий Донской возобновил чеканку русской деньги весом 0.95 грамма по образцу татарской. Вес монет периодически изменялся. Наиболее сильно он изменился в период правления Василия II Темного (1415–1462) — деньга стала содержать 0.91 грамм серебра, затем 0.89, 0.87, 0.85, 0.82, 0.80, 0.71 грамма.

В начале XIV века Новгородская гривна стала называться рублем [6, 10, 14]. Рубль представлял серебряный слиток весом 204.756 грамм. Рубль отливался в Новгороде из серебра, привозимого из Западной Европы. Слитки серебра во второй половине XV века выходят из обращения, а рубль, равный 100 копейкам, остается счет-

ными понятием. В обращении остаются татарская деньга 1.42 грамма и русская деньга 0.95 грамма, чеканившиеся в Новгороде и в Москве. Уменьшение веса серебряного рубля с 1390 по 1885 г. относительно его веса в 1390 году отражено на рис. 6, вес серебряного рубля в 1390 г. принят за единицу.

В 1535 году Елена Глинская, будучи вдовой русского царя Василия III, провела денежную реформу введя, фактически, единую валюту на территории Руси в виде серебряной копейки весом 0.68 грамм [6, 14]. Эта копейка сохранилась вплоть до 1606 года. После изгнания в начале XVII века поляков из Москвы правительство начинает чеканить монеты по новой монетной стопе, в очередной раз уменьшив вес серебряной копейки. Стабилизация веса копейки произошла в 1770-х годах после введения в России в оборот бумажных денег [7, 8]. И вес 0.28 г серебряной копейки сохранился вплоть до введения в конце XIX века в стране золотого стандарта [6].

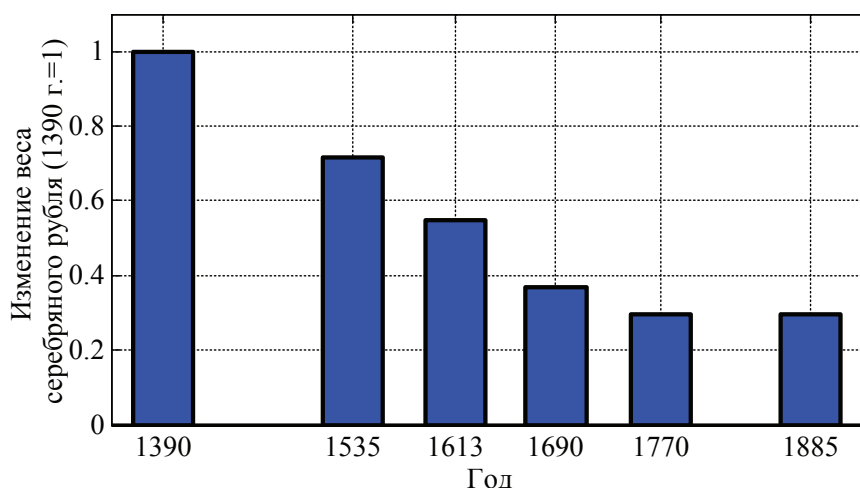


Рис. 6

В середине XVII века в России была предпринята попытка ввести в обращение медные монеты вместо серебряных. Она оказалась неудачной: 1 марта 1659 года серебряный рубль стоил 100 медных копеек, 1 марта 1661 года — 150, 1 сентября 1661 года — 450, 1 декабря 1661 года — 600, 1 марта 1662 года — 900, 1 марта 1662–1100. Падение курса медных денег привело к народному бунту 1662 года [1] и медные деньги были выведены из обращения. Снова медную копейку в обращение ввел Петр I. Но и здесь с 1700 по 1850 гг. вес медной копейки неоднократно изменялся. На рис. 7 отражено изменение веса медной копейки с 1700 по 1850 гг., вес копейка в 1700 году принят за единицу.

Монетные сословия и союзы. В Германии в середине XIII века произошло образование феодальных княжеств. Феодальные князья присваивали себе право чеканки монет. В борьбе с феодалами города добились права также чеканить свои монеты. В результате возникли монетные сословия [4, 15]:

- светских феодалов (курфюрсты, герцоги, графы);
- духовных феодалов (епископы, магистры, аббаты);
- городов (имперские и вольные города).

Монетные сословия устанавливали свою монетную стопу, используя монетную регалию. В результате в обращении появились многочисленные монеты разного веса с разным содержанием драгоценного металла. Монетная система разных стран, а порой и внутри одного государства, отличались настолько, что было сложно определить, сколько монета одного государства стоит в другом.

В XIV веке были предприняты попытки создать монетные союзы различных крупных феодальных территорий для установления единой монетной системы [4, 15]. В союзе устанавливалась единая весовая марка и единая стопка, выпускалась своя денежная единица, брались обязательства принимать её в своих казначействах. Так возникли

- Вендский союз в 1378 г.;
- нижнесаксонский союз в 1382 г.;

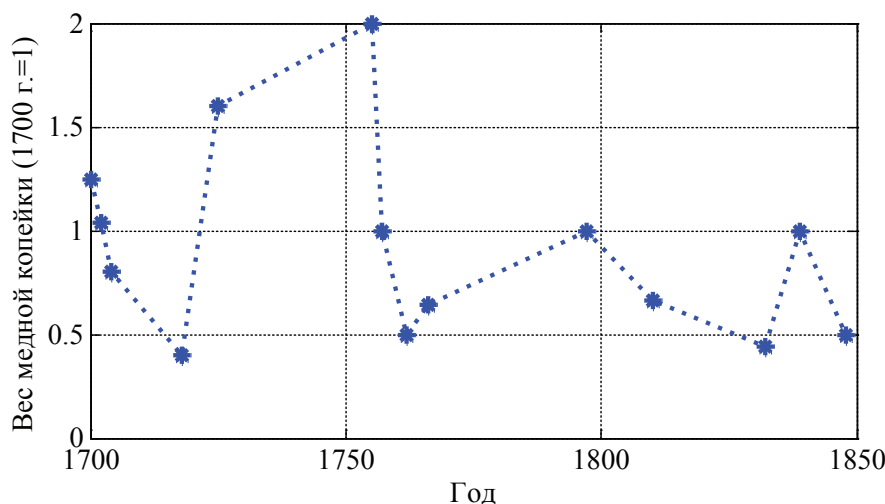


Рис. 7

- Раппенский союз в 1387 г.;
- союз рейнских курфюрстов в 1386 г.;
- Любекский монетный союз в 1392 г.;
- Союз швабских князей и городов в 1396 г.;
- франконский монетный союз в 1396 г.

На территории современной Германии создавалось множество других монетных союзов, но денежная система в них также была далека от совершенства: вместо того, чтобы создать прочную единую валюту — рынок наводнялся новыми монетами, лишь добавляя проблем обменщикам. Первые союзы не обязывали государства отказываться от чеканки собственных монет в пользу союзных, не заставляли выводить из обращения старые монеты. Новые же монеты не были значительно лучше качеством старых и не могли вытеснить их на рынке. Большинство союзов просуществовало несколько десятилетий. Затем союзы либо распались, либо принимали монетный устав Священной Римской империи. Наиболее известный Вендский союз, объединивший северогерманские города, просуществовал около 200 лет.

Последние попытки создания монетных союзов для стабилизации денежной системы были предприняты XIX веке. Наиболее известным союзом того времени является Южно-германский монетный союз, объединивший государства южной и центральной Германии, созданный в 1837 году. Страны, подписавшие данный союз ввели в обращение новую монету, вместе с тем не отменяли старых, согласовав только курс их обмена. А это в свою очередь совершенно не облегчило работы государства в финансовой сфере и союз распался уже в 1871 году. Одновременно с Южно-германским монетным союзом был образован и союз во главе с Пруссией — Дрезденская монетная конвенция, что привело к существованию двух денежных систем на территории германских государств. Чуть позже Франция выразила желание в создании собственного монетного союза, оказавшегося более стабильным, чем немецкие. В данном союзе оговаривалась лишь проба выпускаемых монет —

содержание в них серебра и золота. Соглашение между четырьмя странами вступило в силу в 1866 году. Позже к ним присоединилось еще 10 стран. Этот союз можно назвать наиболее стабильным, однако не идеальным — введение огромного количества бумажных денег, изменение соотношения цен золота и серебра, произошедшее в середине XIX века, а так же политическая нестабильность в начале 20 века привела к распаду союза.

Различные меры, предпринимаемые в государствах с целью лишения монетной регалии у монетных сословий и монетных союзов, не приводили, как правило, к успеху. Так, например, попытка избавиться от запутанности монетного дела была предпринята в середине XVI века введением монетных уставов Священной Римской империи. Предполагалось ввести в империи единую монетную стопу и осуществлять контроль над чеканкой монет [4, 14]. Однако, эти мероприятия не ликвидировали неразбериху в денежной системе. Безрезультатной оказалась и попытка в XVI веке взять под контроль монетные сословия [4, 14]. Тем не менее, в XVII—XVIII веках влияние монетных сословий постепенно уменьшалось. Окончательная их ликвидация произошла только в начале XIX века с введением в обращение бумажных денег. Все предпринимаемые на протяжении нескольких веков попытки введения единой монетной системы не приводили к желаемому результату вплоть до конца XIX века.

Заключение. Принцип чеканки монет из драгоценных металлов для денежного обращения, основанный на веховой марке и монетной стопе, существует более двух с половиной тысяч лет. Но за этот период не удалось на длительном временном интервале (100—200 лет) создать устойчивую денежную систему. В период Римской Империи обесценивание монет было вызвано, в основном, различными внутренними экономическими и политическими причинами, появившимися в государстве. В период средневековой раздробленности Европы расстройство денежного обращения было вызвано не только экономическими и политическими причинами, но и пе-

риодической эксплуатацией монетной регалии в личных целях. Попытки создания единой монетной системы даже на территории одного государства требовали многих затрат и, как минимум, нескольких десятилетий или даже столетий. Монетные союзы, призванные создать единую валюту для нескольких государств, оказались менее стабильными, и более чем за тысячу лет не было создано

ни одного успешного. Монетная денежная система на территории европейских государств так и осталась разобщенной вплоть до возникновения бумажных денег. Создать единую устойчивую денежную систему на территории Европы, несмотря на неоднократные предпринимаемые на протяжении более двух тысячелетий попытки, не удалось.

Литература:

1. Базилевич, К.В. Денежная реформа Алексея Михайловича и восстание в 1662 г. М.— Л.: Академия наук СССР, 1936. — 120 с.
2. Бланделл, С. Справедливая торговля. М.: Книжный Клуб Книговек, 2015. — 192 с.
3. Вишняцкий, Л.Б. Введение в преисторию. Проблема антропогенеза и становления культуры. Кишнев: Высшая Антропологическая школа, 2005. — 396 с.
4. Зварич, В.В. Нумизматический словарь. Львов. 1980. — 338с.
5. Кауфман, И.И. Русский вес, его развитие и происхождение в связи с историей русских денежных систем с древнейших времен. Опыт исследования И.И. Кауфмана. СПб.: тип. Имп. Аккад. Наук, 1906. — 92 с.
6. Кауфман, И.И. Серебряный рубль в России от его возникновения до конца XIX века. Опыт исследования И.И. Кауфмана. СПб.: тип. Б.М. Вольфа, 1910. — 268 с.
7. Кашкаров, М. Денежное обращение в России. Т. 1. С.— Петербург. 1898. — 226 с.
8. Кашкаров, М. Денежное обращение в России. Т. 2. С.— Петербург. 1898. — 105 с.
9. Литтлвуд, Й. История Франции. М.^АСЕ: Астрель, 2008. — 224 с.
10. Мельникова, А.С. Русские монеты от Ивана Грозного до Петра Первого (история русской денежной системы). М.: Финансы и статистика, 1989. — 318 с.
11. Немировский, А.И. История древнего мира. Античность. М. Русь, 2007. — 927 с.
12. Олмстед, А.Т. История персидской империи. М.: ЗАО Центрполиграф, 2012. — 575 с.
13. Орленко, Л.В. История торговли. М., Ид «Форум»: Инфра-М, 2006. — 352 с.
14. Прозоровский, Д.И. Монета и вес в России до конца XVIII столетия. С.— Петербург, Тип. А. Траншеля, 1865. — 465 с.
15. Феглер, Х., Гироу, Г., Унгер, В. Словарь нумизмата. М.: Радио и связь, 1982. — 328 с.
16. Энциклопедия искусства древнего мира. М. 2002. — 352 с.
17. Fantacci, L. The dual currency system of Renaissance Europe. *Financial History Review*. — 2008. — V. 15. — N.1. — P. 55–72.

Организация системы аудита на ООО «Керчьхолод»

Жученко Екатерина Александровна, магистрант
Керченский государственный морской технологический университет

Вся экономическая система, как и хозяйство отдельного субъекта, имеет свою целевую функцию, которая реализуется и достигается за помощью эффективно действующего управления.

Основные направления аудита основных средств должны обеспечить:

- контроль за начислением и сохранностью основных средств;
- правильность отнесения предметов к основным средствам;
- правильность оценки основных средств;
- правильность оформления и отражения в учёте операций по поступлению и выбытию основных средств;

— правильность оформления и отражения в учёте амортизации и ремонта основных средств;

— правильность отражения данных о наличии и движении в бухгалтерском учёте и отчётности основных средств.

Аудиторский процесс состоит из начальной, исследовательской и завершающей стадий [1, с.26].

Начальная (подготовительная) стадия включает определение объекта аудита, согласование условий проведения аудиторской проверки, оценку уровня аудиторского риска и системы внутреннего контроля, организационно-методическую подготовку стадии менеджеры находят клиентов, договариваются о стоимости услуг.

Эта стадия является сугубо коммерческой, поэтому фирмы ей уделяют наибольшее внимание, она не требует от сотрудников специальных знаний в области учета и контроля. Именно поэтому ее могут выполнять специалисты, которые не имеют бухгалтерского образования. При выборе объектов аудиторская фирма использует составленный план своей деятельности и план-график проведения аудиторских проверок.

Исследовательская (методическая) стадия аудита проходит непосредственно на предприятии. На этой стадии аудиторами осуществляется:

- изучение объекта аудита; корректировка программы аудита;
- проведение проверок, инвентаризаций, опрос администрации и сотрудников предприятия, третьих лиц;
- изучение содержания документов и хозяйственных операций.

Завершающая стадия аудиторской проверки предусматривает проведение следующих мероприятий:

- обобщение, систематизация и анализ результатов аудиторской проверки;
- оценка возможности дальнейшего функционирования предприятия;
- оценка дальнейших событий (событий после даты составления баланса);
- получение письма-подтверждения;
- составление аудиторского заключения и другой итоговой документации.

Во время контроля с использованием вычислительной техники учитываются такие факторы:

- уровень автоматизации задач бухгалтерского учета;
- наличие методик проведения анализа на предприятии;
- доступность учетных данных;
- сложность существующей автоматизированной системы учета, контроля и анализа.

Для повышения эффективности аудита и координации аудиторских процедур с работой персонала клиента аудитор вправе обсуждать отдельные разделы системы аудита, такие как, общий план аудита и определенные аудиторские процедуры с руководством и персоналом клиента [2, с. 368]. При этом он несет ответственность за содержание общего плана, программы аудита. Общий план (Таблица 1) является описанием предполагаемого объема и порядка проведения проверки.

Общий план аудита, прежде всего, определяет последовательность действий аудитора. Поэтому он должен быть достаточно подробным для того, чтобы служить руководством при разработке программы аудита. Вместе с тем форма и содержание общего плана аудита могут меняться в зависимости от масштабов и специфики деятельности аудируемого лица, сложности проверки и конкретных методик, применяемых аудитором.

В общем плане аудиторская организация должна предусмотреть сроки проведения аудита и составить график проведения аудита, подготовки отчета, аудиторского заключения.

При разработке общего плана аудита аудитору необходимо принимать во внимание:

- деятельность аудируемого лица;
- предполагаемые уровень риска и существенность;
- характер, временные рамки и объем процедур;
- координацию и направление работы, текущий контроль и проверку выполненной работы;

По результатам изучения информации о клиенте разрабатывается стратегия аудита, т.е. что именно должно быть проверено и каким образом. Определяются области, значимые для аудита, которые отсутствуют у клиента или по первоначальному впечатлению представляются мало значимыми для аудита и могут не проверяться.

Программа аудита (Таблица 2) является набором инструкций для аудитора, а также средством контроля и проверки выполнения работы.

В соответствии с аудиторскими стандартами различают программу тестов средств контроля и программу сальдо счетов и групп однотипных операций.

Общий план аудита и программа аудита должны по мере необходимости уточняться и пересматриваться в ходе аудита.

Учет основных средств осуществляет бухгалтер по вопросам основных средств при непосредственном контроле главного бухгалтера.

Система внутреннего контроля на ООО «Керчь-Холод», осуществляемая сотрудниками предприятия, не может быть в достаточной степени независимым, однако, благодаря повседневному осуществлению ее процедур, является эффективным инструментом формирования полезной и оперативной информации.

Таблица 1. Общий план аудита основных средств

Планируемые виды работ	Период проведения	Исполнители
Ознакомление с порядком ведения картотеки ОС и инвентарных списков по конкретным МОЛ;	05.04	Милянович Г. М.
Аудит поступления, перемещения и выбытия основных средств	06.04	Беляев Г. Е.
Аудит амортизации основных средств	06.04	Корякина Е. А.
Аудит ремонта основных средств	08.04	Корякина Е. А.
Проверка отражения на счетах бухгалтерского учета	09.04	Беляев Г. Е.

Таблица 2. Программа аудита основных средств Проверяемая организация: 000 «Керчьхолд».
Период аудита: 04.04.2016–11.04.2016.

№ п/п	Перечень аудиторских процедур по разделам аудита	Период проведения процедур проверки	Исполнители	Название рабочих документов аудитора	Примечание
I	Начальная стадия аудита				
	Заключение договора	04.04	Максимов В. К.	Договор	
	Составление программы проведения аудита	05.04	Беляев Г. Е.	Программа	
	Составление плана проведения аудита	05.04	Корякина Е. А.	План	
II	Исследовательская стадия аудита				
	Ознакомление с порядком ведения картотеки ОС и инвентарных списков по конкретным МОЛ;	05.04	Милянович Г. М.	Картотека ОС, инвентарные списки, приказы о назначении МОЛ (программа 1С: бухгалтерия — учет основных средств)	Наличие документов, заполнение всех реквизитов, присвоение инвентарных номеров
	Аудит поступления, перемещения и выбытия основных средств	06.04	Беляев Г. Е.	Акт приемки-передачи (внутреннего перемещения) основных средств 03-1, акт списания основных средств 03-3, главная книга, финансовая отчетность	Проверка наличия, оформление договоров, счетов-фактур, накладных, наличие распоряжения о создании комиссии на передачу ОС, установить причину списания, целесообразность и законность списания
	Аудит амортизации основных средств	06.04	Корякина Е. А.	Расчет амортизационных отчислений по ОС, Приказ об учетной политике в части учета ОС, Главная книга по счетам 10, 13, 15	Получить перечни ОС с истекшими нормат. сроками эксплуатации, ОС переданные организацией в аренду, Суммы итог по ведомости начисления износа д. Совпадать с оборотами по счету 13
	Аудит ремонта основных средств	08.04	Корякина Е. А.	Акт приемки-сдачи отремонтированных, реконструированных и модернизированных объектов 03-2, сметы и планы ремонта ОС	
	Проверка отражения на счетах бухгалтерского учета	09.04	Беляев Г. Е.	Учетные регистры по счетам 10,13, 15,424,712, 746, 976, 01, 09	Полнота и правильность оприходования и списания стоимости и суммы износа со счетов их учета, правильность определения финансового результата
III	Завершающая стадия аудита				
	Составление аудиторского заключения	11.04	Максимов В. К..	Аудиторское заключение	

Общество с ограниченной ответственностью «Керчь-холод» использует автоматизированную систему учета основных средств. Автоматизированное решение задач по контролю основных средств, прочих необоротных активов и нематериальных активов на АРМБ базируется на создании и ведении информационной базы о наличии основных средств, формируемых на основании инвентарной картотеки.

Руководитель аудиторской фирмы: Харламова В. Д.

Руководитель аудиторской проверки: Попова Е. Д.

Литература:

1. Грачев, А. Ю. «Аудит учета основных средств»/ А. Ю. Грачев // В курсе правового дела. — 2006. — № 12. С. 26–29.
2. Мерзликина, Е. М., Никольская Ю. П. Аудит: Учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 368с.

Чтобы выяснить, все ли учтенные основные средства действительно существуют на конец отчетного периода, аудитор осуществляет следующие процедуры:

- наблюдение за инвентаризацией основных средств;
- проверку физического наличия основных средств (от учетных записей к физическому наличию и от физического наличия к учетным записям);
- проверку соответствия данных аналитического учета данным синтетического учета и отчетности.

Неустраняемые различия между бухгалтерским и налоговым учетом в части учета объектов основных средств

Зайцева Екатерина Валерьевна, студент

Научный руководитель: Астахова Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье рассматривается выявление и отражение неустраняемых разниц между бухгалтерским и налоговым учетом в части объектов основных средств на бухгалтерских счетах.

Ключевые слова: континентальная модель, англосаксонская модель, различия, переоценка, амортизация, остаточная стоимость, резерв на ремонт.

В мировой теории и практике существуют две модели взаимодействия бухгалтерского и налогового учета.

Первая модель носит название континентальная и состоит в том, что бухгалтерский и налоговый учет фактически одинаковы, совпадают. При этом бухгалтерский учет реализует все фискально-учетные задачи. В данной модели определение «балансовая прибыль» отождествляется с определением «налогооблагаемая прибыль». Главной особенностью континентальной модели является то, что финансовая отчетность составляется в интересах государственных налоговых органов. В соответствии с этой моделью, учет — единая целостная система, которую невозможно разделить на части. Учетные системы Испании, Германии, Швеции, Италии, Швейцарии относятся к континентальной системе.

Вторая модель именуется Англосаксонской или Британо-американской и предполагает параллельное существование бухгалтерского и налогового учета как двух самостоятельных систем, преследующих различные цели. Суть данной модели состоит в том, что сумма балансовой прибыли принципиально отлична от налогооблагаемой величины. А отличительная особенность англосаксонской модели связана с тем, что финансовая отчетность составляется в первую очередь в интересах собственников.

Учетные системы Великобритании, США, Канады, Австрии, Нидерландов и ряда других стран относятся к англосаксонской. Однако следует отметить, что на практике бывает достаточно трудно, а порой даже не представляется возможным однозначно идентифицировать модель, которая применяется в том или ином государстве.

Современная учетная система России формировалась на основе англосаксонской модели.

Существование нескольких видов учета увеличивает нагрузку на организацию. Компаниям приходится привлекать дополнительные ресурсы, а это в свою очередь заставляет их повышать цены на изготавливаемую и реализуемую продукцию, выполненные работы, оказанные услуги. В связи с этим с 2002 года (когда была введена в действие глава 25 НК РФ «Налог на прибыль организаций», благодаря которой и появился налоговый учет), многие эксперты говорят о необходимости сближения налогового и бухгалтерского учета. Также о необходимости такого сближения неоднократно говорилось на государственном уровне, в том числе — в Основных направлениях налоговой политики РФ на 2015 и 2016 годы. Однако за эти годы применения главы 25 НК РФ на законодательном уровне были введены лишь точечные незначительные поправки, так и не сократившие принци-

пиальных различий между бухгалтерским и налоговым учетом.

Автору в данной статье и хотелось бы рассмотреть различия между бухгалтерским и налоговым учетом в части основных средств, устранение которых не представляется возможным.

Первым различием являются суммы, полученные по результатам переоценки объектов основных средств. Особенность процесса переоценки состоит в том, что его результаты отражаются только в бухгалтерском учете (п. 14 и п. 15 ПБУ 6/01). В налоговом учете сумма оценки или дооценки объектов основных средств не является доходом или расходом и не изменяет его стоимость, на базе которой компания начисляет амортизацию (абз. 6 п. 1 ст. 257 НК РФ).

Убрав данное расхождение можно, если организация откажется в бухгалтерском учете от проведения переоценки объектов основных средств. Однако на практике существует достаточно много предприятий, которые проводят переоценку объектов основных средств, например, для того, чтобы показатели бухгалтерской финансовой отчетности выглядели более привлекательными для инвесторов и кредитных учреждений. Или, чтобы не допустить сокращения размера чистых активов организации в сравнении с величиной ее уставного капитала (п. 4 ст. 90 и п. 4 ст. 99 ГК РФ).

В большинстве случаев переоценка основных средств влечет за собой увеличение стоимости переоцениваемых объектов, хотя существуют случаи и снижения их стоимости. По мнению автора, если собственники организации испытывают необходимость улучшения показателей бухгалтерской финансовой отчетности, то такие доводы, как расхождения в учете, вряд ли повлияют на принятие решения о проведении переоценки. Поэтому данную разницу сложно устранить для организации различия.

Важным моментом в процессе проведения переоценки является то, что смысла от этого способа сближения бухгалтерского и налогового учета вообще не будет, если организация ранее уже проводила переоценку. Дело в том, что, проведя ее хотя бы один раз, впоследствии придется проводить регулярно (п. 15 ПБУ 6/01). Отказ от проведения переоценки законодательством не предусмотрен. Поэтому в такой ситуации данное различие устранить невозможно.

Вторым расхождением является сумма амортизации объектов основных средств после модернизации. В бухгалтерском учете затраты на модернизацию объекта основных средств после ее окончания увеличивают первоначальную стоимость такого объекта, если в результате их осуществления улучшаются (повышаются) первоначально принятые нормативные показатели функционирования (срок полезного использования, мощность, качество применения) объекта основных средств (п. 27 ПБУ 6/01). В случаях улучшения первоначально принятых нормативных показателей функционирования объекта основных средств в результате проведенной модер-

низации организацией пересматривается срок полезного использования по этому объекту (п. 20 ПБУ 6/01). При этом сумма амортизации определяется исходя из остаточной стоимости объекта (с учетом расходов на модернизацию) и нового срока полезного использования (п. 60 Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств) [6].

В налоговом учете исходя из п. 2 ст. 259.1 НК РФ сумма начисленной за один месяц амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется как произведение его первоначальной (восстановительной) стоимости и нормы амортизации, определенной для данного объекта. Однако нормы налогового законодательства не дают прямого ответа, как рассчитать ежемесячную сумму амортизации после проведенной модернизации.

Как видим, у налогоплательщика неизбежно возникнут разночтения в соответствии с ПБУ 18/02, поскольку в бухгалтерском учете он будет определять сумму амортизации исходя из остаточной стоимости объекта (с учетом расходов на модернизацию) и нового срока полезного использования, а в налоговом учете — исходя из первоначальной (восстановительной) стоимости и нормы амортизации, установленной при введении в эксплуатацию этого объекта основных средств. Основываясь на приведенных выше положениях действующего законодательства, автор относит данную разницу невозможно устранить.

Третьим расхождением являются суммы созданных организацией резервов, например, резерва на предстоящий ремонт основных средств. В бухгалтерском учете резерв на предстоящий ремонт основных средств создавать нельзя, а в налоговом учете организация вправе создать такой резерв. По мнению контролирующих органов, этот резерв может создавать только организация, которая существует более 3 лет (письмо Минфина РФ от 17.01.2007 № 03-03-06/1/9). Это обусловлено методикой расчета отчислений в резерв, поскольку для организаций, работающих менее 3 лет практически невозможно определить среднюю величину расходов на ремонт за предыдущие три года, как того требует НК РФ, либо указанная величина будет равна нулю (ст. 324 НК РФ). По мнению автора, данное обстоятельство не должно лишать такие организации права на формирование резерва, несмотря на разъяснения контролирующих органов.

Также организациям разрешается создавать резерв на дорогой и сложный капитальный ремонт объектов основных средств. Этот резерв может создавать любая организация, если на ремонт необходимо копить более года и такой или аналогичный ремонт любого объекта основных средств не проводился в предыдущие три года (ст. 324 НК РФ, письмо Минфина РФ от 29.11.2005 № 03-03-04/1/386).

Рассмотренное различие в части сумм резерва на предстоящий ремонт объектов основных средств автор относит к различиям, устранение которых не представляется возможным, естественно при условии, что организации необходимо создавать резерв, и она не может от него отказаться.

Четвертая разница возникает при безвозмездном получении имущества от учредителя, владеющего более чем 50% в уставном капитале организации. В налоговом учете стоимость активов, полученных таким способом, не учитывается, а в бухгалтерском — включается в состав прочих доходов (пп.11 п.1 ст. 251 НК РФ и п. 7 ПБУ 9/99). Данную разницу так же невозможно устраним.

Итак, мы рассмотрели различия между бухгалтерским и налоговым учетом, устранение которых невозможно. По мнению автора, всегда будут существовать некоторые различия, поскольку налоговые правила отражают приоритеты налоговой политики, а правила бухгалтерского учета служат для измерения экономического благосостояния организации.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ: принят ГД ФС РФ 16.07.1998 (в ред. от 08.03.2015 г.) и Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ: принят ГД ФС РФ 19.07.2000 (в ред. от 06.04.2015 г.)
2. Постановление Правительства РФ от 1 января 2002 г. № 1 «О классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы» (в ред. от 10.12.2010 г.)
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденное приказом Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26н (в ред. от 24.12.2010 г.)
4. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99, утвержденное приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н (в ред. от 27.04.2012 г.)
5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» ПБУ 18/02, утвержденное приказом Минфина РФ от 19 ноября 2002 г. № 114н (в ред. от 24.12.2010 г.)
6. Методические указания по бухгалтерскому учету основных средств, утвержденные приказом Минфина РФ от 13 октября 2003 г. № 91н (в ред. от 24.12.2010 г.)
7. Кравченко, Т.Л. Организация бухгалтерского учета на предприятии. — Мн.: Высшая школа, 2012. — 320 с.
8. Крутякова, Т.Л. «Основные средства. Бухгалтерский учет, налог на прибыль, налог на добавленную стоимость, налог на имущество» — М: АйСи Групп, 2011 г., — 295 стр.

Экономический потенциал промышленного предприятия как инструмент управления на современном этапе развития России

Замбрицкая Евгения Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент;
Калинина Татьяна Васильевна, кандидат экономических наук, старший преподаватель;
Александрова Мария Владимировна, магистрант
Магнитогорский государственный технический университет имени Г. И. Носова

Экономический потенциал является одним из важнейших оценочных показателей, который принято рассматривать на макроуровне (государство, регион), мезоуровне (отрасль) и микроуровне (предприятие). Данный показатель используется для решения определенных управленческих задач, которые с точки зрения пользователей можно условно разделить на две группы.

С точки зрения государства экономический потенциал — это экономический показатель, который характеризуется в первую очередь уровнем ВВП и ВВП. Определение экономического потенциала является важной составляющей исследований в области государственного регулирования, связанных с прогнозированием социально-экономического развития, расчетом показателей экономической деятельности субъектов на макро-, мезо- и микроуровнях.

С точки зрения менеджмента и собственников предприятия экономический потенциал играет важную инфор-

мативную роль. Представление о величине экономического потенциала предприятия и отдельных его элементов позволяет принимать эффективные управленческие решения как тактического, так и стратегического характера, в результате чего открывается возможность целенаправленного воздействия на отдачу использованных производственных ресурсов.

Экономический потенциал необходимо рассматривать как один из важнейших показателей конкурентоспособности современного предприятия, так как успех в конкурентной борьбе во многом определяется наличием и использованием имеющегося у предприятия экономического потенциала. Конкурентоспособность при этом является одновременно как следствием, так и причиной роста уровня экономического потенциала предприятия (рис.1) [2]. Таким образом, экономический потенциал предприятия необходимо рассматривать как важнейший объект управления [23]. Управление экономическим по-

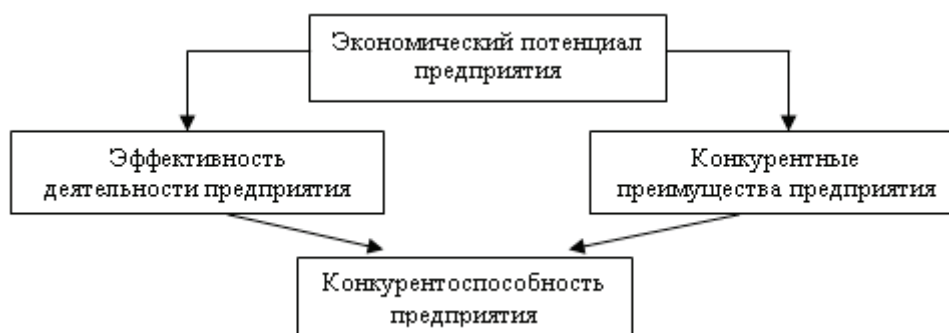


Рис. 1. Взаимосвязь экономического потенциала и конкурентоспособности предприятия

тенциалом необходимо для достижения предприятием максимально возможной эффективности его деятельности в рамках имеющихся в его распоряжении ресурсов.

С учетом всего вышесказанного можно сделать вывод о высокой значимости данного показателя на всех уровнях управления (макро-, мезо-, микроуровнях). Интерес к расчету данного показателя обозначился в конце 1970-х, начале 1980-х гг., когда вышло много публикаций по различным аспектам понятия «экономический потенциал». В большинстве работ отмечается важность изучения проблем оценки потенциала и указывается на существование значительных различий в определении самого понятия потенциала, его сущности, состава и соотношения с другими категориями.

Термин «потенциал» происходит от латинского. В словаре иностранных слов приводится толкование термина как мощь, сила. В этимологическом словаре русского языка отмечается происхождение слова «потенциальный» как заимствованного в 19 веке из французского языка, где «potentiel» с латинского «potentialis» производного от «potens» «могущий» буквально «могущий быть» [9]. Широкая трактовка смыслового содержания термина «потенциал» приведенная в Большой Советской Энциклопедии позволяет применить его к различным отраслям науки и деятельности человека в зависимости от того, в каком контексте употребляется данное слово.

Основная масса публикаций по теории потенциалов посвящена такому оценочному показателю как экономический потенциал. Анализ этих публикаций выявляет значительные различия в определении экономического потенциала, понимании его сущности, составляющих элементов, взаимосвязи его с такими категориями, как «национальное богатство», «уровень экономического развития» и др.

В современной теории и практике экономической деятельности предприятия существует большое количество подходов к определению термина «экономический потенциал». Важно обратить внимание, что в качестве синонимов в специализированной литературе очень часто встречаются следующие: совокупный экономический потенциал, ресурсный потенциал, резервы, возможности. Одним из серьезных негативных последствий такого разнообразия взглядов является отсутствие устоявшихся

представлений о систематизации потенциалов, научно обоснованных классификационных признаков и убедительных методик его оценки для целей управления современным предприятием.

Важно отметить, что термин «экономический потенциал» может рассматриваться в отношении:

- страны;
- региона;
- города;
- отрасли;
- предприятия.

Указанный аспект важно учитывать при анализе определений данного показателя и методике его расчета. В данной научной статье основное внимание уделено понятию «экономический потенциал промышленного предприятия».

В результате сравнительного анализа существующих подходов были выделены следующие группы авторов:

1. Первая группа авторов трактует экономический потенциал как некую *совокупность показателей или ресурсов*. Так, по мнению И. А. Гуниной, экономический потенциал предприятия представляет собой систему, включающую в себя совокупность кадровых, финансовых, производственных, инновационных, информационных и др. потенциалов (возможностей), направленных на обеспечение долгосрочного экономического развития предприятия на основе принятых к реализации стратегий. [17]

Л. С. Сосенко рассматривает экономический потенциал как совокупность ресурсов и резервов, т.е. наличие активов, обеспеченных соответствующими источниками финансирования, или как способность предприятия обеспечивать свое долговременное функционирование и достижение стратегических целей на основе использования системы наличных ресурсов.

Профессор В. В. Ковалевский дает следующее понятие экономического потенциала коммерческого предприятия: «Потенциал предприятия экономический — это совокупность имущественного и финансового потенциалов предприятия». В свою очередь под имущественным потенциалом понимается совокупность средств предприятия, находящихся под контролем; а финансовый потенциал — это характеристика финансового положения и финансовых возможностей предприятия. [4].

Н.Ф. Риффа рассматривает экономический потенциал как совокупность ресурсов и выявленных резервов осуществления производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

Чайникова Л.Н. дает определение экономическому потенциалу предприятия исходя из того что это совокупность ресурсов (трудовых, материальных, нематериальных, финансовых и др.), имеющихся в распоряжении предприятия, и способности его сотрудников и менеджеров к использованию ресурсов с целью создания товаров, услуг и получения максимального дохода. [19]

2. Вторая группа авторов подходит к понятию экономического потенциала с точки зрения *способностей предприятия к эффективному функционированию*. Например, Марушков Р.В. трактует экономический потенциал предприятия как способность обеспечивать своё долговременное функционирование и достижение стратегических целей на основе использования системы наличных ресурсов.

По мнению Юнусовой И.И. — экономический потенциал предприятия представляет собой меру его способностей, которые формируются в результате взаимодействия трудовых активов, основных производственных фондов, оборотных средств, нематериальных активов и земельных ресурсов предприятия.

Экономический потенциал предприятия с точки зрения Жоглиной Е.В. — выражает совокупную способность конкретной системы осуществлять производственно-экономическую деятельность (выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, обеспечивать развитие производства и потребления), определяемую ее природными, материальными, финансовыми, трудовыми и интеллектуальными ресурсами.

Назаров К.С. под экономическим потенциалом понимает способность предприятия достигать поставленные перед ним цели, используя имеющиеся у него материальные, трудовые и финансовые ресурсы.

3. Третья группа авторов солидарна в том, что экономический потенциал — это некая *интегральная оценка*. Ускова С.И. характеризует экономический потенциал хозяйствующего субъекта как интегральную оценку потен-

циальных возможностей, заключенных в ресурсном потенциале, и реализации их для достижения экономического эффекта. Следовательно, экономический потенциал организации характерен не только наличием ресурсов, но и эффективностью их использования, поскольку некоторые организации, имеющие одинаковые потенциальные возможности, отличаются эффективностью их использования, т.е. экономический потенциал выше у той организации, которая более эффективно использует свои возможности.

А.П. Романов, М.Н. Губанова определяют экономический потенциал предприятия как интегральную характеристику обладания совокупными способностями и наличия реальных возможностей (в результате создания определенных условий и (или) возникновения обстоятельств), обусловленных взаимодействием внешней и внутренней среды, обеспечивать своё устойчивое развитие и достижение стратегических целей на основе рационального использования системы наличных ресурсов.

Таким образом, по результатам выполненного обзора мнений (результаты, которого представлены выше) можно сделать вывод, что большинство имеющихся определений к исследуемому понятию имеют чисто теоретический подход и не ориентированы на специфику современных условий развития промышленных предприятий в России. Поэтому для возможности эффективного использования данного понятия на практике его необходимо уточнить и адаптировать к современным условиям производства.

В итоге для целей управления современным промышленным предприятием с учетом специфики развития в России на современном этапе авторами предлагается следующее определение экономического потенциала промышленного предприятия: *способность предприятия обеспечить производство и его развитие в условиях меняющейся конъюнктуры рынка, выражающаяся в интегральной оценке природно-ресурсного, кадрового, производственно-инновационного, финансового потенциалов с учетом их синергетического эффекта*.

Структурно состав предлагаемых элементов экономического потенциала и их взаимосвязь представлена на рисунке 2.

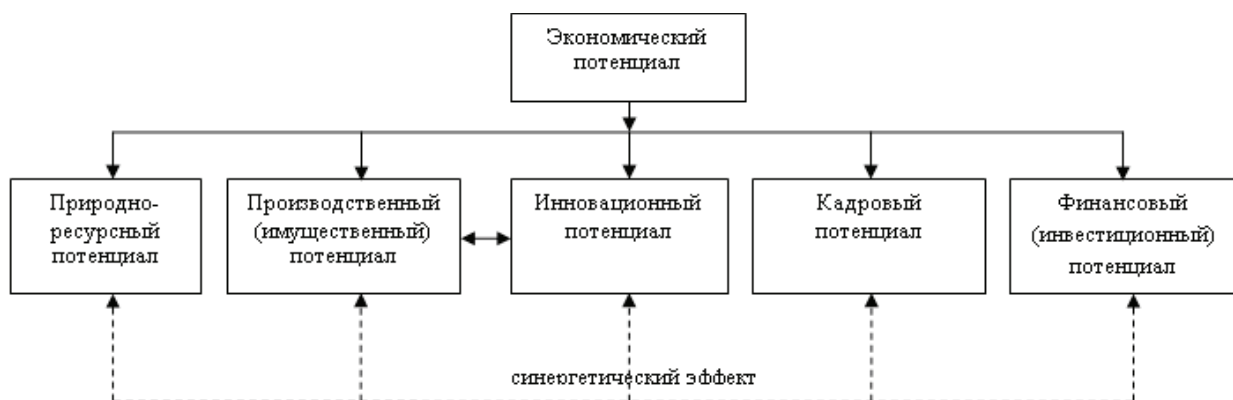


Рис. 2. Состав элементов экономического потенциала

Представленное определение позволяет определить основной методический подход к оценке данного показателя, который в укрупненном виде может быть представлен в виде формулы:

$$\text{ЭП} = \text{ПРП} + \text{ПП} + \text{ИП} + \text{КП} + \text{ФП} + S \quad (1)$$

где: ЭП — экономический потенциал; ПРП — природно-ресурсный потенциал; ПП — производственный потенциал; ИП — инновационный потенциал; КП — кадровый потенциал; ФП — финансовый потенциал; S — синергетический эффект.

Рассмотрим каждый из предлагаемых структурных элементов экономического потенциала промышленного предприятия более подробно.

Природно-ресурсный потенциал — совокупность наличия природных ресурсов у предприятия, вовлекаемые в процесс производства и обеспечивающие производство конечной продукции предприятия.

Производственный потенциал — имеющиеся и потенциальные возможности производства по выпуску конкурентоспособной продукции при эффективном использовании основных факторов производства на основе обеспеченности основными видами ресурсов [3]. Производственный потенциал тесно связан с понятием производственная мощность, которая предусматривает наиболее полное использование предметов и орудий труда, включая трудовые ресурсы. Производственная мощность так же увязана со всеми существующими элементами промышленного производства. Она теоретически отражает потенциальные возможности результатов труда [14, 15, 16].

Инновационный потенциал характеризуется своевременностью периодического обновления производства, сменой или усовершенствованием технологий, разработкой новых продуктов, что определяет конкурентоспособность предприятия в целом.

Кадровый потенциал — значимая часть экономического потенциал, характеризующаяся количественным и качественным составом трудовых ресурсов предприятия, их соответствием уровню используемой техники и технологии, а также способностью к перспективному развитию в соответствии с целями предприятия. [3]

Финансовый потенциал — количество и качество финансовых ресурсов предприятия, определяющих возможности функционирования и развития предприятия. К ним относят: достаточность оборотных средств на предприятии, стоимость имущества предприятия, норма накопления прибыли, размер внутреннего и внешнего долга и т.д.

Особое внимание необходимо уделить выделению инновационного потенциала и его связи с производственным. Ведь именно он отвечает за модернизацию оборудования, внедрение новых технологий, внедрение технического обеспечения производственного процесса предприятия. В. Путин: «Мы должны думать о модернизации, об инновациях, о внедрении новых технологий». И если говорить о конкурентоспособности предприятия в условиях современной России, то именно развитие ин-

новационного потенциала является значимым и перспективным направлением для всех промышленных предприятий.

Важно отметить, что принципиальным в предложенном авторами методическом подходе является тот факт, что нельзя рассматривать экономический потенциал как отдельную категорию в управлении предприятием. Экономический потенциал — это совокупность структурных элементов, каждый из которых имеет определенное значение с точки зрения управления. Исследование отдельных составляющих экономического потенциала предприятия (без учета взаимосвязи с другими) и разработка мероприятий по их повышению (развитию) не могут принести нужного эффекта, так как не исследовано и не обосновано влияние всех составляющих (элементов) экономического потенциала друг на друга, т.е. экономический потенциал представляет собой целостную систему. Следовательно, расчет данного показателя не может быть выполнен как простое суммирование всех его компонентов без учета синергетического эффекта, под которым мы понимаем суммирующий эффект взаимодействия нескольких факторов, характеризующийся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного компонента в виде их простой суммы [19].

В рамках управления современным промышленным предприятием необходимо выбирать те пути развития, которые приводят к наиболее высокой перспективной оценке ее стоимости. Здесь важно при более или менее равных условиях искать в каждом из путей развития организации «узкие места», преодоление которых требует применения принципиально новых технологий. Это позволит предприятию получить существенные преимущества, что приведет к росту экономического потенциала, а затем и стоимости предприятия [1].

Таким образом, основные преимущества обозначенного (предложенного авторами) определения экономического потенциала промышленного предприятия заключаются в следующем:

- структурированы основные элементы экономического потенциала промышленного предприятия, уделено особое значение инновационной компоненте;
- учет синергетического эффекта от взаимодействия всех компонентов экономического потенциала в рамках одного предприятия;
- произведена взаимоувязка показателей экономического потенциал страны и предприятия, наличие обратной связи;
- адаптивность показателя к управленческим задачам, как на уровне предприятия, так и на уровне государства.

В заключение можно отметить, что предложенное авторами в рамках данной научной статьи определение вносит терминологическую ясность, которая важна с точки зрения его дальнейшего использования и оценки в реальных условиях хозяйствования современных промышленных предприятий России.

Литература:

1. Замбрицкая, Е. С., Логачёва М. В., Логачёва А. В. Методические подходы к оценке производственного потенциала промышленного предприятия // Молодой ученый. — 2015. — № 10. — с. 659–664.
2. Бобырев, Д. Б., Артемьев Б. В. Механизм управления экономическим потенциалом предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности // Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения. — Липецк: 2015. — с. 88–93.
3. Козлова, Т. В., Заболотская Н. В. Оценка экономического потенциала предприятия // Экономический анализ: теория и практика. — 2009 (5). — с. 42–47.
4. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры. — М.: Финансы и статистика, — 2001. — 560 с.
5. Жоглина, Е. В. Согласование механизмов управления развитием экономического потенциала: автореф. дис. канд. экон. наук. — Ставрополь, 2008. — 26 с.
6. Юнусов, И. И. Формирование и эффективность использования экономического потенциала строительного предприятия (на примере Республики Татарстан): автореф. дис... канд. экон. наук. — М.: 2006. — 20 с.
7. Сосненко, Л. С. Анализ экономического потенциала действующего предприятия. — М.: Экономическая литература, 2004. — 208 с.
8. Марушков, Р. В. Оценка использования экономического потенциала предприятия (на примере предприятий печатной отрасли), автореф. дис. канд. экон. наук. — М.: 2000. — 39 с.
9. Щепетова, В. Н. Системно целевой подход к анализу экономического потенциала коммерческой организации: автореф. дис. канд. экон. наук. — Орел, 2008. — 25 с.
10. Сабитова, Н. М. О понятии финансового потенциала региона и методологии его оценки // Финансы. 2003. № 2. [электронный ресурс] <http://www.oviont.ru/ru/useful/arts/722/>
11. Татаркин, А. И. Научно-технологический комплекс крупнейшего города: возможности развития. — Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2006. — 626 с.
12. Андросова, С. А. Экономический потенциал региона: усиление роли бюджетного регулирования: автореф. дис. канд. экон. наук. — Тамбов, 2009—25с.
13. Жигунова, О. А. Теория и методология анализа и прогнозирования экономического потенциала предприятия: монография. — М.: ИД «Финансы и Кредит», 2010. — 140 с.
14. Данилов, Г. В., Рыжова И. Г., Войнова Е. С. Анализ и оптимизация структуры производственных мощностей предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2010. — № 4 (102). — с. 87–90.
15. Данилов, Г. В., Рыжова И. Г., Войнова Е. С. Анализ структуры и оценка пропорциональности производственных мощностей предприятия // Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г. И. Носова. — 2012. — № 1. — с. 79–82.
16. Замбрицкая, Е. С., Логачева А. В., Логачева М. В. Сущность определения производительной мощности // Молодой ученый. — 2014. — № 10 (69). — с. 238–242.
17. Гунина, И. А. Методологический подход к исследованию возможностей развития экономического потенциала предприятия на основе анализа регионально — отраслевых тенденций // Машиностроитель. — 2004. — № 12.
18. Чайникова, Л. Н.. Конкурентоспособность предприятия: учеб. пособие / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, — 2007. — 192 с.
19. [Электронный ресурс] <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B8%D0%BD%D0%B5%D1%80%D0%B3%D0%B8%D1%8F>

Влияние социально-экономических факторов на уровень конкуренции аптечных учреждений региона

Зюкин Данил Алексеевич, кандидат экономических наук, старший преподаватель;

Тарасова Анна Игоревна, студент;

Псарева Маргарита Игоревна, студент

Курский государственный медицинский университет

В статье проведена оценка динамики роста числа аптечных учреждений Курской области. В ходе исследования установлено влияние различных групп социально-экономических факторов на увеличение уровня

конкуренции среди аптечных учреждений региона. В качестве основного метода исследования были использованы коэффициенты и нормированная эконометрическая модель, полученные в ходе проведения корреляционно-регрессионного анализа.

Ключевые слова: аптечные учреждения, фармацевтический рынок, Курская область, нормирование факторов, эконометрическая модель, корреляционно-регрессионный анализ, уровень конкуренции на фармацевтическом рынке.

На современном этапе развития рыночных отношений эффективность деятельности аптечных организаций во многом определяется увеличением уровня их конкурентоспособности, что в свою очередь зависит от деятельности инвесторов в аптечном бизнесе и от грамотно построенной работы аптечных сетей, выраженной в оптимальном сочетании экономической составляющей и социальной ответственности фармацевтического бизнеса.

Аптечный бизнес является перспективной и привлекательной сферой деятельности для инвесторов, что определяется значимостью лекарственных средств как жизненно необходимых товаров, пользующихся стабильным спросом у населения. Это позволяет ежегодно увеличивать величину совокупного оборота фармацевтической розницы примерно на 10–15%. При этом аптечные сети, функционирующие при среднем уровне наценки в 18–25% и периоде оборота запасов менее месяца, могут окупать введение новой торговой точки в течение 2–3 лет. Это значительно быстрее, чем в большинстве направлений бизнеса, осуществляемых в России на данном этапе [1; 2].

В результате, значительные инвестиции направлены в этот сектор продаж в основном на расширение (укрупнение) уже имеющегося бизнеса местными сетями, на диверсификацию на новые рынки сбыта в регионах с крупными федеральными сетями и даже на создание новых аптечных сетей, как элемент стратегического менеджмента, реализуемого в форме диверсификации портфеля «направлений бизнеса». Поэтому за период 2000–2014 гг. в Курской области произошел значительный прирост числа аптек, составивший 272 учреждения или

64,6%. Это свидетельствует о перспективности этого рынка для инвесторов, что также хорошо и для потребителей, так как усиление уровня конкуренции приведет к улучшению сервиса, доступности и ценовой эластичности на товары.

Изучая эластичность изменений, происходящих на региональном фармацевтическом рынке, необходимо учитывать влияние различных социально-экономических факторов, воздействие которых может носить прямой или опосредованный характер. В ходе исследования были отобраны факторы, которые имеют тесную стохастическую связь с результативным признаком (превышающие 0,5). При этом факторы были систематизированы по трем группам: группа F_1 включает первые пять факторов, характеризующие платежеспособный спрос конечных потребителей; F_2 – уровень экономического развития региона, характеризуемый факторами из X_6 — X_{10} ; в группе F_3 объединены факторы X_{11} — X_{15} , отражающие медицинское обслуживание населения.

Для количественной оценки степени стохастической связи нами был использован парный коэффициент корреляции, варьирующий в пределах [-1; 1]. При этом для характеристики ее уровня использовалась шкала, предложенная рядом ученых изучающих процессы в системе здравоохранения на основе регрессионного метода [4; 5]: корреляционная связь тесная (коэффициент парной корреляции от 0,5 до 0,7), очень тесная (от 0,7 до 0,9), близкая к функциональной (свыше 0,9). Значение коэффициентов корреляции и описание характера связи всех изучаемых факторов представлено в таблице 1.

Таблица 1. Характеристика влияния факторов на число аптечных учреждений, функционирующих на региональном фармацевтическом рынке

Показатель		Коэффициент парной корреляции	Характер связи	
F_1	X_1	Среднедушевые денежные доходы населения	0,96	Прямая и близкая к функциональной
	X_2	Среднемесячная номинальная начисленная зарплата	0,96	Прямая и близкая к функциональной
	X_3	Потребительские расходы на душу населения	0,95	Прямая и близкая к функциональной
	X_4	Доля в расходах домохозяйств на мед. и фарм. товары	-0,93	Обратная и близкая к функциональной
	X_5	Средний размер назначенных месячных пенсий	0,98	Прямая и близкая к функциональной

F_2	X_6	Величина валового регионального продукта на душу населения	0,93	Прямая и близкая к функциональной
	X_7	Инвестиции в основной капитал на душу населения	0,90	Прямая и очень тесная
	X_8	Розничный товароборот фарм. и мед. товаров	0,62	Прямая и тесная
	X_9	Доля безработных в структуре экономически активного населения	-0,51	Обратная и тесная
	X_{10}	Доля продаж фарм. и мед. товаров в структуре оборота розничной торговли	-0,86	Обратная и очень тесная
F_3	X_{11}	Заболеваемость населения на 1000 человек	-0,63	Обратная и тесная
	X_{12}	Профилактические осмотры населения	-0,80	Обратная и очень тесная
	X_{13}	Число больничных коек на 10000 человек	-0,82	Обратная и очень тесная
	X_{14}	Обеспеченность врачами на 10000 человек	0,75	Прямая и очень тесная
	X_{15}	Мощность амбулаторно-поликлинических учреждений на 10000 человек	0,85	Прямая и очень тесная

Учет в рамках единой регрессионной модели такого количества факторов неизбежно влечет за собой неточность оценок параметров из-за мультиколлинеарности. Поэтому нами использовано нормирование, т.е. все факторы приведены в безразмерные единицы, что позволило их объединять в общий аддитивный показатель, характеризующий величину группы. Преимущество такого подхода заключается в возможности комплексного учета целой системы факторов в исследовании без потери математической точности и ценности регрессионной модели. На основе этих данных и методического обеспечения проведения регрессионного анализа [3; 6] для аппроксимации количественного потенциала регионального фармрынка за 2000–2014 гг. было получено следующее уравнение регрессии:

$$y = -283,56 + 43,78F_1 - 0,34F_2 + 1,53F_3$$

После проверки уравнения связи на надежность и точность, нами установлено, что модель адекватна с высоким уровнем качества. Адекватность подтверждается коэффициентом детерминации ($R^2 = 0,931$), который описывает вариацию результативного признака на 93,1%. Его скорректированное значение, равное 0,912, подтверждает математическую значимость полученной модели из трех групп факторов. Рассчитанная средняя ошибка аппроксимации свидетельствует о том, что теоретическая линия регрессии (рассчитанная по уравнению) отклоняется от эмпирической на 3,4%. Учитывая допускаемую в расчетах погрешность, которая находится в пределах 5–8%, можно сделать вывод, что исследуемое уравнение связи довольно точно описывает изучаемые зависимости. Адекватность полученной модели подтверждается превышением фактического значения F-критерия (равное 49,56) табличного ($F_{\text{табл}}(0,05; 3; 11) = 3,59$). По результатам проведенного следующего этапа исследования была дана оценка степени влияния каждого из рассматриваемых групп факторов на

результативный параметр, т.е. на уровень расширения аптечных учреждений на фармацевтическом рынке области.

Для анализа интенсивности воздействия регрессоров на зависимую переменную использовались значения β -коэффициентов трех групп факторов (F_1, F_2, F_3), которые показывают, на какую часть величины среднего квадратического отклонения (с.к.о.) в среднем изменится результативный признак, если соответствующий фактор изменится на одну величину своего среднего квадратического отклонения при фиксированном на постоянном уровне значений остальных независимых переменных. Поскольку все переменные заданы как центрированные и нормированные, β -коэффициенты сравнимы между собой. Сравнивая их друг с другом, можно ранжировать факторы по силе их воздействия на результат. В этом основное достоинство стандартизованных коэффициентов регрессии, в отличие от коэффициентов обычной регрессии, которые несравнимы между собой [3; 6].

Так, β -коэффициент показателей, характеризующих платежеспособный спрос потребителей, уровень экономического развития региона и доступность фармацевтической помощи населению, составил 1,065, —0,048 и 0,121 соответственно. Таким образом, стандартизованный вид уравнения регрессии для аппроксимации количества аптек Курской области в период 2000–14 гг. имеет вид $y = 1,065F_1 - 0,048F_2 + 0,121F_3$. Согласно этому уравнению мы можем сделать вывод, что факторы группы F_1 оказывают более значимое влияния на результативный признак, чем факторы двух других групп

Проведя анализ доли вклада регрессоров в вариацию результативного признака, установлено, что платежеспособный спрос также является определяющим фактором по ряду других показателей, приведенных в сравнительной таблице 2.

Таблица 2. Уровень влияния регрессоров на резуль­тативный признак

Показатель		Частный коэффициент корреляции	Частный коэффициент эла­стичности	Бета-коэффициент
F ₁	Спрос конечных потребителей	0,713	0,941	1,065
F ₂	Уровень экономического развития региона	0,047	0,032	-0,048
F ₃	Медицинское обслуживание населения	0,372	0,600	0,121

Частный коэффициент корреляции показателя F₁ составил 0,713, что говорит о прямой и очень тесной стохастической связи при неизменном уровне других факторов. Доля вклада регрессора в суммарное влияние равна 109,7%, о чем свидетельствует дельта-коэффициент. Также был определен частный коэффициент эластичности. Его значение со-

ставляло 0,941, означающее, что с изменением среднего значения данного фактора на 1%, среднее значение зависимой переменной меняется на 94,1%. Поэтому при принятии решения об открытии новых аптечных организаций или расширении аптечной сети необходимо ориентироваться, в первую очередь, на факторы, входящие в группу F₁.

Литература:

1. Бушина, Н. С. Методический подход к оценке конкурентоспособности подразделений аптечной сети / Н. С. Бушина, Д. А. Зюкин // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12–6. с. 1091–1095.
2. Дремова, Н. Б. Разработка методических подходов к оценке конкурентоспособности аптечных организаций на региональном уровне / Дремова Н. Б., Бушина Н. С. // Фундаментальные исследования. — 2014. № 12–4. с. 779–783.
3. Елисеева, И. И. Эконометрика: учеб. для студентов высших учеб. заведений по специальности 080601 «Статистика» и другим междисциплинар. специальностям — М.: Проспект, 2011. — 288 с.
4. Зюкин, Д. А. Исследование взаимосвязи социально-экономических факторов развития системы здравоохранения региона / Д. А. Зюкин, Е. В. Репринцева, Н. М. Сергеева, Е. Ю. Пьеркова, Н. Г. Галкина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 1–2. с. 218–221.
5. Куркина, М. П. Применение корреляционно-регрессионного метода в оценке использования трудовых ресурсов в здравоохранении / М. П. Куркина, Д. А. Зюкин, О. В. Власова, С. А. Беляев, М. Н. Наджафова // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 12–6. с. 1101–1104.
6. Построение эконометрических моделей: учебное пособие / С. А. Беляев, Н. С. Бушина, О. В. Власова и др.; Под общей редакцией Д. А. Зюкина. — Курск: «Деловая полиграфия», 2015. — 61 с.

Анализ современного состояния рынка наноспутников как подрывной инновации и возможностей его развития в России

Каширин Алексей Владимирович, аспирант
Глебанова Ирина Игоревна, студент
Государственный университет управления

В данной статье авторы, осуществляют анализ мирового и отечественного рынка наноспутников, опираясь на теорию подрывных инноваций Клейтона М. Кристенсена. После проведения анализа рядов данных и ценообразования на рынке космических аппаратов авторы формируют модель технологического развития рынка малых космических аппаратов и формируют прогноз развития в долгосрочной перспективе. На основании прогноза авторы приходят к выводу о развитии рынка наноспутников в России в краткосрочной перспективе.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационный процесс, наноспутников, микроспутники, пикоспутники, малые космические аппараты, подрывные инновации, спутники, рынок космических услуг, модель рынка, студенческие спутники, управление инновациями, инновационное развитие, инновационные альянсы, практико-ориентированное образование, маржинальный анализ, маркетинг, прогноз технологического развития, модель технологического развития рынка, устойчивое развитие, космический мусор.

Для современного технологического уклада инновации представляют основную движущую силу повышения конкурентоспособности, а инновационное развитие, включающее интенсификацию научно-исследовательской деятельности и её стратегическое воплощение на практике, ставится обязательным условием для крупнейших российских государственных корпораций. В данных условиях особую важность приобретает разработка моделей управления инновациями и их экспериментальная проверка.

Одной из наиболее актуальных теорий управления инновациями можно считать теорию подрывных инноваций, сформулированную профессором Гарвардской школы бизнеса Клейтоном М. Кристенсеном в 1997 году.

Согласно ей, кроме улучшающих инноваций, представляющих постепенное совершенствование продукта, на рынке присутствуют подрывные инновации, которые первоначально приводят к разработке товара худшего качества по сравнению с растущей потребностью потребителей. Однако, к тому моменту, как новые технологии догоняют потребности потребителей, предыдущая технология накапливает «Переизбыток качества» — превышение над ключевой характеристикой товара, предельная полезность которой стремится к нулю, при сочетании с ростом предельных издержек [3]. На рисунке 1 показана схема движения рынка в процессе совершенствования продукта.

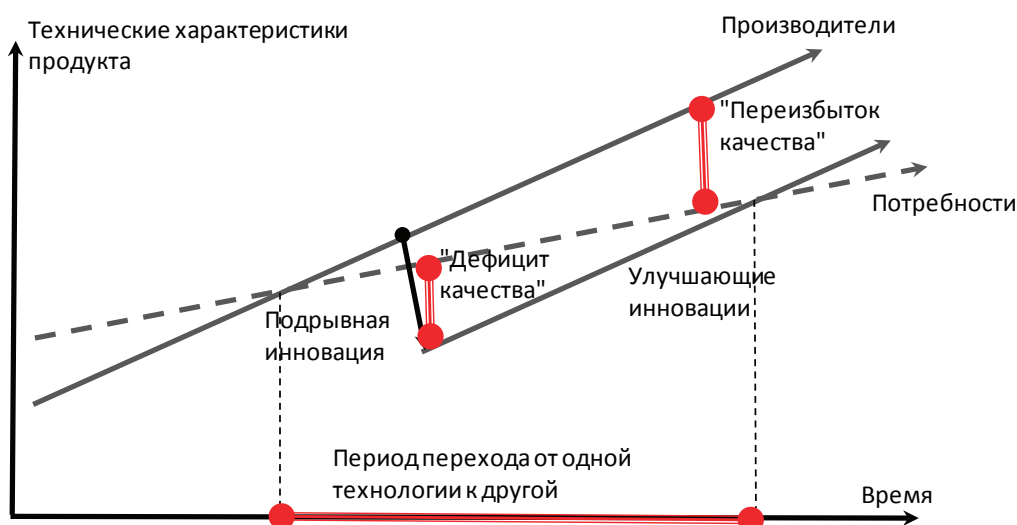


Рис. 1. Модель развития рынка товара при переходе от одной инновации к другой. Источник: составлено авторами

На рисунке 1 видно, что процесс перехода потребителей от одного продукта к другому сопровождается наращиванием «переизбытка качества» представителями старой технологии и компенсацией «дефицита качества» представителями второй.

Как отмечает автор теории, за 20 лет она получила большую популярность, особенно в период 2010–2014 годов, так как описывает закономерности достижения успеха на рынке малых и средних инновационных компаний [4, с. 38–48]. В данной работе мы собираемся исследовать динамику перспективного рынка наноспутников и дать прогноз его развития.

Согласно международным стандартам наноспутники определяются как малые космические аппараты массой от 1 до 10 кг и находятся между пикоспутниками (до 1 кг) и микроспутниками (от 10 до 100 кг) [19]. Первый искусственный спутник Земли Спутник-1 классифицируется как микроспутник, так как его масса составляет 83,6 кг. Однако, в дальнейшем, при совершенствовании ракетно-космической техники, микроэлектроники и авиакосмической аппаратуры наблюдается долгосрочная тенденция к увеличению среднего размера космического спутника (рисунок 2).

На рисунке 2 видно, что за 22 года средний размер космического спутника вырос с 1,5 тонн до 4,5 тонн — в 3 раза или в среднем — на 131,7 кг в год. Однако, в сегменте наноспутников наблюдается обратная тенденция — к уменьшению средней массы (рисунок 3).

На рисунке 3 видно, что если в 1998 году средняя масса наноспутника составляла 7 кг, то за 10 лет она снизилась до 2 кг, уменьшаясь в среднем на 0,5 кг в год. Таким образом, мы можем отметить, что с 1998 года масса большого спутника выросла в 1,5 раза, тогда как средняя масса наноспутника уменьшилась в 3,5 раза.

На момент 22 января 2016 года всего запущено на орбиту 491 наноспутника, из них 431 было разработано на основе стандарта CubeSat. Таким образом 59% всех наноспутников приходится на CubeSat, что делает его основным стандартом для разработки наноспутников [24].

CubeSat представляет собой стандарт малых спутников кубической формы, разработанных совместно Калифорнийским Технологическим и Стэнфордским Университетами в 1999 году. На рисунке 4 видно, что среди спутников массой от 0,1 до 16 килограмм микроспутники и пикоспутники представлены в малом количестве.

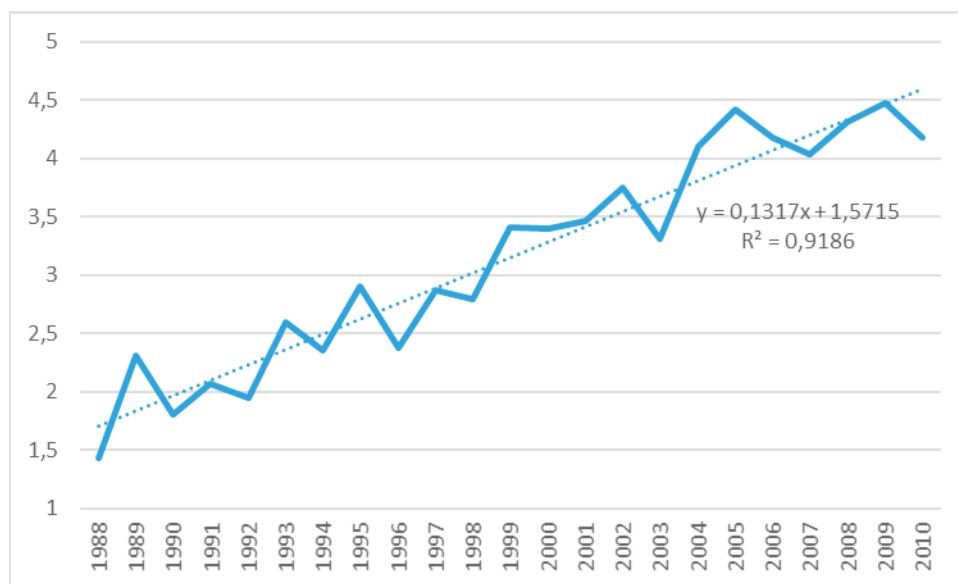


Рис. 2. Динамика среднего размера больших спутников (тонн) в период 1988 по 2010 год.
 Источник: рассчитано авторами на основании [18]

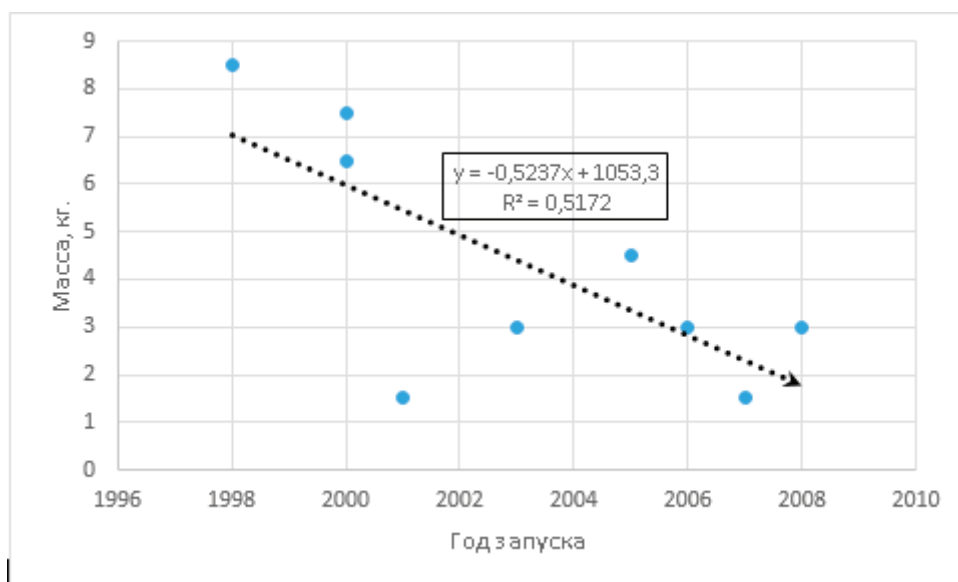


Рис. 3. Динамика массы наиболее известных наноспутников за 1998–2008 годы.
 Источник: рассчитано авторами на основании [24]

Таким образом, около 84% всех наноспутников приходится на модели CubeSat 1U-3U. Это оправдано тем, что на базовую модель в 1 ютиль, имеющую размеры 100x100x113,5 мм и вес до 1,33 кг, а также модель 3U в 3 ютиля соответственно в 3 раза тяжелее и длиннее имеют собственную спецификацию, а также подходят под размеры пусковой установки P-POD, выталкивающей спутники с МКС пружинным механизмом, и имеющей размеры в 3 ютиля [23].

В состав полезной нагрузки наноспутников как правило, входят фотокамеры, различные датчики, биохимические эксперименты, регистраторы, электронные компоненты, конструктивные и технологические решения, проходящие процедуру тестирования перед использова-

нием в средних и больших спутниках (соответственно — 500–1000 кг и более 1000 кг).

Время разработки благодаря стандартизации конструкции уменьшается до 1–2 лет, а использование вместо космических электронных компонентов обычной электроники позволяет снизить её стоимость до 65–80 тыс. долларов для модели 1U CubeSat, из которых около половины приходится на услуги по запуску спутника на орбиту [23]. Благодаря данным качествам, позволившим осуществить удешевление и миниатюризацию в отрасли производства наноспутников, CubeSat сыграл ключевую роль в спутниковой «микрореволюции», превратив миниатюрные наноспутники в массовый продукт [17].

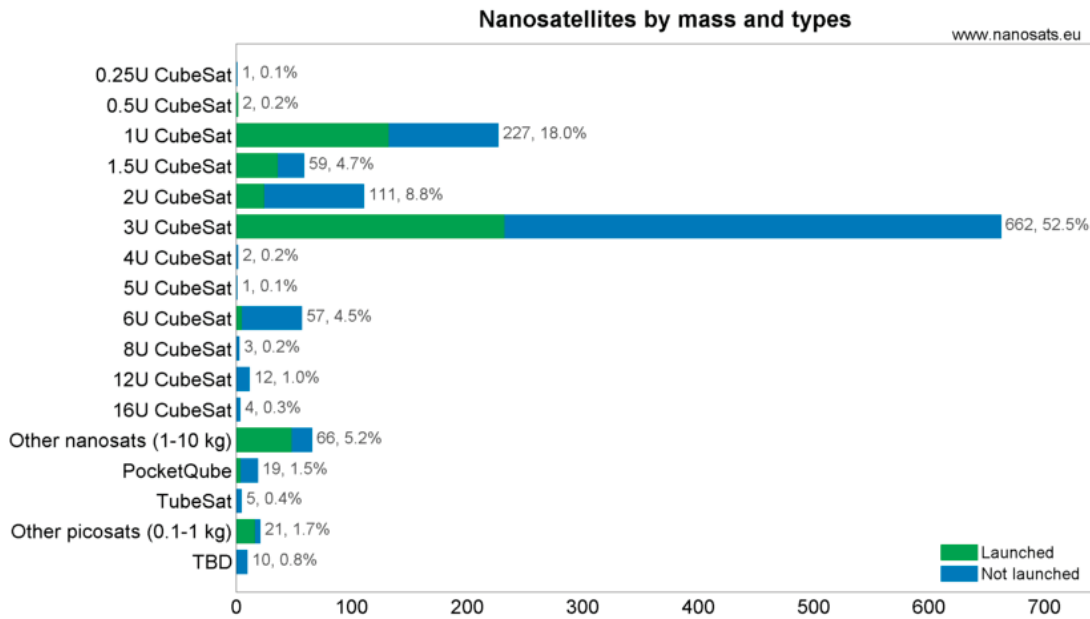


Рис. 4. Распределение микроспутников, наноспутников и пикоспутников по модели. Источник: [24]

Согласно этим данным и информации о количестве запущенных и разрабатываемых наноспутников CubeSat в их разработку вложено около 124,47 млн. долларов, что составляет 0,67% от бюджета NASA в 2016 году, (18,5 млрд. долларов) [12]. Данное соотношение также свидетельствует об относительно небольшой роли наноспутников в мировой космонавтике.

Из данных таблицы 1 видно, что причиной популярности наноспутников малых размеров 1–3 кг являются относительно низкая величина затрат на килограмм массы (Таблица 1).

Так, если от больших космических аппаратов к наноспутникам затраты на 1 кг массы снижаются с 3,16 млн. \$ до 0,4 млн. \$, то при дальнейшем снижении массы затраты вырастают и превышают затраты на большие космические аппараты. При этом, основным фактором высоких цен на пикоспутники являются значительные затраты на страхование, превышающие затраты на производство в 1,33 раз, тогда как для спутников большего размера они составляют 1/3 от затрат на производство. Опираясь на данные анализа, мы приходим к выводу о том, что рост ко-

личества наноспутников и доминирование моделей 1U-3U объясняется тем, что на данном объеме достигается сочетание низких затрат на единицу массы и низких затрат на страхование, что делает его их наиболее доступными моделями для различных бюджетов. Данное обстоятельство должно отражаться на количестве запусков.

Результаты анализа запусков наноспутников и количества организаций, представленные на рисунке 5 показывают, что до создания стандарта CubeSat в 1999м году наноспутники практически не запускались, и даже сейчас, после бума 2016 года данный рынок является достаточно молодым.

На рисунке видно, что первые предприятия, занимающиеся разработкой наноспутников, были основаны ещё до 1980-го года. Самыми ранними из них являются 1916 год — Boeing, а 1942 — Aerojet Rocketdyne. Это предприятия ракетно-космической отрасли, впоследствии обратившиеся к разработкам наноспутников. Сам же период интенсивного производства наноспутников приходится на 1998–2015 годы, которому предшествовал период организации компаний, впоследствии занимающихся разработкой и запуском наноспутников — 1989–2013 год.

Таблица 1. Анализ затрат на производство больших космических аппаратов, наноспутников и пикоспутников

Класс КА	Масса (кг.)	Производство (млн. \$)	Запуск (млн. \$)	Страхование (млн. \$)	Суммарные затраты (млн. \$ на кг массы)	Отношение затрат на страхование к затратам на производство
Большой КА	>10 000	154	100	62	3,16	0,4
Наноспутник	1–10	3	0,2	0,8	0,4–4	0,26
Пикоспутник	0,1–1	1,5	0,1	2,0	3,6–36	1,33

Источник: составлено авторами на основе [16]



Рис. 5. Прирост количества компаний, занимающихся разработкой и запуском наноспутников (%).
 Источник: рассчитано авторами на основе [24]

Таким образом, на период активного формирования рынка потребовалось 25 лет. Однако в сравнении с динамикой запусков больших космических аппаратов рынок наноспутников остаётся сравнительно небольшим (рисунок 6).

На рисунке видно, что в отличие от количества запусков больших космических аппаратов, которое стало интенсивно расти через 4 года после первого запуска — относительно пассивный период составил больше 10 лет на фоне общего снижения количества запускаемых космических аппаратов до уровня 1961 года — 400 спутников в год. При этом, мы можем заметить, что форма графика наноспутников похожа на форму спутников — и рынок

уже прошёл 2 первых пика интенсивности — первый «условный 1961-й» и второй — «условный 1965-й». Учитывая, что во время второго пика количество запускаемых спутников выросло до величины 1527 спутников в год, а затем стабилизировалось на значении около 700 спутников в год, мы можем прогнозировать аналогичную стабилизацию количества запускаемых наноспутников в период 2017—2023 годов на уровне в 45,8% от максимального уровня в 472 спутников в год — 216 спутников в год. Однако, стоит уточнить, что данные сегменты космической отрасли развиваются по несколько отличающимся траекториям (рисунок 7).



Рис. 6. Сравнительный анализ количества запусков спутников и наноспутников.
 Источник: рассчитано на основе [24]



Рис. 7. Сравнительный анализ динамики запусков спутников и наноспутников.

Источник: рассчитано авторами на основе [24]

На рисунке 6 видно, что количество запускаемых спутников росло более, чем на 30% в течение первых 10 лет, первые 7 лет рынка наноспутников характеризуются неустойчивостью запусков, т.е. присутствием годов без запуска наноспутников. И лишь через 10 лет после появления наноспутников рынок наноспутников стабилизировался на уровне прироста 20–40%. Поэтому, на 25-м году существования рынок наноспутников только приблизился к «остывшему» состоянию рынка спутников в 10 лет. И мы приходим к выводу о том, что интенсивный рост рынка наноспутников объясняется почти 7-летней задержкой развития.

Данная задержка проявлялась в том, что в период с 1997 по 2013-й год наступали краткосрочные периоды, когда количество наноспутников на одно предприятие снижалось, пока оно не преодолело величину в 1,75 (рис. 8).

После преодоления данной величины в 2013-м году — до 2016-го года количество наноспутников на предприятие выросло с 2 до 7 наноспутников на предприятие. Данные маркетинговых исследований за данные периоды свидетельствуют о том, что в 2002–2005 было выпущено 26 наноспутников в год, а в 2006–2012 годах выпуск наноспутников в среднем составил 42,5 штук в год и в 2013 году количество выросло в 2,94 раза. При этом, в 2011–2013 году рынок наноспутников составил долю 59% в натуральном выражении от общего количества нано, микро и миниспутников. Если для миниспутников применение в различных целях — отработки технологий, ДЗЗ, связи и телекоммуникациях, то для микроспутников и наноспутников наибольшую долю составляет отработка технологий — соответственно, 85% и 46% в 2011–2013 годах [13].

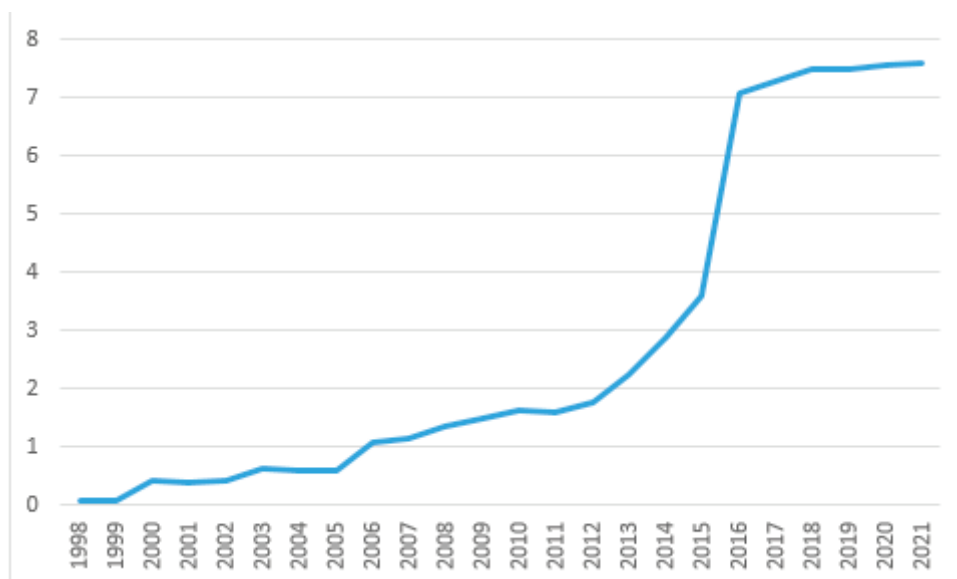


Рис. 8. Динамика количества наноспутников на одно предприятие, занимающееся их разработкой.

Источник: рассчитано авторами на основе [24]

Согласно прогнозам компании O2Consulting.ru в настоящее время средний вес МКА уменьшается в среднем на 8% в год, а количество МКА, созданных в университетах растёт на 16% в год — наблюдается увеличение числа задач в сочетании со стандартизацией. К 2020му году ДЗЗ от Государства и Крупного бизнеса на массовый рынок, научные исследования — от НИО к Массовому рынку, связь и телекоммуникации от государства и крупного бизнеса — к среднему бизнесу [13].

В свою очередь эксперты компании Marketsand Markets прогнозируют рост рынка нано- и микроспутников с \$702,4 млн. в 2014 г. до \$1,887 млрд. в 2019 г. в 2,7 раза преимущественно благодаря заказам коммерческого сектора, что соответствует примерно в 22% в год [17].

По заявлению представителя компании PlanetLabs Аванта Манкара (Avanti Mankar), в 2015 г. на орбите будет находиться группировка из более чем 130 наноспутников, которая сможет обновлять глобальную 10-терапиксельную карту не реже, чем один раз в сутки [17].

Таким образом, наноспутники, в отличие от других видов малых космических спутников имеют чёткое функциональное предназначение в виде экспериментального оборудования и имеют потенциал к развитию в группировки спутников, называемые «роями». Однако, рост числа выводимых на орбиту наноспутников может стать стимулом для разработки миниатюрных ракет или схем выведения на орбиту средствами авиации, вместо существующего способа доставки на орбиту в виде попутной нагрузки или запуска с МКС. В частности, в России ведётся разработка сверхлёгкой ракеты «Таймыр» для наноспутников [17]. В свою очередь, NASA планирует осуществить запуск двух спутников CubeSat на орбиту Марса в 2018 году [17]. Таким образом, в ближайшее десяти-

летие рынок наноспутников имеет возможность существенно преобразить мировую космонавтику и проявить себя, как «подрывная инновация». Однако, также можно встретить противоположное мнение, основанное на ряде ограничений для дальнейшего технологического развития технологий. В частности, Deloitte отмечает, что весовые ограничения наноспутника не позволяет оснащать его гироскопами с микродвигателями и достаточным количеством топлива для обеспечения стабилизации в пространстве, что ограничивает полезный срок службы до 1–3х лет. Кроме того, малый объём спутника не позволяет оснастить его достаточно большой антенной, обеспечивающей сильный сигнал, посылаемый на Землю и принимаемый с неё [17]. Если данные ограничения не снять, то неконтролируемая высокая активность предприятий и фирм по запуску наноспутников может сформировать отрицательный внешний эффект в виде усиления загрязнения околоземного пространства космическим мусором. Откуда следует, что современные технологии наноспутников требуют значительных улучшений в долгосрочной перспективе и контроля за количеством со стороны государств — в краткосрочной. Согласно базе данных по наноспутникам 85% от их использования приходится на институты, компании, школы и университеты (рисунок 9).

Согласно данным рисунка 9, контроль за производством наноспутников требуется осуществлять за двумя разнородными группами, одинаково представленными на рынке. Соответственно, это — университеты и частные компании. Причём, около 2/3 наноспутников производится потребителями из США (рисунок 10).

Как показано на рисунке — второе место по производству наноспутников занимает Европа — 15,6% — вместе с Америкой на них приходится около 82% наноспутников,

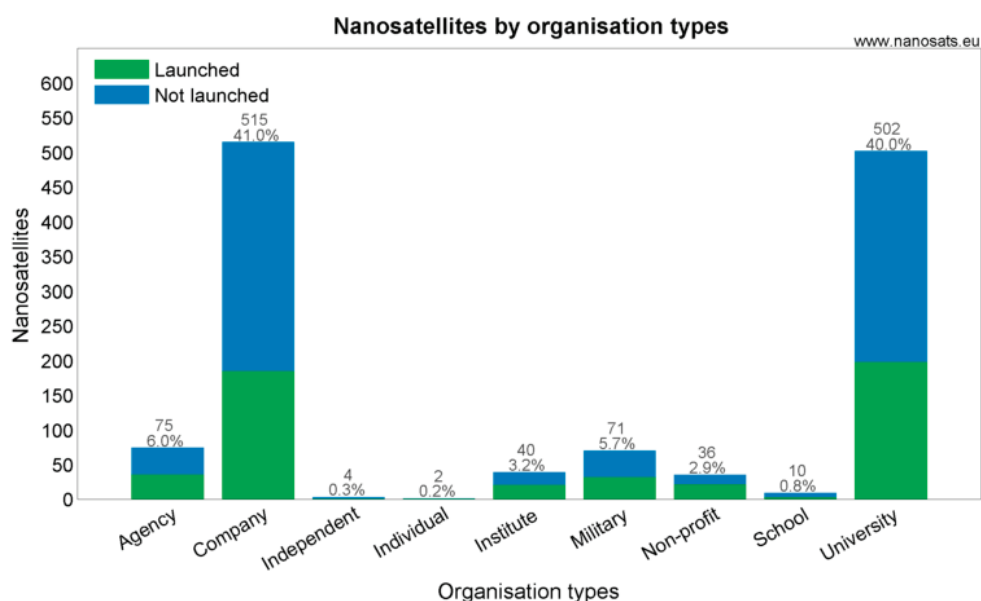


Рис. 9. Распределение наноспутников по типам организаций-разработчиков.

Источник: [24]

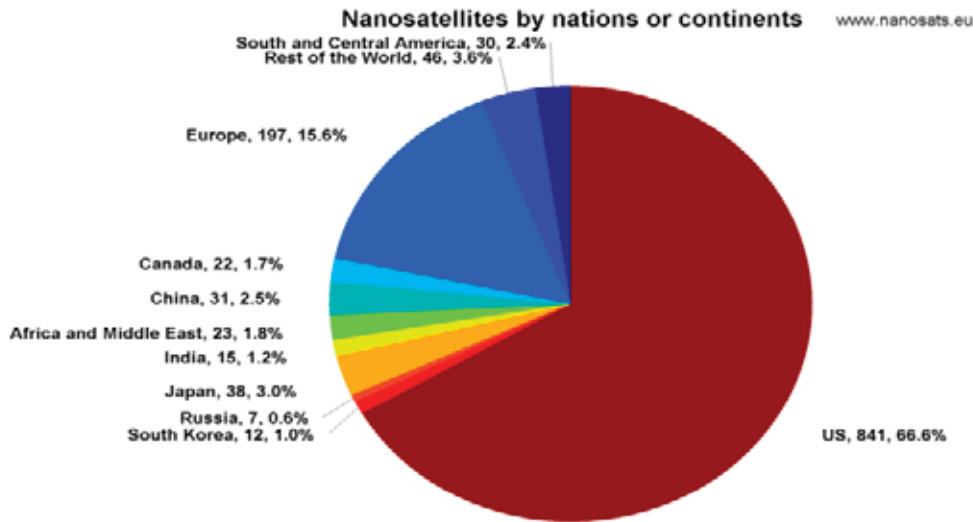


Рис. 10. Распределение производимых наноспутников по странам.

Источник: [24]

тогда как остальные страны представляют менее 4% количества спутников. По прогнозам компании O2Consulting вс 2013 по 2020-й годы в натуральном выражении рынок наноспутников должен вырасти в 1,56 раз [13]. Это означает, что США и Европой будет запущено около 550–600 наноспутников, тогда как Россией и странами её уровня производства наноспутников — всего 3–4. При этом наша страна представляет всего 0,6% наноспутников, отставая от Китая (2,5%), Канады (1,7%), Индии (1,2%), южной корее (1,0%). Соответственно, для нашей ракетно-космической отрасли существует значительное отставание в развитии данной технологии, несмотря на то, что на рынке она присутствует уже 25 лет.

Несмотря на значительное отставание в России наблюдается противоречивое отношение к развитию и масштабированию технологий по производству наноспутников. Хотя в 2015 году, на первом российском симпозиуме по наноспутникам «RusNanoSat»-2015 было отмечено, что низкая стоимость и быстрота производства делает наноспутники перспективным направлением развития космонавтики, позволяющий сочетать решение технологических и образовательных задач [2] и даже предпринимаются попытки НПКЦ «ЦСКБ-Прогресс» совместно с учёными Самарского государственного аэрокосмического университета организовать промышленное производство линейки небольших микроспутников АИСТ весом 50 кг [21] приоритет развития российских космических технологий отдаётся производству больших и средних космических аппаратов, а также оказанию пусковых услуг. Самый маломасштабный проект — миниспутники до 500 кг [6]. Кроме того, проекты, связанные с наноспутниками, отсутствуют в основных положениях ОСНОВ государственной политики Российской Федерации в области космической деятельности на период до 2030 года и дальнейшую перспективу, утвержденных Президентом Российской Федерации от 19 апреля 2013 г. № Пр-906,

основных положениях Федеральной космической программы на 2006–2015 гг. и государственной программе Российской Федерации «Космическая деятельность России на 2013–2020 годы» [14]. Данное обстоятельство поддерживает малую изученность темы, выражающуюся в катастрофически малом количестве научных исследований (рисунок 11).

На рисунке 11 видно, что в сравнении с популярной темой Дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) развитие темы наноспутников идёт крайне медленно. В среднем по теме выпускается 1,3 статьи в год, когда в среднем по популярному направлению ДЗЗ — 9,6 статей в год. Однако, прирост публикационной активности пришёлся на 2005–2010 годы, тогда как для наноспутников — 2010–2013 годы. Характерная фигура — спад публикационной активности относительно тренда в течение 2–3 лет, и ускоренный темп прироста числа публикаций в последствии. Если сравнивать данные циклы у двух тем, то получается, что тема наноспутников получила развитие несколько позже, чем тема ДЗЗ, а также в меньших объёмах. При этом важно отметить, что низкий интерес к теме наблюдался и в 2013–2014м годах бума производства наноспутников в Европе и США, хотя в перспективе наноспутники смогут осуществлять дистанционное зондирование Земли.

При этом, важно отметить, что благодаря высокому потенциалу средств выведения Россия может стать полностью самостоятельным игроком на рынке наноспутников ДЗЗ [18]. Однако, ориентируясь только на пусковые услуги страна запирает себя в крайне узком сегменте космической отрасли. Так, на рисунке 12 показано, что в общем объёме выручки пусковые услуги занимают всего 1%.

При этом, выручка в производстве аппаратов остаётся стабильной — на уровне 30%, тогда как с 2007 по 2014й год выручка в сегменте наземной аппаратуры выросла с 28% до 60%. При этом, анализ колебания выручки по-

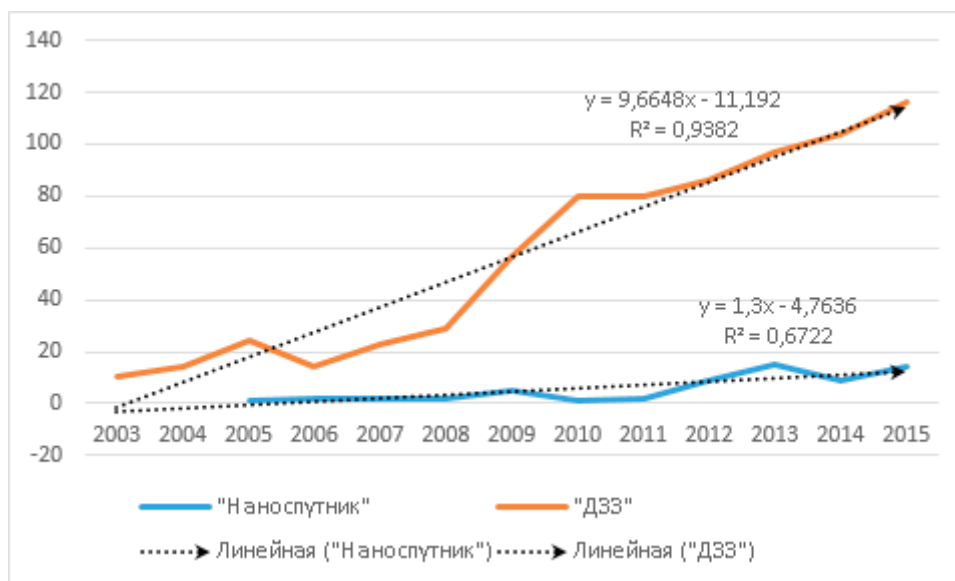


Рис. 11. Динамика количества публикаций по ключевым словам в базе данных elibrary.
 Источник: рассчитано автором на основе [20]

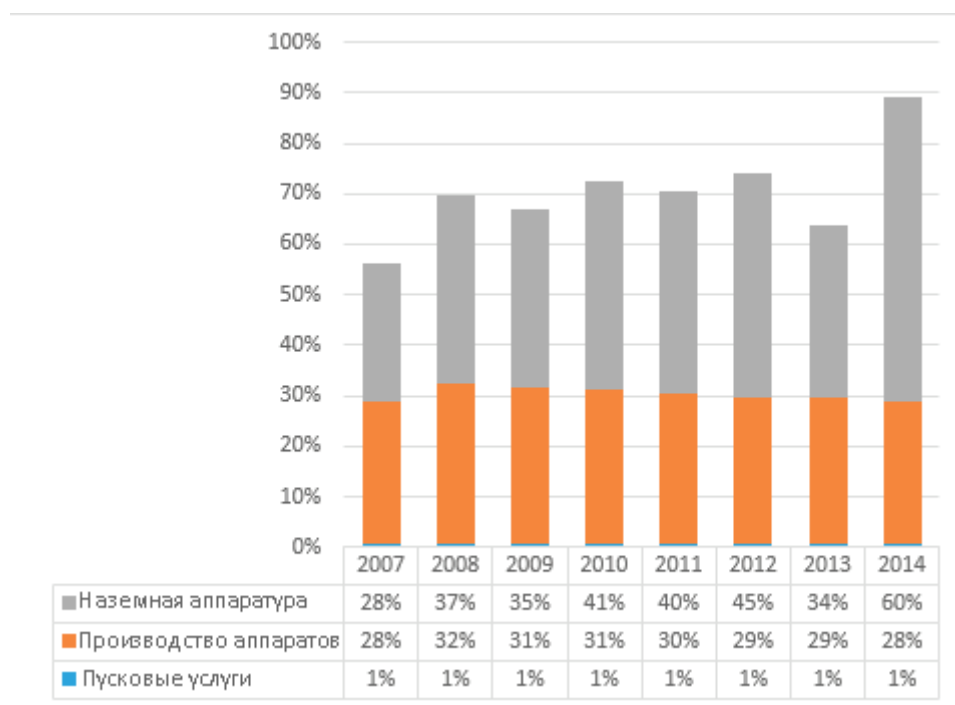


Рис. 12. Динамика доли различных сегментов мирового космического рынка по выручке.
 Источник: [7, с. 107–110]

казывает, что производство аппаратов наряду со спутниковыми и потребительскими услугами имеет устойчиво положительную динамику прироста, тогда как пусковые услуги и наземная аппаратура подвержены 2–3-летней цикличности (рисунок 13).

На рисунке 13 видно, что рост выручки на мировом коммерческом космическом рынке постепенно замедляется с 19% в 2008 году до 3,5% в 2014 году. Отсюда следует вывод о том, что в России производство наноспутников не сможет развиваться по аналогии с американской

и европейской ракетно-космических отраслях за счёт развития предпринимательских инициатив, и потребуются серьёзная поддержка со стороны государства. Она может быть оказана в рамках реализации программ инновационного развития предприятиями ракетно-космической промышленности посредством организации совместных работ по разработке и производству наноспутников совместно с высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими институтами страны. Причём, данная практика уже реализуется.

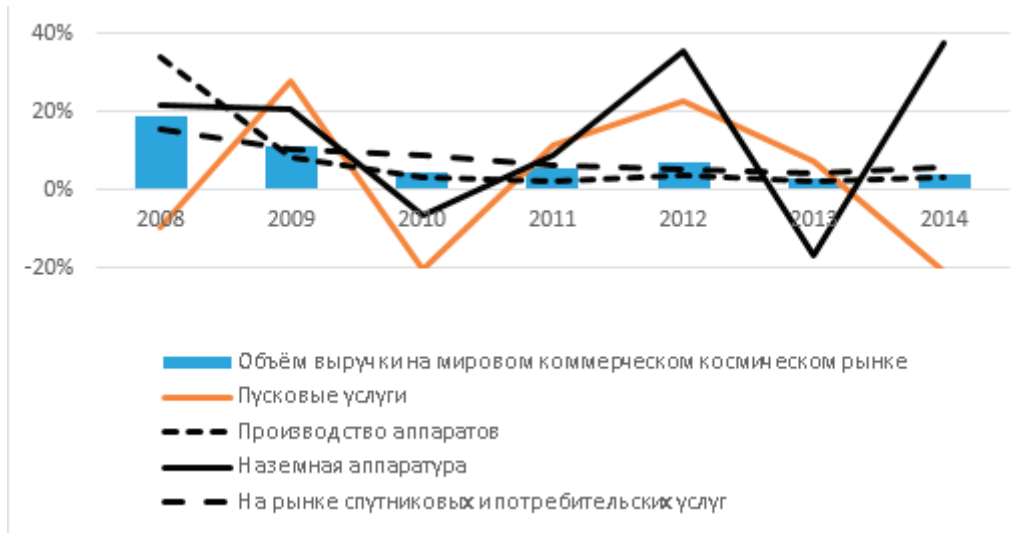


Рис. 13. Динамика темпов прироста выручки на мировом космическом рынке и различных сегментах.

Источник: [7 с. 107–110]

История российского студенческого и радиолюбительского спутникостроения началась в 1996 году, когда по инициативе космонавта Валерия Полякова с борта станции «Мир» была запущена уменьшенная копия первого в мире ИСЗ [15]. А к настоящему моменту РКК «Энергия» было организовано специальное подразделение, занимающееся малыми космическими аппаратами ориентированное прежде всего на образовательную деятельность в развитии у студентов навыков практического конструирования [15].

Кроме того, 2000–2007 годах ряд ведущих вузов космического профиля накопили опыт разработки и эксплуатации малых космических аппаратов. Среди них были МГУ им. М. В. Ломоносова, ВКА им. А. Ф. Можайского, МГТУ им. Н. Э. Баумана, МАИ, МФТИ, СибГАУ [5, с. 252]. Внедрение в процесс обучения студентов практической деятельности по проектированию, изготовлению, испытаниям, управлению полётами научно-образовательных спутников рассматривается как форма повышения качества подготовки специалистов ракетно-космической отрасли [5, с. 252]. Таким образом, организация разработки наноспутников университетами и научно-исследовательскими институтами является важнейшим способом развития технологии производства наноспутников до массовой, сопровождающимся положительными внешними эффектами для системы образования. Причём, даже принципы спецификации CubeSat в рамках минимизации затрат на разработку наноспутников предполагают привлечение для разработки студентов и аспирантов [23]. На рисунке 14 показан один из вариантов реализации данных принципов для малых космических аппаратов, который по экономическим причинам, описанным выше, скорее всего, может быть реализован для наноспутников, либо микроспутников.

На рисунке 14 видно, что разработка малого космического аппарата позволяет дважды усовершенствовать

образовательную программу, а также обеспечить студентов производственной практикой и научно-исследовательской работой. При этом, обязательным условием для создания малых космических аппаратов является совершенствование образовательных программ в целях формирования требуемых базовых компетенций до развития способности научным исследованиям, а затем, на основании опыта создания и запуска малого космического аппарата, появляется возможность обогатить образовательные программы кейсами и результатами научных исследований, основанных на данных, полученных от спутника для формирования специфических компетенций.

Таким образом, в результате проведённого анализа, мы приходим к выводу о том, что наблюдаемый бум производства наноспутников является следствием задержки развития. Технология CubeSat, позволившая значительно снизить затраты на разработку и страхование, позволившая расширить круг возможных потребителей. Однако, технология CubeSat требует значительной доработки в плане повышения времени полезного действия. Таким образом, как подрывная инновация, данная технология обладает не только «дефицитом качества», но и отрицательным внешним эффектом в виде повышения объёма космического мусора. Дальнейшее развитие технологии совместно с университетами позволит не только снизить отрицательный внешний эффект, но и увеличить положительный внешний эффект в форме практикоориентированной образовательной деятельности, повышения научно-исследовательского потенциала университета, а также развития базовых и специфических компетенций у студентов.

Таким образом, мы можем дополнить теорию прорывных инноваций Клейтона М. Кристенсена, отметив, что прорывные инновации, в начале своего совершенствования сопровождаются значительными отрицательными внешними эффектами, тогда как в процессе совершенство-

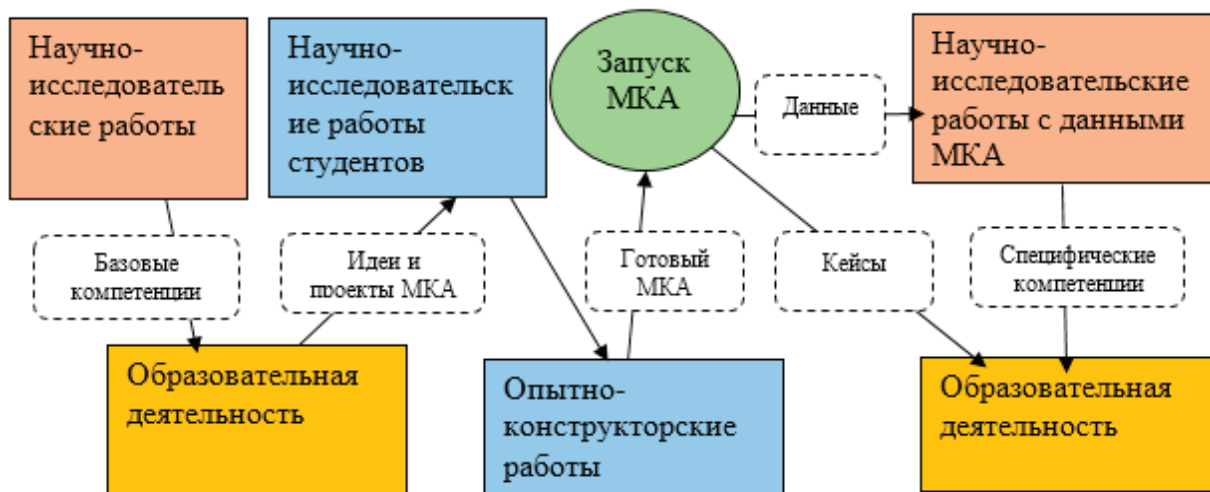


Рис. 14. Процесс разработки малых космических аппаратов университетами и институтами.
 Источник: составлено авторами

вания ряд улучшающих инноваций позволяет как снизить их, так и развивать положительные внешние эффекты.

Таким образом, мы можем отметить, что прогнозы экспертов, исследованные нами, не являются корректными в части предсказания дальнейшего уменьшения размеров спутников. Как показало исследование ценообразования, форма CubeSat 1U-3U являются наиболее экономичными, что определяет их доминирование. На рисунке 15 показана модель развития рынка наноспутников.

На рисунке видно, что тренд на миниатюризацию проявляется из-за образованного «переизбытка качества» в процессе уменьшения массы спутника, который устраняется в случае дальнейшего уменьшения размеров до 1,33 кг. В свою очередь, рынок средних и больших спутников не уменьшается, так как остаётся ориентированным на потребности государства. Соответственно, в данной модели процесс развития больших спутников со-

провождается сменой потребностей основного заказчика-государства на новый уровень, что проявляется в виде станций Салют, МИР, МКС, спутниковых группировок ГЛОНАСС, Коспас-Сарсат и прочих крупных проектов. Причём, для дальнейших исследований рынков космонавтики, по нашему мнению, важным технологическим показателем является 1 килограммочас полезной нагрузки на единицу затрат. Соответственно, на данный момент рынок находится в таком положении, когда данная величина принимает наибольшее значение в области стандарта CubeSat 1U и CubeSat 3U, однако любое совершенствование технологии, позволяющее увеличить данный показатель для микроспутников или пикоспутников — определит тренд развития потребностей потребителей — и соответственно, выбор наиболее успешных предприятий на рынке наноспутников между стратегией улучшающих и подрывных инноваций.

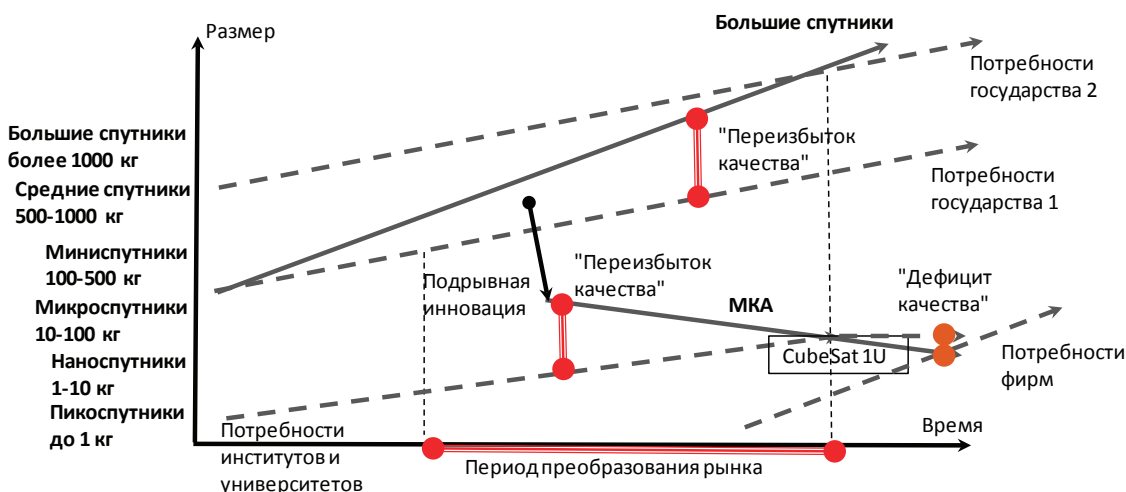


Рис. 15. Модель развития рынка наноспутников как прорывной инновации.
 Источник: составлено авторами

Таким образом, наноспутники являются технологическим решением, ориентированным на иную целевую аудиторию и призванную удовлетворить малые запросы на космические услуги, а также осуществить отработку технологий на малом масштабе. При этом, пока срок жизни наноспутников не достиг значения 5–9 лет при соответствующих низких затратах, следует принимать меры по ограничению числу запусков наноспутников в целях снижения негативного внешнего эффекта. По нашему мнению, ограничение должно быть на уровне 400 наноспутников в год, что соответствует согласно данным рисунка 6 уровню 1961 года и 2010х годов. Причём, учитывая распределение спутников по странам, квоты для США и Европы должны быть определены на уровне соответственно 150 и 50 наноспутников в год, а остальные 200 — распределены между развивающимися странами. Данная пропорция, по нашему мнению, не будет сильно ограничивать рынок наноспутников, величина которого по нашим прогнозам в 2017–2020 годах составит около 217 наноспутников в год, и будет способствовать одновременному достижению целей сдерживания объёма производства наноспутников, а также поддержке их разработки в странах 2й космической очереди. При этом, в целях поддержки технологического прогресса наноспутников и во избежание блокирования инновационной активности космических отраслей США и Европы, данное ограничение должно касаться только наноспутников, срок полезного действия на орбите которых не превышает 5 лет.

В свою очередь, для Российской космической отрасли мы можем отметить значительное отставание от Европы и Америки, что в долгосрочной перспективе создаёт риски потери позиций в ряде космических услуг при совершенствовании наноспутников как подрывной инновации. Для устранения данной опасности, мы предлагаем прежде всего повысить научно-исследовательскую активность в области наноспутников и достичь целевого значения 10 публикаций в год к 2018 году.

Литература:

1. Азоев, Г. Л. Инновационные кластеры наноиндустрии. — М.: БИНОМ Лаборатория знаний, 2012. — 296 с.
2. Ершова Екатерина Эра наноспутников Полёт № 10 (1595) Вторник 9.06.2015 Газета Самарского государственного аэрокосмического университета имени академика С. П. Королёва (Национальный исследовательский университет).
3. Кристенсен Клейтон М. Дилемма инноватора: Как из-за новых технологий погибают сильные компании / Пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2015. — 239 с.
4. Кристенсен Клейтон, Рейнор Майкл, Макдоналд Рори. Подрывные инновации двадцать лет спустя // *Nordic Business Review*. — 2016. — № Март. — с. 38–48.
5. Макаров, Ю. Н., Пушкарский С. В. Межвузовское партнерство и студенческие спутники России Ракетно-космическое приборостроение и информационные технологии 2009–2010. Труды II Всероссийской научно-технической конференции «Актуальные проблемы ракетно-космического приборостроения и информационных технологий», посвящённой 100-летию со дня рождения М. С. Рязанского, 2–4 июня 2009 г. / под ред. Ю. М. Урлича, А. А. Романова. М.: Радиотехника, 2010. — 272 с.: ил.
6. Нестеров, Е. А. Реализуемые и перспективные проекты АО «Российские космические системы» // Российские информационные технологии и мировой рынок: Международный форум. — М.: РУДН, 2015. — с. 89.
7. Чурсин, А. А. Повышение результативности экономической деятельности при применении космических услуг в отраслях народного хозяйства // Российские информационные технологии и мировой рынок: Международный форум. — М.: РУДН, 2015. — с. 107–110.

После формирования научной базы мы предлагаем организовать разработку отечественного стандарта наноспутников параллельно с разработкой сверхлёгкой ракеты, ориентированной на их доставку на орбиту. Как показывает практика использования стандарта CubeSat — разработка стандарта экономичного наноспутника позволит активизировать рынок в краткосрочной перспективе. При этом, учитывая тенденции развития рынка наноспутников как прорывной инновации, мы рекомендуем формирование стандарта сориентировать на массу 4–6 кг, что в случае успеха позволит достичь мировой конкурентоспособности при развитии потребностей на рынке наноспутников.

В дальнейшем, для совершенствования стандарта, мы рекомендуем предприятиями ракетно-космической промышленности в рамках реализации программ инновационного развития организовать совместные работы с ведущими высшими учебными заведениями страны. По нашему предположению высшие учебные заведения смогут освоить и отработать новый стандарт и технологию наноспутников, значительно повысить свой научно-исследовательский и образовательный потенциал, а также довести посредством ряда улучшающих инноваций наноспутники до качества, соответствующего потребностям частных предприятий.

Так как в долгосрочной перспективе ожидается развитие технологий объединения наноспутников в единые группировки и передачи им ряда функций современных микроспутников и миниспутников, то мы хотим посоветовать ряду предприятий ракетно-космической промышленности в рамках реализации программ инновационного развития осуществить ряд НИОКР, направленные на решение задач внедрения наноспутниковых группировок в состав существующих спутниковых группировок и проведения их замещения там, где это окажется экономически выгодным.

8. Buchen, E. SpaceWorks' 2014 Nano/Microsatellite Market Assessment. — 2014.
9. DePasquale, D., Bradford J. Nano/Microsatellite Market Assessment // Public Release, Revision A, SpaceWorks. — 2013.
10. Matsuda, S. et al. Evolutional Launch Concept for Pico/Nano Satellite. — 2010.
11. Rotteveel, J., Bonnema A., Hennequin J. Nano-Profitability-A Review of the Financial Success of Nanosatellite Industrial Companies. — 2014. с. 6.
12. Бюджет NASA // URL: <http://www.nasa.gov/news/budget> (дата обращения: 19.03.2016).
13. Исследование рынка малых космических аппаратов в ретроспективе 2002–2013 гг. и с прогнозом до 2020 г. // Технологии и средства связи O2Consulting.ru. URL: www.o2consulting.ru (дата обращения: 20.03.2016).
14. Космические программы // Федеральное космическое агентство. URL: <http://www.federalspace.ru/115/> (дата обращения: 20.03.2016).
15. Любительская космонавтика // Популярная механика. URL: <http://www.popmech.ru/technologies/13811-kosmos-na-lyubitelnya-orbita/> (дата обращения: 20.03.2016).<http://www.sputnix.ru/ru/>
16. Мобильная связь «5G» на базе наноспутников // Технологии и средства связи. URL: <http://www.tsonline.ru/articles2/sputnik/mobiljnaya-svyazj-5g-na-baze-nanosputnikov> (дата обращения: 20.03.2016).
17. На орбиту налегке // Русская планета. URL: <http://rusplt.ru/society/na-orbitu-nalegke-16173.html> (дата обращения: 20.03.2016).<http://utmagazine.ru/posts/17629-avtonomnye-nanosputniki-izmenyat-podhod-k-kosmicheskim-missiyam>.
18. На смену спутникам придут наноспутники // С-news Издание о высоких технологиях. URL: http://www.cnews.ru/articles/na_smenu_sputnikamgigantam_pridut (дата обращения: 20.03.2016).
19. Наноспутники // АО «Российские космические системы». URL: <http://www.spacecorp.ru/directions/nano/> (дата обращения: 19.03.2016).
20. Результаты поискового запроса // Научная электронная библиотека Elibrary. URL: http://elibrary.ru/query_results.asp?pageum=1 (дата обращения: 20.03.2016).
21. Рынок наноспутников вырастет в 2,7 раза к 2019 г // С-news Издание о высоких технологиях. URL: http://www.cnews.ru/news/top/rynok_nanosputnikov_vyrastet_v_27 (дата обращения: 20.03.2016).
22. Серийное производство наноспутников будет создано в Самаре // Управление производством. URL: <http://www.up-pro.ru/news/market/samara-nanosputnik.html> (дата обращения: 20.03.2016).
23. Спутники стандарта CubeSat // URL: <http://cubesat.ru/ru/cubesats.html> (дата обращения: 19.03.2016).
24. World's largest database of nanosatellites, currently more than 1200 nanosats. // URL: <http://nanosats.eu/> (дата обращения: 19.03.2016).

Роль материальных оборотных средств в кругообороте средств предприятия

Кибенко Владимир Александрович, кандидат экономических наук, доцент;

Решитова Алим Алимовна, студент

Керченский государственный морской технологический университет

В работе рассматриваются вопросы эффективного управления оборотными средствами организации, а также влияние внешних и внутренних факторов на их величину.

Оборотные средства являются одной из составных частей имущества любого предприятия. Состояние и формирование их применения один из основных условий эффективной работы предприятия. На сегодняшний день большинство предприятий уделяют мало внимания управлению оборотными активами и как итог — чувствуют существенный недостаток в используемом капитале.

Высокая инфляция, неплатежи и прочие кризисные явления заставляют предприятия больше уделять внимания на управление материально оборотными средствами, находить новые средства их пополнения, исследовать задачу производительности их применения. Новые экономические требования, определяющие нестабиль-

ность экономической ситуации, приводят большинство хозяйствующих субъектов к многочисленным неплатежам.

Предприятия сталкиваются с внушительными проблемами с финансированием оборотных средств. В условиях рыночной экономики является актуальным совершенствование управления процессом производства и эффективное использование материальных ресурсов.

Исследованию вопросов управления материальными оборотными активами отведено достаточно трудов российских ученых, таких как: Быкова Е. В., Гридчина М. В., Ковалев В. В., Макушева О. Н. Просветов Г. И., Пузанкевич О. А., Стоянова Е. С., Ткачук М. И., Топорова Ю. М.

Но на сегодняшний день данная проблема недостаточно исследована и, требует последующего изучения и управления материальными оборотными активами для усовершенствования эффективности использования материальных оборотных средств.

Основной целью данной работы является рассмотрение теоретических положений, а также выявление путей совершенствования эффективности использования материальных оборотных средств.

Состояние и развитие оборотных средств, считается одним из значимых факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия. Оборотные средства, гарантируют непрерывность и качество процесса производства, и определяет его финансовое состояние.

Для целей настоящего Положения к бухгалтерскому учету в качестве материально-производственных запасов принимаются активы:

- используемые в качестве сырья, материалов и т.п. при производстве продукции, предназначенной для продажи (выполнения работ, оказания услуг);
- предназначенные для продажи;
- используемые для управленческих нужд организации.

Готовая продукция является частью материально-производственных запасов, предназначенных для продажи (конечный результат производственного цикла, активы, законченные обработкой (комплектацией), технические и качественные характеристики которых соответствуют условиям договора или требованиям иных документов, в случаях, установленных законодательством).

Товары являются частью материально-производственных запасов, приобретенных или полученных от других юридических или физических лиц, и предназначенные для продажи. [2]

В управлении оборотными средствами существует сложность, она заключается в том, что оборотный капитал находится в неизменном движении и таким образом, требуется постоянный контроль над структурным соответствием собственных и заемных средств на предприятии, за их распределением и более оптимальным использованием при преобразовании в оборотный капитал. Следует структурировать оборотные средства таким образом, чтобы их ликвидность и платежеспособность предприятий находились в равновесии, например как в случае если денежные средства, дебиторская задолженность и производственно-материальные запасы поддерживаются на сравнительно невысоком уровне, то вероятность неплатежеспособности или же недостатка средств для осуществления рентабельной деятельности предприятия велика.

Оборотные средства находятся в постоянном движении — это является основой бесперебойного процесса производства и обращения. Управление оборотными средствами напрямую связано с механизмом определения плановой потребности предприятия в их нормированием. Прежде всего, предприятию необходимо правильно определить оптимальный размер оборотных средств, который позволит получать прибыль с минимальными издержками, запланированную при данном объеме производства. [5]

Размер и структура оборотных активов ориентируются на отраслевую принадлежность (предприятия сферы обращения имеют высокий удельный вес товарных запасов, у финансовых предприятий наблюдается существенная сумма средств). Так как значение оборотных активов ориентируется не только лишь нуждами производства, а также случайными факторами, оборотный капитал принято подразделять на постоянный и переменный. Изменный оборотный капитал представляет собой часть денежных средств, дебиторской задолженности и производственных запасов, необходимость в которых многократно на протяжении операционного цикла.

Кругооборот средств предприятий наступает с авансирования стоимости в денежной форме на покупку товаров, оснащения, материалов, горючего и других средств производства это 1-я стадия кругооборота. В итоге денежные средства принимают форму запасов, проявляя переход из сферы обращения в сферу изготовления окончанием 1-й стадии прерывается товарное обращение, но не кругооборот.

2-я стадия кругооборота совершается в ходе производства, где рабочая сила осуществляет производственное потребление средств производства, создавая новый продукт, несущий внутри себя перенесенную и возобновленную цену. Авансированная цена снова заменяет собственную форму с производительной на товарную.

3-я стадия кругооборота заключается в реализации готовой продукции (работ, услуг) и получении денежных средств. Для этой стадии оборотные средства снова переходят из сферы производства в сферу обращения. Различие между совокупностью денежных средств, затраченных на реализацию продукции и полученных от реализации продукции (услуг), составляет денежные накопления предприятия.

Наиболее значительна первая денежная стадия кругооборота, которая представляет непосредственный процесс авансирования. Начинается кругооборот с авансирования определенной суммы денежных средств в производство

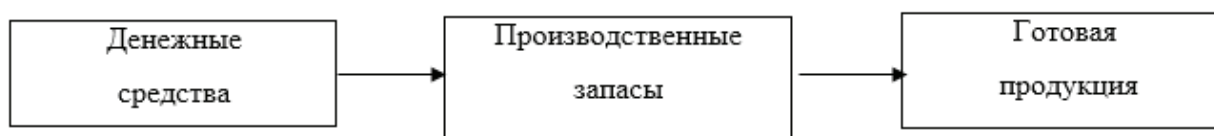


Рис. 1. Кругооборот оборотных средств предприятия

в виде приобретения товарно-материальных ценностей.оборотный капитал на этой стадии из формы денежных средств переходит в форму производственных запасов. Для непрерывности кругооборота предприятию следует уделять больше внимания денежной стадии, так как при приобретении сырья и материалов с помощью оборудования и рабочей силы, изготавливается готовая продукция.

Кругооборот фондов предприятий имеет возможность совершаться лишь при наличии определенной авансированной цены в денежной форме. Вступая в кругооборот, она уже не оставляет его, поочередно изменяя собственные функциональные формы. Указанная цена в денежной форме представляет собой оборотные средства предприятия.

Момент авансирования представляет собой одну из значительных и отличительных черт оборотных средств, так как он играет весомую роль в установлении их экономических границ. Временным аспектом для авансирования оборотных средств должен считаться не квартальный или годичный размер фондов, а один кругооборот, впоследствии которого они возмещаются вступая в следующий.

Размер материальных оборотных средств предприятия зависит от множества факторов. Все факторы следует поделить на внешние, которые оказывают воздействие автономно от интересов предприятий, и внутренние, на которые предприятие имеет возможность и должно воздействовать.



Рис. 2. Факторы влияния на материальные оборотные активы

При изучении факторов влияющих на размер материальных оборотных средств, следует выделить внутренний фактор организации коммерческой работы организации. В рыночной экономике играет огромную роль правильная организация материальных оборотных средств, умелое управление и увеличение эффективности их использования, так как оборотные средства включают как валютные, так и материальные ресурсы, от их организации и отдачи применения находится в зависимости не только

процесс производства, но и финансовая стабильность предприятия.

Из приведенных выше факторов можно отметить наличие эффективной рыночной инфраструктуры. Роль рынка в общественном производстве играет огромную роль: он подает знак производству, в какой структуре и в каком объеме следует производить, уравнивает спрос и предложение, обеспечивает сбалансированность экономики; ликвидирует неконкурентоспособных пред-



Рис. 3. Факторы влияния на организацию коммерческой работы

приятий и способствует прекращению устаревшего производства.

Материальные оборотные активы призваны обеспечивать систематическое передвижение на всех стадиях кругооборота, для того чтобы удовлетворять необходимость предприятий в товарах и материальных ресурсах, гарантировать своевременность и полноту расчетов увеличивать эффективность применения оборотных средств. Таким образом, материальные оборотные средства включают денежные и материальные ресурсы, от их организации и эффективности их использования зависит как процесс производства, так финансовая устойчивость предприятия. На всех стадиях кругооборота материальные оборотные активы призваны обеспечивать непрерывное их движение с тем, для удовлетворения нужд предприятия в товарах и материальных ресурсах, обеспечивать своевременность и полноту расчетов повышать

эффективность использования оборотных средств. Следует выделить первую стадию кругооборота, та как предприятие должно располагать денежными средствами для закупки материалов на производство готовой продукции. Стоимость при этом не используется, а авансируется, поэтому, как впоследствии окончания кругооборота она возвращается.

На эффективность использования оборотных средств и ускорение их оборачиваемости влияют факторы, как повышающие их величину, так и снижающие. Для эффективной работы предприятия в условиях рынка необходимо не просто заниматься коммерческой деятельностью, а выполнять весь комплекс коммерческой деятельности, который включает в себя прогнозирование изучения спроса, изучение емкости рынка, рациональной организации хозяйственной деятельности, рекламной деятельности и реализации своих услуг.

Литература:

1. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учёте. [Текст]: ФЗ № 129 принят Государственной Думой 21 ноября 1996 (в ред. от 03.11.2006) // Собрание законодательства РФ, — 1996, — 48. Ст. 5369.
2. Российская Федерация. Учет материально-производственных запасов. ПБУ 5/01 [Текст]: Приказ Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44Н (в ред. от 26.03.2007) // Российская газета, 25.07.2001, № 140
3. Голикова Ольга Васильевна, Нестеренко, Елена Геннадиевна Журнал Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева Выпуск № 21 / 2010 Коды ГРНТИ: 06 — Экономика и экономические науки ВАК РФ: 08.00.00 УДК: 33
4. Гридчина, М. В. Методы управления капиталом предприятия, оборотными средствами, инвестиционным портфелем, формированием и использованием [Текст]: учебник / М. В. Гридчина. — М.: МАУП, 2004. — 377 с. — ISBN 966—608—451—1
5. Ковалев, В. В. Управление активами предприятий [Текст]: учебно-практическое пособие / В. В. Ковалев. — М.: ПРОСПЕКТ, 2010. — 333 с. — ISBN 5—482—01415—
6. Кулаева, Н. С. Учет готовой продукции в бухгалтерском учёте в организациях машиностроения и металлообработки/ Н. С. Кулаева // Налоги. — 2010. — № 1.
7. Курбангалеева, О. А. Учет полуфабрикатов собственного производства. [Текст] / О. А. Курбангалеева // Все о налогах. — 2012. — № 1.
8. Макушева, О. Н. Оптимизация структуры оборотных активов транспортной организации в пределах нормативного коридора ликвидности // Финансовый менеджмент. — 2009. — № 3. — с. 3—23. — ISSN 1607—968
9. Просветов, Г. И. Анализ оборотных активов [Текст]: учебник / Г. И. Просветов. М: Альфа Пресс, 2010. — 348 с. ISBN 978—5—94280—339—1

Информационная система АПК региона

Коломейченко Алла Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент
Орловский государственный аграрный университет

В статье рассматриваются проблемы информатизации сельхозтоваропроизводителей региона. Предлагается возможная структура автоматизированной информационной системы на база Департамента сельского хозяйства Орловской области.

Ключевые слова: АПК, сельское хозяйство, информационное обеспечение, информационная система, научно-информационное обеспечение.

В сфере АПК России ведется многоплановая работа по созданию инновационной системы научно-информа-

ционного обеспечения. Цель построения такой системы имеет стратегический характер и состоит в нахождении

путей устранения импортозависимости при обеспечении населения основной продовольственной продукцией, а главное — повышение эффективности и наращивании производства сельхозпродукции. Целевые показатели такого обеспечения с учётом наращивания экспортного потенциала определены Доктриной продовольственной безопасности [1]. Учитывая, что в последние годы возросла потребность в обеспечении оперативного обмена большими потоками информационных ресурсов параллельно возросло и значение информационного обеспечения АПК. Построение информационной инфраструктуры, охватывающей все составляющие агропромышленного комплекса, становится важным этапом в программе подъема сельского хозяйства и перевода этой отрасли на инновационные технологии. Однако построение такой системы требует значительных вложений средств. Например, на Западе в информатизацию (в частности, в развитие сети Интернет) вкладываются десятки миллиардов долларов США. Анализируя объем и структуру рынка ИТ развитых европейских стран, можно констатировать, что их объем значительно больше, чем в России [5].

Проведенный мониторинг веб ресурсов Орловской области говорит о недостаточном уровне информатизации АПК в регионе. У Департамента сельского хозяйства нет своего веб-ресурса, следовательно, нельзя говорить о доступности информации [2]. Об актуальности тоже не приходится говорить, т.к. информация, размещенная на сайте Администрации, имеет не периодичный характер и носит в основном краткую информационную справку о проводимых мероприятиях. Необходимо сказать об «информационном голоде» у сельскохозяйственных товаропроизводителей, касающихся доступных курсов повышения квалификации, инвестиционных проектов, научные статьи о развитии животноводства и растениеводства, о новейших препаратах по борьбе с заболеваниями у животных.

Существует ограниченный доступ в получении первичной статистической информации. Ни на одном ресурсе не найдены аналитические справки и обзоры, касающиеся сельского хозяйства. На ресурсах представлена в основном законодательная информация, которая имеет свойство повторяться. Невозможно воспользоваться возможностью электронного взаимодействия, кроме электронной почты, и то не на всех подразделениях. У Департамента сельского хозяйства указана электронная почта только руководителя, что затрудняет доступ к общению и получению информации непосредственно у ответственных лиц.

По нашему мнению, необходимо создание информационного ресурса Департамента сельского хозяйства Орловской области. Он будет отвечать современным требованиям, предъявляемым к информационно-аналитическим системам: применение активных ссылок на смежные информационные ресурсы, авторизация пользователей (с разграничением доступа) с возможностью участия в наполнении портала и обмена информации по

средствам форума. В свою очередь, данный ресурс будет частью единого информационного пространства Министерства сельского хозяйства Российской Федерации.

При внедрении информационной системы органы управления АПК сталкиваются с множеством проблем. Условно мы их разделили на три большие группы: связанные с обеспечением функционирования системы, управленческие и организационные проблемы.

В первой группе рассматриваются проблемы, обеспечивающие бесперебойное функционирование системы. К ним относятся следующие: во-первых в недостаточной проработке функционала системы и ее количественного описания, удобного интерфейса для работы специалистов, во-вторых, в отсутствии специализированных сервисов и программ для автоматического сбора первичной информации для последующего принятия управленческого решения. Информация разрознена по формам предоставления (письменная, устная, по электронной почте и т.д.), на ее обработку и ввод в систему уходит большое количество времени. В-третьих, кадровая проблема. Управленческий персонал в своей работе не использует современные программы помогающие принять решение, например, по проведению полевых опытов на основе информационных технологий т.к. не умеет пользоваться ими [4].

Информационная система создается для обеспечения зарегистрированных пользователей информационного ресурса, к данным размещенных на нем. Одной из задач является обеспечение коммуникации пользователей. Пользователями данного веб-ресурса могут быть: руководители и специалисты Департамента сельского хозяйства Орловской области и соседних областей, индивидуальные предприниматели, руководители ЛПХ, КФХ, занимающиеся сельскохозяйственным и промышленным производством, крупные и средние фермы и т.д. Данный проект направлен на автоматизацию стратегического уровня управления АПК Орловской области, для поиска решений по усовершенствованию системы управления АПК и взаимодействию с другими системами. Органам управления данный ресурс поможет упорядочить данные о структуре предприятий и их результатах деятельности в АПК Орловской Области.

Для предприятий данный ресурс будет полезен тем, что там будут публиковаться аналитические отчеты о тенденциях развития отрасли, прогнозы экономической ситуации на рынке, данные о новых способах производства сельскохозяйственной продукции, база нормативных документов, отчеты о товарах и услугах производимых в области.

Для всех пользователей информационного ресурса предусмотрен сервис по выборки интересующей информации и представление ее в удобном виде, по анализу и прогнозному расчету интересующих показателей.

В настоящее время нет одобренных рекомендаций по количественной и качественной оценке информационных ресурсов, а так же прогнозирование их потребно-

стей в обществе. Это снижает эффективность накапливаемой информации в виде информационных ресурсов. При создании информационного ресурса в системе управления АПК Орловской области необходимым условием является — использование инструментальных средств для обработки, передачи и хранения данных.

Информационная система будет состоять из клиентской и серверной части. Для клиентской части техническим условием является использование гипертекстовой разметки HTML с вложенными таблицами CSS. Нами был выбран язык программирования Java Script. Для серверной части техническим условием — система управления базами данных MySQL (самая распространенная система для интернет проектов) и язык программирования PHP (для написания приложений). При проектировании информационной системы, необходимо создать функциональную модель (рис. 1).

Информационная система состоит из следующих подсистем:

- подсистема сбора информации о выставках, конкурсах, конференциях;
- подсистема формирования базы по нормативно-правовым документам;
- подсистема по предложениям;
- подсистема базы данных по зарегистрированным участникам;
- подсистема по запросам.

Создаваемая система будет функционировать в круглосуточном режиме работы и без помощи администраторов, при условии правильного соблюдения условий эксплуатации.

Подсистема сбора информации о выставках, конкурсах, конференциях, реализует следующие функции: поиск актуальной информации о выставках, оперативный мониторинг подсистемы, контроль над доступом зарегистрированных пользователей.

Подсистема формирования базы данных по нормативно-правовым документам реализует следующие функции: внесение изменений в базу данных, импорт информации из внешних источников, круглосуточный мониторинг обновлений, контроль над доступом.

Подсистемы запросов и предложений реализуют похожие функции: по сбору данных в произвольной форме, поддержка процессов проверки данных, возможности печати и т.д.

Данная система взаимодействует с органами местного самоуправления, Министерством экономического развития РФ, Министерством сельского хозяйства и т.д.

Для повышения эффективности агропромышленного комплекса России в соответствии со Стратегией развития АПК и рыболовства в настоящее время ведется создание Единой системы информационного обеспечения (ЕСИО). Система является многоуровневой, охватывает федеральный, окружные, региональные (областные, краевые)



Рис. 1. Функциональная модель информационной системы

и муниципальные (районные) уровни [3]. Предлагаемая нами информационная система относится к региональ-

ному и муниципальному уровням и должна быть интегрирована в ЕСИО.

Литература:

1. Черноиванов, В.И. Опыт внедрения инновационных технологий при модернизации инженерно-технической системы АПК/В. И. Черноиванов// Матер. V меж. науч. — практ. конф. «Научно-информационное обеспечение инновационного развития АПК» — М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2011. — С.22–34.
2. Коломейченко, А.С. Анализ информационной системы трансфера результатов научных исследований в агропромышленный комплекс России/ А.С. Коломейченко, Ю.В. Ноздрин//Молодой ученый, 2014. — № 2 (05). — с. 44–47.
3. Кондрашин, А.В. Адаптация единой системы информационного обеспечения АПК для сельхозтоваропроизводителей/А. В. Кондрашин//Никоновские чтения, 2011. — № 16. — С.393–394.
4. Коломейченко, А.С. Анализ рынка информационных услуг в АПК/ А.С. Коломейченко, Ю.В. Ноздрин //В сб.: Актуальные проблемы социально-экономических исследований. Сб. мат. 5-й меж. науч. — практ. конф. — Махачкала, 2014. — с. 54–57.
5. Кизима, С.А. Информатизация и национальное государство: геополитический аспект/ С.А. Кизима//Проблемы управления, 2010. — № 1 (34). — С.223–228.

Коммерческие расходы и валовый доход организации как показатели, участвующие в формировании финансового результата

Красницкая Марина Владимировна, студент;
Шибеева Светлана Константиновна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Актуальность формирования финансового результата современной организации можно обусловить тем фактом, что положительный финансовый результат является залогом дальнейшего процветания и развития.

Финансовый результат может быть как положительный, так и отрицательный. Положительный есть превышение дохода над расходами. Отрицательный — превышение расходов над доходами.

Но помимо простейших формул соотношения доходов и расходов, необходимо понимать тот факт, что конечная прибыль формируется в несколько этапов: валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, чистая прибыль. Современное коммерческое предприятие любой сферы деятельности преследует лишь одну цель — получение максимально возможной прибыли для дальнейшей реализации направлений своей деятельности [1].

Максимизация прибыли возможна в основном по следующему направлению — увеличение прибыли от продажи товара, работ или услуг, данное направление требует решения двух главных задач: обеспечить рост выручки от продаж и снизить себестоимость.

Как себестоимость, так и прибыль от продаж выступают как результат ряда действий различных служб предприятия.

В основном к функциям служб предприятия, влияющим на формирование прибыли от продаж относят процесс контроля за эффективностью реализуемых операций и меро-

приятий, проводится оценка с точки зрения конечного результата, а также применение экономического рычага и стимула при выборе и реализации оптимальных решений.

Контролируя деятельность организации, специалисты руководствуются рядом форм и методов, которые могут положительно воздействовать на факторы, оказывающие в свою очередь влияние на объем прибыли от реализации конечного продукта, работы или услуги.

Факторы можно условно разделить на три группы. Первая оказывает влияние на рост или снижение поступления от продажи, вторая в большей степени оказывает влияние на объем затрат, третья влияет на изменение уровня рентабельности реализованной продукции [4].

Все вышеприведенные факторы тесно взаимосвязаны между собой, их положительное влияние возможно только при принятии и реализации управленческих решений с учетом реальных внешних и внутренних условий.

Затрагивая вопрос прибыли от продаж, необходимо отметить, что данный вид прибыли является начальным этапом при формировании чистой прибыли организации.

Прибыль от продажи часто называют еще валовой прибылью.

Два вида прибыли будут равны между собой в том случае, если в организации отсутствуют отдельно выделенные коммерческие и управленческие расходы.

Валовая прибыль представляет собой разницу между валовым доходом и себестоимостью готовой продукции.

Валовый доход — есть общий доход организации от всех видов хозяйственной деятельности и хозяйственных операций до уплаты из него платежей, входящих в цену продукции. Основа валового дохода производственного предприятия состоит из валового дохода от реализации продукции.

Валовый доход организации является финансовой основой, которая обеспечивает решение нижеприведённых важнейших задач:

- основная часть валового дохода предприятия представляет собой источник возмещения всех текущих затрат, которые связаны с осуществлением хозяйственной деятельности. Реализация данной задачи способна обеспечить самокупаемость текущей хозяйственной деятельности организации;

- часть валового дохода организации выступает в роли источника выплат различных видов налоговых платежей, которые способны обеспечить формирование средств государственного и местного бюджета. Реализация данной задачи способна обеспечить выполнение финансовых обязательств предприятия перед государством [2];

- отдельная часть валового дохода предприятия представляет собой источник формирования прибыли, за счет которой сформированы фонды развития, дополнительного материального стимулирования персонала, социальных выплат, выплат владельцам имущества, резервный и т.п. Реализация этой задачи обеспечивает самофинансирование развития предприятия в предстоящем периоде. Валовый доход предприятия от реализации продукции характеризуется двумя показателями — его суммой и уровнем.

Относительно прибыли от продаж можно сказать, что данный вид прибыли представляет собой разницу между валовой прибылью и коммерческими и управленческими расходам.

В состав управленческих расходов могут быть включены следующие расходы:

- административно-управленческие расходы;
- на содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственным процессом;
- амортизационные отчисления и расходы на ремонт основных средств управленческого и общехозяйственного назначения;
- арендная плата за помещения общехозяйственного назначения;
- расходы по оплате информационных, аудиторских, консультационных и т.п. услуг;
- налоги, уплачиваемые в целом по организации (налог на имущество, транспортный налог, земельный налог и т.п.);
- другие аналогичные по назначению расходы, возникающие в процессе управления организацией и обусловленные ее содержанием как единого финансово-имущественного комплекса.

К коммерческим расходам относятся издержки [2]:

- на затаривание и упаковку;

- по доставке на станцию (пристань) отправления, погрузке в транспортные средства;

- на комиссионные сборы (отчисления), уплачиваемые посредническим организациям;

- по аренде и содержанию помещений для хранения и продажи продукции (товаров);

- на хранение товаров;

- по оплате труда продавцов;

- на рекламу;

- на представительские расходы;

- на иные аналогичные по назначению расходы.

Торговые организации могут включать в состав коммерческих расходов не только затраты, связанные с продажей, но и затраты, связанные с приобретением товаров (транспортно-заготовительные расходы, ТЗР). При этом, ТЗР распределяются между реализованным и нерезализованным товаром и списываются на уменьшение финансового результата только в части, приходящейся на реализованный товар.

Распределению на остаток нерезализованного товара подлежат только транспортные расходы, а не все ТЗР.

Относительно бухгалтерского учета можно сказать, что учет валового дохода ведется на счете 90 «Продажи». Активно-пассивный счет 90 «Продажи» предназначен для обобщения информации о доходах и расходах, связанных с обычными видами деятельности организации, а также для определения финансового результата по ним.

На субсчете 90–1 «Выручка» учитываются поступления активов, признаваемые выручкой.

На субсчете 90–2 «Себестоимость продаж» учитывается себестоимость продаж, по которым признана выручка.

На субсчете 90–3 «Налог на добавленную стоимость» учитываются суммы налога на добавленную стоимость, причитающиеся к получению от покупателя (заказчика).

Субсчет 90–9 «Прибыль/убыток от продаж» предназначен для выявления финансового результата (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц.

Записи по субсчетам 90–1, 90–2, 90–3 производятся накопительно в течение отчетного года. Ежемесячно сопоставлением совокупного дебетового оборота по субсчетам 90–2, 90–3 и кредитового оборота по субсчету 90–1 определяется финансовый результат (прибыль или убыток) от продаж за отчетный месяц. Этот финансовый результат ежемесячно (заключительными оборотами) списывается с субсчета 90–9 на счет 99 «Прибыли и убытки». Таким образом, синтетический счет 90 сальдо на отчетную дату не имеет.

Аналитический учет по счету 90 организуется по каждому виду проданных товаров, продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг и др. Кроме того, аналитический учет можно вести по регионам продаж и другим направлениям, необходимым для управления организацией.

На момент признания выручки в бухгалтерском учете производятся следующие записи: Д 62 К 90.

Коммерческие расходы учитываются в бухгалтерском учете на счете 44

Счет 44 «Расходы на продажу» предназначен для обобщения информации о расходах, связанных с продажей продукции, товаров, работ и услуг.

В организации, которые осуществляет промышленный и иной вид производственной деятельности, счет 44 «Расходы на продажу» применяется для отражения следующих расходов:

- тара и упаковка изделий на складе готовой продукции;
- доставка продукции на станции отправления, погрузка в вагоны, суда, автомобили и иные транспортные средства;
- комиссионный сбор, уплачиваемый сбытовой и иной посреднической организацией;
- содержание помещения для хранения конечного продукта в месте продаж и оплата труда продавца в организации, занятых производством;
- оплата рекламы;
- оплата представительских расходов;
- иные аналогичные по назначению расходы.

В организации, осуществляющей торговую деятельность, счете 44 «Расходы на продажу» могут быть применены для отражения следующих расходов (издержки обращения): перевозка товара; оплата труда; аренду; содержание здания, сооружения, инвентаря; хранение и подработка товара; реклама; представительские расходы.

Дебет счета 44 «Расходы на продажу» накапливает суммы произведенных расходов, которые связаны с реализацией продукции, товара, работы и услуги. Данные суммы списываются в дебет 90 «Продажи». При частичном списании подлежат распределению:

– в организации, осуществляющей промышленную и иную производственную деятельность — расход на упаковку и транспортировку (между отдельными видами отгруженной продукции ежемесячно исходя из их веса, объема, производственной себестоимости или другим соответствующим показателям);

– в организациях, осуществляющих торговую и иную посредническую деятельность, — расходы на транспортировку (между проданным товаром и остатком товара на конец каждого месяца);

– в организациях, заготавливающих и перерабатывающих сельскохозяйственную продукцию, — в дебет счетов 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» (расходы по заготовке сельскохозяйственного сырья) и (или) 11 «Животные на выращивании и откорме» (расходы по заготовке скота и птицы).

Все остальные расходы, связанные с продажей продукции, товаров, работ, услуг, ежемесячно относятся на себестоимость проданной продукции (товаров, работ, услуг).

Аналитический учет по счету 44 «Расходы на продажу» ведется по видам и статьям расходов.

Подводя итог всему вышесказанному, можно сказать о том, что коммерческие расходы и валовый доход играют ведущую роль в формировании финансового результата организации.

Валовый доход представляет первую ступень при расчёте чистой прибыли, коммерческие и управленческие расходы, упомянутые в данной статье появляются в процессе расчета на второй ступени.

Таким образом, необходимо отметить, что учету доходов и расходов организации следует уделять пристальное внимание, а также осуществлять верные расчеты.

Литература:

1. Фролова, Т. А. Бухгалтерский учет финансовых результатов / Т. А. Фролова, Электронный ресурс, режим доступа: http://www.aup.ru/books/m194/10_1.htm
2. Формирование отчета о финансовых результатах / Электронный ресурс, режим доступа: http://mvf.klerk.ru/f1otchet/forma2_040.htm
3. Основные пути и направления максимизации прибыли / Электронный ресурс, режим доступа: <http://studopedia.info/3-1003.html>
4. Коммерческие расходы организации / Электронный ресурс, режим доступа: http://www.audit-it.ru/terms/accounting/kommercheskie_raskhody.html

Риски разработки web-ориентированных информационных систем

Крюкова Ольга Алексеевна, магистрант

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Введение. Интернет — это не только глобальная сеть, но и сильный маркетинговый инструмент, большая рекламная площадка и возможность вести документооборот, работать и находить контакты в регионах. Суще-

ствует мнение, что достаточно создать сайт компании и прибыль придет сама. Действительно, разработка среднестатистического сайта занимает около месяца, а к информации, расположенной на нем, может получить доступ

любой человек из любой точки мира. Вследствие этого объем рынка разработки и поддержки проектов в интернете увеличивается из года в год. Но нужно понимать, что разработка сайта, как и разработка любого IT-проекта, требует тщательного планирования. Если этап планирования будет произведен не достаточно эффективно, то можно упустить ключевые моменты, которые повлияют на реализацию функциональности сайта. Это может привести к полному провалу проекта.

Так, например, по данным The Standish Group International, в 2015 г. 52% IT-проектов имели проблемы во время разработки, которые оказали влияние на длительность, бюджет и качество продукта. Порядка 19% проектов были остановлены до завершения. Только 29% оказались успешными. [4] Таким образом, чтобы максимально сократить риск провала проекта, необходимо использовать методики управления рисками. Качественный риск-менеджмент позволяет определить риски на стадии зарождения, оценить возможные последствия их реализации, закрыть убыточные проекты еще на начальных стадиях работы, что позволяет сократить убытки в десятки раз.

Целью данной статьи является анализ рисков, возникающих в процессе разработки веб-ориентированных информационных систем. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

1. Ввести определение понятия риска;
2. Составить перечень рисков, которые могут оказать влияние на веб-проект;
3. Дать описание основных этапов работы с рисками.

Понятие риска. Как следует из ANSI PMI PMBOK риск — это неопределенное событие или условие, которое может повлиять на цели проекта. Риск — это проблема, которая может возникнуть, а проблема — это риск, который реализовался.

Риск описывается следующими характеристиками:

— Источник или причина. Обстоятельство, явление обуславливающее наступление риска. Симптомы риска — признаки того, что риск уже реализовался или может произойти в ближайшее время. Симптомы позволяют идентифицировать риск, если его первопричина не известна. Например, риск нехватка кадров, может проявляться через симптом — объединение ролей разработчика и тестировщика.

— Последствия риска — это совокупность проблем, которые возникнут в проекте после наступления риска.

— Влияние риска. Влияние, которое оказывает реализовавшийся риск на возможность достижения целей проекта. Воздействие оказывает влияние на стоимость, график и технические характеристики разрабатываемого продукта.

Риск — это всегда вероятность и последствия. С. Архипенков в своих лекциях пишет, что всегда есть вероятность того, что метеорит упадет на офис компании, осуществляющей разработку. Конечно, это окажет катастрофическое влияние на веб-проект. Однако вероят-

ность реализации этого риска настолько мала, что следует его принять и не пытаться управлять им. [2, с. 67]

Основные риски web-проектов. Риск — это всегда неопределенность, чем больше размер проекта, тем выше степень его неопределенности. Согласно ежегодным отчетам The Standish Group International, за период с 2011 по 2015 год сложилась устойчивая тенденция зависимости успешности проекта от его размера. Таким образом, в рассмотрении основных рисков веб-проектов мы будем ориентироваться на большие и средние проекты, осуществляемые не отдельными разработчиками, а профессиональными веб-студиями.

Риски веб-проекта можно классифицировать следующим образом:

1. Технические риски. Разработка любого IT-проекта осуществляется с помощью специфического оборудования: ПК, серверов, иного оборудования. Отказ оборудования, его поломка или ошибки монтажа могут оказать влияние на сроки осуществления проекта, частично приостановить работу над проектом, до восстановления неисправности.

2. Риски оценки сроков. Для большинства веб-проектов (особенно в проектах по разработке и внедрению веб-ориентированного программного обеспечения) характерны ошибки в определении сроков необходимых для реализации проекта. Часто это связано с недостаточностью проработки плана проекта, что приводит к появлению «забытых работ» и смещению сроков.

3. Интеграционные риски. Крупные веб-проекты существуют не в вакууме, они обмениваются данными с другими информационными системами. Риск возникновения различных проблем, в процессе интеграции разработанного веб-проекта, особенно для крупных компаний, всегда высок, так как новое IT-решение должно стать частью уже существующей инфраструктуры. Например, необходимость интеграции нового сайта магазина в бухгалтерскую систему компании. Такие обмены, как правило, требуют внесения изменений как минимум в одну из систем, часто — в обе. Организационно и технически этот вопрос лежит на границе ответственности сторон проекта, часто из-за его решение затягивается или перекладывается с одной стороны на другую.

4. Риски непринятия продукта пользователями. Большинство разрабатываемых веб-продуктов являются не корпоративными решениями, а проектами, ориентированными на пользователей сети — конечных потребителей продукта. Любой новый сервис — это, в первую очередь, изменение технологии работы. Эти изменения могут быть не приняты пользователями веб-продукта. Пользователь интернета не захочет читать справки вашего сервиса, все должно быть интуитивно понятно.

5. Технологические риски. Это риски, связанные с выбором технологии и поставщика. Каждый год в сфере интернета происходят революционные изменения, появляются кардинально новые разработки, меняющие вектор развития. Необходимо оценить успешность технологий

на рынке, ее актуальность на протяжении жизненного цикла ИТ-проекта, доступность необходимого аппаратного и программного обеспечения, его качество, частоту модернизации.

6. Риски несоблюдения технологии. Использование для реализации проекта новых, не опробованных технологий может привести к затруднениям в реализации проекта. Для предотвращения возможных проблем в график проекта необходимо закладывать время на изучение новой технологии сотрудниками.

7. Неопределенность требований заказчика. Заказчик, как правило, осознает только цель, которую хочет достичь, инвестируя в данный проект, но не имеет представление о процессе и способах реализации проекта. Заказчик и разработчик говорят на разных языках, и одна из основополагающих задач правильно понять требования заказчика. На этапе инициации проекта и подготовке технического задания, необходимо четко определить все спецификации продукта и каким образом они должны быть реализованы. Кроме того, во время реализации веб-проекта заказчик может внести изменения в спецификации. Частое изменение требований приводит к нарушению графика проекта и увеличению его стоимости.

8. Коммерческие риски. Это риски, обусловленные неблагоприятными изменениями в экономике предприятия заказчика, или веб-студии, разрабатывающей проект, или в экономике страны. Наиболее распространенным видом экономического риска, который содержит в себе частные риски, является изменение конъюнктуры рынка, несбалансированная ликвидность, изменения уровня управления и др.

9. Отсутствие рабочего взаимодействия с заказчиком. Отсутствие взаимодействия с заказчиком может привести к разнообразным проблемам. На ранней стадии работы заказчик может уйти, не получая отдачу. На завершающих стадиях проекта приводит к выявлению новых требований. Эти требования могут возникнуть при подготовке и проведении приемных испытаний продукта. Данная ситуация способна оказать серьезное влияние на сроки реализации проекта.

10. Недостаток трудовых ресурсов. Разработчики, которые создают продукт, — это основной ресурс любого ИТ-проекта и один из основных рисков. Ограниченность этого ресурса приводит к срывам сроков реализации проекта. Опрометчиво думать, что участники проекта будут все свое время тратить на работу над вашим проектом.

Для этого есть ряд объективных причин. К списку наиболее распространенных причин этого относятся: сопровождение действующих систем, обучение и повышение квалификации, больничные, праздники, отпуска. Рекомендация — планировать, что разработчики, которые назначены в ваш проект на 100% будут реально работать над вашими задачами в среднем 60% — 80% от всего рабочего времени.

Этапы работы с рисками. Каждая методология разработки ИТ-проекта предлагает свои способы управления рисками. Модель управления рисками методологии MSF включает в себя шесть этапов:

1. Выявление рисков. Важно определить риски веб-проекта, еще на начальных фазах разработки, выявить их источники (внешние условия выполнения проекта, процессы, технологии и) и условия возникновения рисков.

2. Анализ рисков. Все выявленные риски подразделяются на важные (с высокой вероятностью реализации) и малозначимые. Для главных или приоритетных рисков проекта проводится количественный анализ, который позволяет определить: вероятность наступления риска, величину ущерба от его реализации, ожидаемую величину риска.

3. Планирование рисков. Разрабатывается детальный план управления главными рисками ИТ-проекта.

4. Мониторинг рисков. Наблюдение за выполнением работ по предотвращению рисков веб-проекта, информирование проектной группы о планах реагирования в случае реализации рисков.

5. Контроль рисков. Вследствие реализации рисков оперативно вносятся изменения в план проекта.

6. Извлечение уроков. Усвоение полученного опыта, формирование информационной базы о рисках, совершенствование процессов управления рисками.

Необходимо осуществлять управление рисками на всех этапах работы. Мониторинг рисков также не обходимо, как контроль топлива при поездке на автомобиле. Мониторинг рисков — это процесс отслеживания уже идентифицированных и поиск еще не выявленных рисков, а также оценки эффективности исполнения операций реагирования на риски. [2, с. 85] Мониторинг рисков включает в себя процедуры аудита и пересмотра рисков. Необходимо регулярно осуществлять пересмотр рисков. Советования команд, осуществляющих разработку веб-проекта, должны включать в себя обсуждение процедур управления рисками. Аудит рисков обеспечивает оценку эффективности мероприятий по управлению на рисками.

Литература:

1. Николаенко, В. С. Анализ инструментария по обеспечению функции управления рисками в ИТ-проектах // Государственное управление. Электронный вестник. — 2015. — № 49. — с. 105–120.
2. Архипенков, С. Лекции по управлению программными проектами. — М.: Москва, 2009. — 127 с.
3. Ефимов, Е. Н., Фоменко Н. М. Учет менеджмент-рисков продвижения Internet-проектов предприятия // Статистика в современном мире: методы, модели, инструменты: материалы региональной научно-практической конференции / Ростовский государственный экономический университет «РИНХ». — Ростов н/Д, 2009. — с. 134–138.

4. 2015 CHAOS Report // The Standish Group. URL: <https://www.standishgroup.com/store/services/chaos-report-2015-blue-pm2go-membership.html> (дата обращения: 21.03.2016).
5. Королькова, Е. М. Риск-менеджмент: управление проектными рисками. — Тамбов: ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2013. — 160 с.
6. Сенченко, П. В., Павинич Е. С. Web-ориентированные информационные технологии // Доклады ТУСУРа. — 2008. — № 2. — с. 91–94.

Научные проблемы обеспечения устойчивого развития сельскохозяйственных предприятий в современных условиях

Лантух Андрей Александрович, ассистент
Полтавская государственная аграрная академия (Украина)

В статье рассматриваются научные проблемы обеспечения устойчивого развития сельского хозяйства и субъектов хозяйствования в этой отрасли в контексте современных вызовов и угроз. Обоснованы основные подходы к определению уровня влияния факторов на устойчивость развития национальной экономики в целом и сельского хозяйства в частности, в современных условиях, что позволяет провести анализ и оценку особенностей развития аграрной экономики.

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологизация экономики, сельское хозяйство, социальное развитие, производство.

Устойчивое развитие — проблема неординарная, противоречивая. О таком развитии можно говорить только тогда, когда экономический рост, материальное производство и потребление, другие виды общественной деятельности происходят в пределах, определенных способностью экологических систем к восстановлению. Концептуальными принципами устойчивого развития прежде всего предполагается экологизация экономики, гуманизация, введение определенной системы принципиальных подходов к вопросам общественной деятельности.

Модель устойчивого развития, как и любая социальная модель, является системой интегрированных компонентов, их существенных отношений и связей, отражающих основное содержание процессов сбалансированного социально-экономического и экологического развития.

Согласно определению сущности понятия устойчивое развитие общества, оно направлено на удовлетворение потребностей современного поколения без ущерба будущим поколениям людей.

Исходными условиями устойчивого развития можно признать обеспечение:

- экономического развития, поддерживается на основе радикально модифицированной рыночной системы;
- природно-экологической устойчивости на базе теории биотической регуляции окружающей среды;
- тесного международного сотрудничества и кооперации для достижения целей устойчивого развития;
- устойчивого социального развития на основе принципа справедливости;

— экологизации общественного сознания, основанной на использовании системы образования и средств массовой информации.

Во всех исходных условиях устойчивого развития речь идет о переходе от стихийности к управляемости. Исходя из этого, можно сформировать модель устойчивого развития из следующих основных положений:

- в центре внимания должны быть люди и их право на здоровую и плодотворную жизнь в гармонии с природой;
- охрана окружающей среды должна стать неотъемлемым компонентом процесса развития, не может рассматриваться отдельно от другого;
- удовлетворение потребностей в развитии и сохранении окружающей среды;
- развитие и сохранение окружающей среды должно распространяться не только на нынешнее, но и будущее поколение;
- уменьшение разрыва между жизненным уровнем в разных странах и преодоления бедности относится к числу важнейших задач мирового сообщества;
- для достижения устойчивого развития государства следует изымать или ограничивать модели производства и потребления, которые ему не способствуют.

Среди основных факторов, обеспечивающих устойчивое развитие, можно выделить следующие:

- экологический — определяет условия и границы восстановления экологических систем вследствие их эксплуатации;
- экономический — предполагает формирование экономической системы, гармонизированной с экологическим фактором развития;

— социальный — утверждает право человека на высокий жизненный уровень в условиях экологической безопасности и благополучия.

Проблема устойчивого развития обсуждается достаточно давно. За последние несколько десятилетий создан значительный научный потенциал, который заложил основу новым ориентирам развития на основе постиндустриальной экономики. Впрочем, анализируя ситуацию, можно определить, что без внимания остается прежде всего скорость изменений, которую несет не только и не столько современный мир, сколько собственно сам человек трансформируется. И это возможно проследить в процессе анализа динамики приоритетов, которые перед собой ставило человечество. За непродолжительное в исторических измерениях период времени они менялись трижды.

Во-первых, следует вспомнить Стокгольм (1972 г.), где на международной конференции главной проблемой признано загрязнение окружающей среды, в частности воздушного бассейна. Во-вторых, Найроби (в 1982 г.), когда участники конференции отмечали приоритетности проблемы сохранения биоразнообразия. И, в-третьих, Рио-де-Жанейро (1992 г.), где парадигмальной идеей конференции стало обеспечение устойчивого развития в целом.

Однако после этого процесс определения стратегических тенденций развития человечества фактически приостановился, несмотря на совершенно новые реалии, в первую очередь такие, как системный кризис мировой экономики последнего десятилетия. Еще в Йоханнесбурге (2002 г.) констатировалось, что идея устойчивого развития за десятилетия не получила существенного развития в практической деятельности. Наличие значительных глобальных противоречий, прежде всего рост социальной напряженности в мире и мощные военные конфликты последних лет с участием США, Великобритании, Франции и других развитых стран мира, доказывают, что в рамках концепции устойчивого развития не сделан акцент на человека, точнее, на отношения между людьми по поводу использования ограниченных экологических и других ресурсов, в том числе топлива и стратегического пространственного ресурса.

В настоящее время эволюция идей устойчивого развития привела к тому, что в области обеспечения экономических, экологических и социальных императивов устойчивого развития системы мирового хозяйства современные ученые выделяют пять основных стратегических тенденций:

— человечество способно придать развитию устойчивого и долгосрочного характера с тем, чтобы он соответствовал сегодняшним потребностям людей, не оставляя при этом будущие поколения возможности удовлетворять свои потребности;

— существующие ограничения в области эксплуатации природных ресурсов относительно, они связаны с нынешним уровнем техники и социальных организаций, а также способностью биосферы справляться с последствиями человеческой деятельности;

— необходимо удовлетворить элементарные потребности всех людей и дать возможность реализовать свои надежды на более благополучную жизнь, без чего устойчивое и долгосрочное развитие просто невозможно;

— следует согласовать образ жизни тех, кто обладает большими средствами (денежными и материальными), с экологическими возможностями планеты, в частности относительно потребления энергии;

— размеры и темпы роста численности населения должны согласовываться с переменным продуктивным потенциалом глобальной экосистемы Земли.

«Устойчивое развитие», которое стало целью мировой экономической системы, впервые появилось в 1987 году в «Брундтландском докладе» Международной комиссии ООН по окружающей среде и развитию. По своему значению устойчивое развитие (от англ. Sustainable development) — это развитие, при котором достигается обеспечение жизненных потребностей современного человечества и будущих поколений [3; 4].

Концепция устойчивого развития предполагает определенные ограничения в эксплуатации природных ресурсов, но эти ограничения не являются абсолютными, а относительные и связанные с современным уровнем техники и социальной организации, а также со способностью биосферы справляться с последствиями человеческой деятельности. Необходимо отметить, что выбор термина «развитие», а не «рост» не случаен. Термин «рост» чаще связывают с понятием «экономический рост», возводимого в целом к увеличению национального дохода на душу населения, тогда как термин «развитие» охватывает и другие составляющие: качество природной среды, уровень здравоохранения, образования и жизни людей, качество труда, социальную стабильность и т.д. [1; 4].

Устойчивое развитие аграрной сферы — это процесс оптимизации уровня аграрного производства, сохранения и восстановления качественных параметров окружающей среды и улучшение показателей социального статуса сельского населения в условиях укрепления продовольственной и экологической безопасности государства. То есть, существует взаимосвязь между устойчивым развитием аграрной сферы и конкурентоспособностью сельскохозяйственных предприятий. В аграрном секторе любые новые товары, технологии, методы и механизмы, которые необходимы для того, чтобы отрасль и ее субъекты хозяйствования были конкурентоспособными являются реальными средствами повышения экологической устойчивости окружающей среды.

Таким образом, устойчивое развитие аграрной сферы — это способность аграрного сектора и субъектов его хозяйствования за счет мобилизации своих внутренних резервов создать такую рациональную структуру производства, которая при проявлении случайных внешних воздействий способствовала смягчению неблагоприятных последствий и получению минимальных отклонений от сложившейся тенденции развития.

В системе устойчивого развития аграрной сферы и соответственно сельскохозяйственных предприятий центральным вопросом является рациональное использование природных ресурсов, которое обеспечивается использованием организационно-управленческих, технико-технологических и финансово-экономических, механизмов.

В определениях устойчивого развития в контексте аграрного развития, сформулированных в материалах сессии Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО) в Риме в 1996 году, отмечается, что главной задачей Программы устойчивого сельского хозяйства и сельского развития является повышение уровня производства продуктов питания и обеспечения продовольственной безопасности. Для решения этой задачи необходимо поддерживать образовательные инициативы, стимулировать использование экономических инноваций и способствовать развитию новых технологий, обеспечивая таким образом стабильный доступ к продуктам питания, в соответствии с потребностью человека в питательных элементах; доступ к ним для бедных групп; развитие товарного производства; сокращение безработицы и повышения уровня доходов в целях борьбы с бедностью; управления природными ресурсами и защита окружающей среды [1, 4].

Несмотря на разнообразие толкования понятия устойчивого развития аграрного сектора, его суть можно трактовать через призму комплексного обобщения таких его составляющих как: устойчивое экономическое развитие, устойчивое экологическое развитие и устойчивое социальное развитие. Понятие устойчивого развития аграрного сектора в целом неразрывно связано с ростом таких факторов, как: производство продуктов питания, рациональное использование экономических и интеллектуальных ресурсов, повышения качества жизни сельского населения, сбалансированное использование природных ресурсов [2].

Основными критериями устойчивого развития является рост объемов производства безопасных продуктов питания с целью удовлетворения потребностей в них населения, обеспечение экономической эффективности производства, которая позволит стимулировать расширенное воспроизводство. Социальная составляющая устойчивого развития включает повышение уровня и качества жизни крестьян, стабилизации демографических и миграционных процессов.

Эффективность функционирования механизмов использования природных ресурсов определяется системой показателей и критериев по каждой целевой подсистемой. Функциональные подсистемы, или элементы механизма реализуют экономические методы управления, использование которых способствует достижению поставленных целей. К ним следует отнести планирование, прогнозирование, регулирование, ценообразование, инвестирование, кредитование, налогообложение, страхование, анализ и учет. Эти элементы присутствовали в системе управления экономикой в условиях планового хозяйства, но в настоящее время их сущность назначения необходимо переосмыслить. В структуре подсистемы обеспечительных механизмов целесообразно использовать систему оценочных показателей и критериев, правовое, нормативное и информационное обеспечение.

Изложенное позволяет сделать выводы, что устойчивое развитие аграрного сектора следует рассматривать как способность субъектов хозяйствования непрерывно и динамично поддерживать рациональную пропорциональность между факторами воспроизводства и необходимые темпы его развития в условиях неопределенности и изменчивости внешней среды с целью постоянного удовлетворения потребностей населения в продуктах питания и товарах народного потребления, производимых из сельскохозяйственного сырья как в настоящем, так и в будущем, учитывая при этом ответственность за создание необходимых социальных условий и предупреждения загрязнения окружающей среды.

Литература:

1. Буркинский, Б. В. Экономико-экологические основы регионального природопользования и развития / Б. В. Буркинский, В. Н. Степанов, С. К. Харичков, ИПРЭЭИ НАН Украины. — Одеса: Фенікс, 2005. — 575 с.
2. Иванов, В. А. Методологические основы устойчивого развития аграрного сектора / В. А. Иванов, А. С. Пономарева // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2011. — Вып. 4 (16) — с. 109–121.
3. Итоговый документ Конференции ООН по устойчивому развитию «Рио+20» «Будущее, которого мы хотим» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: www.uncsd2012.org/thefuturewewant.html.
4. Наше общее будущее: Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР): пер. с англ. — М.: Прогресс, 1989. — 376 с.

Культура и туризм

Латыпова Раиля Тальгатовна, студент
Самарский государственный университет

Рассматриваются основные аспекты культуры, важность культурного наследия, культурные аспекты воздействия туризма и культуры.

Ключевые слова: культура, туризм.

В современном мире набирающий обороты туризм является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей экономики. Культура является важнейшей основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народов. Цель развития культуры состоит в обеспечении благосостояния и удовлетворении потребностей общества и каждого человека. Это означает, что каждый человек, каждый народ обладает правом получать информацию, приобретать знания и передавать свой опыт.

Схожесть путей исторической эволюции культуры и туризма предопределила общность новых методов подхода к их дальнейшему развитию: в течение последних десятилетия в большинстве стран мира происходит процесс демократизации культуры и туризма. Культура и туризм составляют неотъемлемую часть человеческой жизни. Самосознание и знание окружающего мира, развитие личности и достижение поставленных целей — все это невозможно без получения знаний культурного характера дома, на работе и во время путешествий.

Культурное наследие народа составляют произведения художников, архитекторов, музыкантов, писателей, ученых, мастеров народного творчества — совокупность ценностей, дающих смысл существованию человека. Оно охватывает как материальные, так и нематериальные произведения, выражающие творчество народа, его язык, обычаи, верования и т.п., а также нематериальное достояние, включающее фольклор, промыслы, технические и другие традиционные профессии, развлечения, народные фестивали, церемонии и религиозные ритуалы, а также традиционные спортивные состязания и т.д.

Конвенция (1972 г.) по охране мирового природного и культурного достояния отмечала лишь его материальные или физические аспекты [1]. ВТО рекомендовала государствам — членам организации присоединиться к этой Конвенции и руководствоваться как ее принципами, так и принципами Хартии культурного туризма, принятой на Международном семинаре по туризму в 1976 г. по инициативе Международного совета по памятникам и историческим местам [2]. Принимая во внимание, что решение вопросов, связанных с охраной природы и культурного наследия, требует значительных финансовых ресурсов, мнения соответствующих организаций по вопросу о том, кто должен отвечать за это направление деятельности, часто не совпадают. В этой связи было бы целесообразно поднять вопрос о классификации, основным критерием

которой должно быть положение о том, что потребитель должен оплачивать расходы по содержанию.

На основе этого принципа можно предложить следующую классификацию:

— достояние, в основном используемое туристами (фестивали, представления, памятники, районы, преимущественно посещаемые туристами, и т.п.)

— достояние смешанного пользования (менее значительные исторические памятники и музеи, театры, места, посещаемые экскурсантами, заповедники и т.д.);

— достояние, в основном используемое местным населением (объекты религиозного культа и гражданские сооружения, кинотеатры, библиотеки и пр.).

Культурные аспекты воздействия туризма — это то влияние, которое туризм оказывает на материальную и духовную сферы деятельности человека и прежде всего на его систему ценностей, знания и общественное поведение.

Исходя из анализа туристской политики государств, исследований Всемирной Туристской Организации (ВТО) и специализированных международных организаций по туризму, туризм понимается как деятельность, непосредственно влияющая на социальную, культурную и экономическую жизнь государства.

Следует отметить, что в отличие от разносторонних экономических и политических отношений, сотрудничество в сфере туризма долгое время не получало широкого и целенаправленного охвата. До обретения Казахстаном независимости туризм, как и все другие отрасли экономики, был жестко регламентирован центром в Москве. Основными регионами туристской деятельности в СССР были Кавказ, Крым, Прибалтика, исторические центры России и Средней Азии. В то же время историческая значимость целого ряда архитектурных, археологических, культурных памятников и природных достопримечательностей Казахстана фактически не была известна и оставалась невостребованной.

В последнее время туризм рассматривается как самое эффективное средство массовой востребованности и доступности культурных ценностей, источник сохранения наследия. В современном мире происходит возрастание взаимозависимости культуры и туризма, растут возможности поддержки культуры через туризм и подъем туризма благодаря богатствам культуры.

В районах, где наблюдается активная и разнообразная социально-культурная деятельность, где туризм носит традиционный характер и где количество туристов усту-

пают численности местного населения, а их культурный уровень приблизительно одинаков, практически не отмечается особого культурного воздействия туризма. Вместе с тем в ряде промышленно развитых районов рост туризма может повлечь за собой значительные перемены в социальной структуре, а также в окружающей среде и местной культурной жизни.

Это явление заложило основы изучения проблемы социального взаимодействия, вызванного контактами между культурами. Характер взаимоотношений между туристами и местным населением в значительной степени определяется тем, что обе группы являются носителями различных культур. Контакт между ними вызывает культурный шок, который усугубляется еще и тем обстоятельством, что он происходит в момент, когда туристы отдыхают, а местное население работает. К тому же подобные контакты носят временный характер и происходят обычно в рамках взаимоотношений между покупателем и продавцом.

Общее воздействие туризма, однако, носит более сложный характер и может быть как положительным, так и отрицательным. Наиболее известные положительные аспекты воздействия туризма:

- создание рабочих мест;
- увеличение доходов, что приводит к повышению уровня жизни;
- обеспечение более активной роли для женщин и молодежи в сфере услуг, вызывающее перестройку социальной структуры на современных началах;
- растущий спрос на продукцию сельского хозяйства;
- расширение масштабов производства кустарных изделий и прежде всего сувениров.

Сооружение средств туристского размещения положительно сказывается на состоянии конъюнктуры в строительстве. Расширяется и модернизируется местная инфраструктура (обеспечение питьевой водой, строительство дорог, новых школ и т.д.). Развитие туризма благотворно сказывается на возрождении народных промыслов, традиций и фольклора. Это, в свою очередь, приводит к оживлению местной культурной жизни, вызывает интерес к историческим памятникам, обычаям и местным традициям, тем самым внося вклад в защиту и правильное использование природного и культурного достояния.

Развитие туризма вызывает также и отрицательные последствия прежде всего в том случае, если оно происходит без предварительной подготовки, спонтанно или никаким образом не контролируется. В таких обстоятельствах местное население не имеет возможности приспособиться к происходящим изменениям. Отрицательные последствия также носят разнообразный характер:

- рост спроса на квалифицированную рабочую силу тех профессий, которые имеют «паразитический характер»;
- спекуляция земельными участками;
- загрязнение окружающей среды;
- превращение искусства и традиций в предмет купли-продажи и т.д.

Для развивающихся районов разработка туристских ресурсов является непростым делом. Опыт учит, что чем выше уровень развития региона, крупномасштабней и разнообразней другие направления его экономики, тем больше вероятность того, что развитие туризма будет носить положительный характер. Вот почему можно сделать заключение о том, что не туризм способствует развитию региона, а само развитие способствует расширению туристской деятельности.

В соответствии с другой точкой зрения туризм лишь играет роль катализатора, которое обусловлено индустриализацией, урбанизацией, а также воздействием СМИ.

Если развитие туризма осуществляется широко и социально мыслящими руководителями, операторами, то он может обеспечить широкий контекст развития территории, способствовать реализации антикризисных программ, помогая наполнению бюджетов всех уровней, повышению покупательной способности населения, подъему экономики в целом. Туризм способствует улучшению межкультурного взаимодействия, вносит вклад в формирование социального согласия. Туризм оживляет работу культурных институтов, активизирует фестивальную жизнь и развитие локального искусства, он — гарант наполняемости выставок, музеев, театров, концертных залов, фестивалей.

Развитие туризма может уменьшить бедность, обеспечить занятость населения, в том числе на основе традиционных занятий, возродить центры городов, сохранив их уникальный облик, — важнейший аспект идентичности и ощущения исторических корней. Туризм вносит свой вклад в развитие транспортных коммуникаций, курортов, строительство отелей, оживление промышленности и сбыта местной сельхозпродукции.

Росту доходов от туризма способствует деятельность в тех сферах, которые связаны с производством и продажей разнообразных информационных продуктов об исторических и культурных достопримечательностях, шедеврах архитектуры, искусства, художниках и пр.

Увеличение числа туристов посещающих то или иное историко-культурное место и денежных сумм, которые они там тратят, всегда желательно, так как увеличивается поток прибыли, необходимый чтобы поддерживать памятники культуры в нужном состоянии. Тем не менее интенсивность потока туристов необходимо регулировать для обеспечения сохранности памятника и ландшафта. Осуществлять управление потоками туристов достаточно сложно, но возможно и необходимо. Это зависит не только от предоставляемой туристам информации и учета их интересов, а также от стратегии развития региона или исторического города, от координации действий туристических организаций и городских служб, партнерства всех заинтересованных в развитии туризма органов, а также жителей.

Выше была подчеркнута ведущая роль ВТО и ЮНЕСКО на международном уровне в области туризма и культуры, обращено внимание на координирующую

роль этих организаций, направленную на содействие сотрудничеству, передачу технологии, опыта и методов управления, а также на разработку стандартов в области туризма и культуры. Другие международные организации, межправительственные и неправительственные, прямо или косвенно заинтересованные в том, чтобы туризм мог внести свой вклад в сохранение памятников культуры и общественных ценностей, могли бы оказать определенную помощь ВТО и ЮНЕСКО в их деятельности.

Предоставление организациям, в компетенцию которых входят вопросы культуры и туризма, статуса, соответствующих полномочий и бюджетных средств является первейшим условием успешного осуществления их деятельности. В целях обеспечения действенного характера подобного сотрудничества необходимо, чтобы культурные и туристские организации информировали друг друга об основных направлениях своей работы.

Создание новых форм культурного туризма является неотъемлемой частью процесса постепенного утверждения новой концепции культуры и туризма в рамках общего процесса развития, в котором человеку отводится центральное место. Это обуславливает необходимость трансформирования старых форм туризма по мере того, как его роль в жизни современного общества становится все более значительной.

Трансформация туризма включает в себя изменения предложения и спроса. Наиболее серьезные изменения в плане туристского спроса отражают экономическое, социальное и культурное развитие (увеличение числа деловых поездок, поездок в отпуск, а также экскурсий и поездок в выходные дни). В рамках «гармоничного развития туризма» предлагается ряд практических решений. Их основная цель — обеспечение гармоничного включения средств приема туристов в социальную ткань общества и их увязки с местными рекреационными ресурсами путем участия туристов в местной социальной и культурной жизни. Это должно дополняться соответствующими мерами по планированию городского развития. Развитие туризма с учетом среды посещения может осуществляться в различных формах. Однако основной целью остается обеспечение доброжелательных взаимоотношений между туристами и местным населением.

Современная индустрия туризма является одним из крупнейших высокодоходных и динамично развивающихся сегментов международной торговли услугами. При этом рост туризма часто происходит за счет появления новых посещаемых территорий, поскольку традиционные районы мирового туристского рынка уже практически достигли предела рекреационной емкости.

Если задаться сложным теоретическим вопросом о том, что такое туризм и почему люди при существовании такого феномена как «духовная оседлость», отправляются в путешествие, то нельзя не отметить следующее. Эффект туризма связан с наличием в нем эстетических, эмоциональных сторон, погружением в более привлекательную, чем обычно, окружающую среду. Привлекательность окру-

жающей среде придают природные или историко-культурные достопримечательности. Историческая и культурная насыщенность среды дает человеку возможность сопереживать увиденному, что порождает особый строй мыслей и чувств в процессе контакта с лучшим, что создано природой и человеком. Туризм базируется на связях «человек — эстетическая среда», «человек — историко-культурная среда». Для туриста важно непосредственное восприятие, эстетическое переживание и духовное присвоение богатств культуры в их подлинности. Туризм — одно из средств удовлетворения человеческой потребности в разнообразии. Благодаря приобретению новых знаний, новым эмоциям и расширению кругозора происходит повышение культурного уровня человека.

Улучшать историко-культурную «ткань» города, региона, сохранять исторический дух, увеличивать количество достопримечательностей и длительность туристического сезона, а также проводить работу по идентификации элементов уникальности его облика и соответствия их самым высоким стандартам, — все это различные аспекты деятельности, которые могут способствовать более эффективному использованию богатейшего культурно-исторического потенциала России.

Путешествия и туризм стали сегодня одной из самых значительных индустрий в мире. В России доходы от туризма пока низки, он функционирует как замкнутая система: деньги из индустрии туризма не возвращаются в культуру, более того эта высокодоходная сфера порой выпадает из-под контроля государственных органов. В то же время при нормальном положении вещей туризм мог бы быть неотъемлемой частью программ развития культуры. С помощью туризма возможно выполнение сложных задач по выполнению проектов возрождения и сохранения культурного наследия, реставрации памятников культуры. Феномен рынка — туризм является рычагом самофинансирования наследия, источником инвестиций в его сохранение, стимулирует поддержание культурных, этнических, религиозных традиций, ремесел и промыслов.

Партнерство культуры и туризма нуждается в значительном совершенствовании, как на национальном, так и международном уровне. Для налаживания партнерских отношений такого рода внутри страны ключевое значение в самое последнее время будут иметь новая редакция Основ законодательства о культуре, рассматриваемый Государственной Думой закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», внесенный Советом Федерации законопроект «О государственных музеях-заповедниках» [3].

Россия располагает огромными возможностями партнерства культуры и туризма. Опережающее развитие этих сфер может в значительной степени способствовать разработке федеральных, межрегиональных, территориальных программ, оказать воздействие на характер сотрудничества стран СНГ, международное сотрудничество в целом.

Литература:

1. Конвенция «об охране всемирного культурного и природного наследия» от 16.11.1972 г.
2. Хартия культурного туризма от 9.11.1976 г.
3. Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73–ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

Классификация расходов на мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях

Лебединская Софья Сергеевна, магистрант
Князева Татьяна Геннадьевна, старший преподаватель
Керченский государственный морской технологический университет

Данная статья посвящена классификации расходов на мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях. Автор описывает характерные особенности таких предприятий. Рассматриваются методы распределения затрат и их списание. В статье приведены примеры распределения затрат по коэффициентам Б. Яковлева, В. Аншба и О. Лесных.

Ключевые слова: расходы, классификация, мукомольные и мукомольно-крупяные предприятия, бухгалтерский учет, себестоимость, производство, общехозяйственные расходы, распределение, списание, коэффициент.

Постановка проблемы. Разными авторами не выявлена единая классификация расходов на мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях.

Анализ последних публикаций. Теоретические основы расходов и их классификации широко представлены в работах отечественных и зарубежных авторов: Л. Корнеева, А. Шогенов, А. Шеремет, Н. Врублевский, С. Николаева, В. Ковалев; В. Бунимович, И. Розенберг, В. Немчинов, Д. Чупрунов и др. Тем не менее аспекты классификации расходов на мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях рассмотрены не достаточно.

Нерешенная часть проблемы. С учетом отраслевой особенности предприятий единая классификация не выявлена.

Целью данной статьи является разработка основных направлений и принципов классификации расходов на мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях.

На эффективность каждого производства влияют всегда два фактора: цена реализации и коммерческой себестоимости единицы продукции. Цена реализации на продукцию сельского хозяйства в современной экономике зависит от сложившегося положения рынка и в условиях конкуренции почти не зависит от самого производителя продукции. Себестоимость, в отличие от цены реализации, в большей части зависит от самого производителя. Если одно производство изготавливает один вид продукции, то расчет себестоимости не представляет большой сложности. Но если объекты учета за-

трат и калькуляции не совпадают, как, например, в мукомольном производстве, то возникают большие сложности.

При разработке методики учета затрат важное значение играют статьи калькуляции. В настоящее время статьи затрат устанавливает предприятие самостоятельно. В их состав можно отнести: материальные ресурсы, используемые в производстве; оплата труда; отчисления на социальные нужды; содержание основных средств; работы и услуги вспомогательных производств; цеховые расходы; общехозяйственные расходы; потери от брака; прочие затраты.

Во время расчета себестоимости также необходимо учитывать особенности технологии производства. Существуют комбинаты хлебопродуктов, в которых для каждого вида зерна есть отдельная линия производства или цех. В этом случае себестоимость считать легче, т.к. на данный участок можно открыть отдельный аналитический счет и собирать по нему затраты, которые потом будут распределяться между видами продукции по методике, определенной на предприятии. Есть мукомольно-крупяные цеха, где в одном помещении одни и те же работники перерабатывают различные виды зерна в муку и производят крупу. В данном случае возникает проблема распределения косвенных затрат не только между видами помола и продукции, но и между видами производств по переработке различных видов сырья.

В итоге получается, что при переработке зерна все статьи затрат должны распределяться между видами продукции. Перечень затрат, которые должны распределяться между видами производств и видами помола, зависит от технологии производства на конкретном предприятии. Есть только одна статья затрат, которая является прямой и не распределяется между видами производств и помола. Это сырьё для переработки.

В мукомольно-крупяном производстве распределение затрат может осуществляться двумя методами: методом коэффициентов и пропорциональным методом.

В случае, когда отдельные помолы осуществляются в обособленных цехах, которые расположены в произ-

водственных корпусах, обслуживающихся отдельным цеховым персоналом, затраты по таким статьям, как «Работы и услуги сторонних организаций», «Оплата труда», «Отчисления на социальные нужды», «Содержание основных средств», «Работы и услуги вспомогательных производств», «Топливо и энергия на технологические цели», учитываются по этому виду помола т.е. эти затраты будут прямыми. Работы и услуги будут относиться к затратам, согласно акту выполненных работ, выписанному на конкретный цех; оплата труда — согласно табелям учёта рабочего времени или нарядам на сдельную работу, амортизация — согласно ведомости начисления амортизации здания и оборудования цеха; электрическая и тепловая энергия будет относиться к затратам по показаниям приборов учета, которые установлены в каждом цехе.

Общехозяйственные расходы распределяются между готовой продукцией и незавершенным производством, оставшимся на конец отчетного месяца. Затем затраты, приходящиеся на готовую продукцию, распределяются по отдельным ее видам пропорционально выбранной базе или способу списания. В соответствии с ПБУ 10/99 «Расходы организации» списание этих расходов может производиться двумя способами:

Бухгалтерские операции:

№	Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма
11	Учтены затраты основного производства	20	02 (10,60,70,69,...)	150 000
22	Учтены затраты вспомогательного производства	23	02 (10,60,70,69,...)	35 000
3	Учтены общехозяйственные расходы организации	26	02 (10,60,70,69,...)	36 000

Общехозяйственные расходы распределяются в следующем порядке:

– общехозяйственные расходы, связанные с деятельностью основного производства: 150 000 руб.: 185 000 руб. × 36 000 руб. = 29 189 руб.;

1) включением в затраты на производство конкретных видов продукции путем распределения аналогично распределению общепроизводственных расходов;

2) списанием общехозяйственных расходов как условно-постоянных на счет «Продажи» путем распределения между видами реализуемой продукции [1].

При списании общехозяйственных расходов на счет 90 «Продажи» они распределяются по видам реализуемой продукции, работ или услуг пропорционально выручке от продажи, производственной себестоимости продукции или другому показателю. Выбор того или иного способа списания общехозяйственных расходов должен быть отражен в учетной политике организации.

Пример. Согласно учетной политике предприятия общехозяйственные расходы распределяются между основным и вспомогательным производствами пропорционально прямым затратам на их содержание.

Сумма прямых затрат основного производства составила 150 000 руб. Прямые затраты вспомогательного производства по оказанию услуг на сторону составили 35 000 руб.

Общая сумма затрат основного и вспомогательного производств составила 185 000 руб. (150 000 + 35 000). Сумма общехозяйственных расходов составила 36 000 руб.

– общехозяйственные расходы, связанные с деятельностью вспомогательного производства: 35 000 руб.: 185 000 руб. × 36 000 руб. = 6811 руб.

Списание общехозяйственных расходов бухгалтер должен отразить так:

№	Содержание операции	Дебет	Кредит	Сумма
11	Списаны общехозяйственные расходы, связанные с деятельностью основного производства	20	26	29 189
22	Списаны общехозяйственные расходы, связанные с деятельностью вспомогательного производства	23	26	6811

В случае, когда разные помолы осуществляются одними и теми же работниками в одном цехе, все статьи затрат, кроме сырья для переработки, будут косвенными. Распределение таких затрат может производиться с помощью метода коэффициентов или с помощью комбинированного метода, который включает в себе пропорциональный метод и метод коэффициентов.

Б. Яковлев считает, что распределение косвенных расходов по каждому виду помола должно производиться про-

порционально количеству фактически переработанного зерна, переведённого в условный помол, по следующим коэффициентам: трёхсортный помол пшеницы — 2; двухсортный помол пшеницы — 1,9; односортный помол пшеницы на муку первого сорта — 1,65; односортный помол пшеницы на муку второго сорта — 1,3; обойный помол пшеницы — 1; двухсортный помол ржи — 2,5; обдирный помол ржи — 1,25; обойный помол ржи — 1,1; переработка проса на пшено — 1,25; переработка гречихи на

крупы — 1,15; переработка овса на крупу — 1,85; переработка ячменя на крупу — 1,5; переработка кукурузы на крупу — 1,5 и т.д. [2]

Рассмотрим пример расчёта процентов распределения косвенных расходов между обойным помолом пшеницы и двухсортным помолом ржи (табл. 1).

Таблица 1. Расчет процентов распределения косвенных расходов между видами помола

Помол	Культура	Количество переработанного зерна, т	Коэффициент перевода в условный помол	Количество условного помола, т	Удельный вес условного помола, %
Обойный	Пшеница	2000	1	2000	27,59
Двухсортный	Рожь	2100	2,5	5250	72,41
Всего				7250	100

По мнению В. Аншба для распределения косвенных затрат может применяться другой комбинированный подход.

Заработная плата и отчисление на социальные нужды распределяются методом коэффициентов. В этом случае распределение производится пропорционально количеству перерабатываемого зерна, переведённого в условный помол по следующим коэффициентам трудоёмкости этих помолов: обойный помол ржи и пшеницы — 1; сортовые помолы ржи и пшеницы — 2,2; переработка проса на пшено — 1,5; переработка гречихи на крупу — 2; переработка овса на крупу — 1,5; переработка ячменя на крупу — 1,5; переработка кукурузы на крупу — 2,15 и т.д. [3]

Такой способ распределения в большей части используется в управленческом учете. Он применяется в случаях, когда в одном цехе на протяжении месяца производились попеременно различные помолы или когда в одном цехе осуществляется несколько видов переработки зерновых культур. На втором этапе производится распределение затрат, которые собраны по каждому помолу, в разрезе видов производимой продукции. Также распределение может производиться двумя методами: пропорциональным методом и методом коэффициентов.

Сторонником пропорционального метода является О. Лесных. По данному методу пропорции рассчитыва-

ются на основании стоимости продукции по ценам реализации. При данной методике сумма затрат, относимых на каждый вид продукции, зависит от её цены. Чем выше цена реализации единицы продукции, тем больше на неё будет распределено затрат [5].

Каждое предприятие само определяет методику распределения затрат по видам продукции и помолам. Учитывая особенности мукомольно-крупяного производства, организация должна стремиться организовывать учёт затрат так, чтобы количество косвенных расходов было минимальным, а прямых — максимальным.

Таким образом, можно сделать вывод, что в мукомольных и мукомольно-крупяных предприятиях все статьи затрат должны распределяться между видами продукции. Распределение затрат может осуществляться двумя методами: методом коэффициентов и пропорциональным методом. Метод коэффициентов заключается в том, что распределение производится пропорционально количеству перерабатываемого зерна, переведённого в условный помол по определенным коэффициентам трудоёмкости этих помолов. Пропорциональный метод заключается в том, что пропорции рассчитываются на основании стоимости продукции по ценам реализации. При данной методике сумма затрат, относимых на каждый вид продукции, зависит от её цены.

Литература:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (с изм. и доп.)
2. Бухгалтерский учёт на предприятиях по хранению и переработке зерна: учеб. пособие / под. ред. Г. Н. Казакова. М.: Колос, 1971. 528 с.
3. Методические рекомендации по бухгалтерскому учёту и отчётности на хлебоприёмных и зерноперерабатывающих предприятиях. URL: http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/26432.133.htm (дата обращения: 09.10.2014).
4. Методические рекомендации по бухгалтерскому учёту затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) в сельскохозяйственных организациях (утв. приказом Министерства сельского хозяйства № 792 от 6 июня 2003 г.). URL: http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/26432.133.htm (дата обращения: 09.10.2014).
5. Лесных, О. В. Методические рекомендации по учёту затрат на производство и калькулированию себестоимости продукции (работ, услуг) на предприятиях хлебопекарной промышленности. М.: ДеЛипринт, 2007. 151 с.

К вопросу о внедрении инноваций в сфере общественного пассажирского транспорта

Лужнова Наталья Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Карелин Николай Владимирович, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье представлены основные проблемные моменты процесса внедрения инноваций в сфере общественного пассажирского транспорта. Изучено понятие и классификация инноваций, определены основные направления внедрения инноваций на предприятиях общественного пассажирского автотранспорта, обоснована важность маркетинговых инноваций в повышении эффективности деятельности предприятий городского пассажирского автотранспорта.

Ключевые слова: инновации, инновационный процесс, общественный пассажирский транспорт.

В современных реалиях кардинальные сдвиги в экономической, социальной и технологической сферах жизни общества устанавливают тот факт, что произошло изменение силы и направленности влияния факторов, способствующих получению прибыли и процветанию коммерческих предприятий, которые в свою очередь определяют экономическое развитие отрасли и экономики в целом. Постоянное сокращение возможностей традиционных ресурсов повышения экономического роста предприятий прежде всего связано с падением эффективности и целесообразности проводимых мероприятий. Это объясняется тем, что в настоящее время наиболее востребованным критерием в экономике становится инновационность. Данное направление становится все более необходимой составляющей эффективной маркетинговой деятельности предприятий практически во всех сферах современной экономики. [1]

Любая организация, цель которой занять прочное место на рынке, а также выделиться в конкурентной борьбе, ставит перед собой стратегическую маркетинговую цель и разрабатывает стратегию развития. Стратегия развития включает в себя создание современных, высокотехнологичных и инновационных продуктов и услуг, которые должны будут задавать новые стандарты качества и соответствовать всем современным требованиям рынка. Именно стратегическое развитие дает все предпосылки для создания высокотехнологичных продуктов, которые обладают арсеналом радикальных инноваций. Организациям, функционирующим по традиционной схеме, приходится рано или поздно осваивать новые направления, несмотря на всю сложность и непредсказуемость. [2]

Инновация — это усовершенствование деятельности субъекта хозяйствования, приносящее положительный результат. Инновация представляет собой использование научных достижений с целью получения экономического, социального или экологического эффекта. Инновации — это внедренные новшества, обладающие рядом полезных свойств, которые обеспечат высокую эффективность результатов в различных сферах деятельности.

Инновации подразделяются по:

- степени радикальности (радикальные, ординарные, усовершенствованные);
- характеру применения (продуктовые, процессные);
- источникам появления (развитие науки и техники, потребности производства, потребности рынка);
- месту в системе (вход, выход, структура);
- назначению (потребитель, общество в целом, локальный рынок);

Внедрение инноваций связано с наличием проблем:

- административных (направление, масштаб, скорость проведения реформ);
- технологических (технологии управления, внедрение инновационных технологий);
- субъективных (особенности отношения к инновационной деятельности, сопротивление внедрению изменений и инноваций, взаимодействие индивидов и групп при выполнении);

Выделяют две стадии инновационного процесса — фундаментальные и прикладные исследования. Только крупные и эффективные корпорации могут финансировать полный цикл инновационного процесса. Фундаментальные исследования направлены на получение новых научных знаний и финансируются, как правило, за счёт государственного бюджета. Прикладные исследования необходимы для изучения возможностей практического применения открытых ранее явлений и процессов. Они включают следующие этапы: научно-исследовательскую работу (НИР); опытно-конструкторскую работу (ОКР); технологическую подготовку производства (ТПП); организационно-экономическую подготовку (ОЭП).

Процесс инновационной деятельности предприятий общественного транспорта включает стратегический анализ ретроспективы и перспективы инноваций, разработку инновационной политики, составление плана инноваций, материальное стимулирование творчества персонала. На этапе подготовке к изменениям проводится анализ внутренней среды организации с целью обоснования необходимости воплощения задуманных преобразований. Далее идет этап реализации изменений,

включающий в себя осуществление мероприятий в определенной последовательности в соответствии с принятой программой. На этапе получения результатов изменений происходит оценка полученных показателей и характеристик эффективности нововведений, сравнение полученных результатов с ожидаемыми, выявление преимуществ и недостатков, корректировка для дальнейшего осуществления в работе организации. После внедрения инноваций происходит отслеживание и наблюдение полученных результатов изменений.

Сферой внедрения инноваций рассмотрим общественный транспорт — одну из важнейших экономических отраслей. Общественный транспорт в качестве элемента транспортной системы страны обеспечивает в большой степени современную мобильность, гибкость, скорость реакции транспортной системы на внешние воздействия и на регулирование государства. Автомобильный общественный транспорт в Российской Федерации является основой транспортной системы вместе с другими видами транспорта (железнодорожным, водным, воздушным). Более того, занимает лидирующие позиции по перевозкам грузов (74...83%) и пассажиров (51...56%), участвует в решении транспортных задач во всех отраслях народного хозяйства страны.

Отлаженная работа общественного транспорта позволяет поддерживать нормальное функционирование практически всего города и пригорода. От работы транспортной системы напрямую зависит функционирование организаций, предприятий, учреждений, возможность доступа к получению товаров и услуг и т.п.

Каждое предприятие общественного транспорта должно развиваться и совершенствовать технологию выполняемых работ и разновидность оказываемых услуг посредством реализации перспективных инновационных разработок. Только в этом случае оно будет обладать конкурентным преимуществом на рынке услуг. Но-

вовведения, или инновации, распространяются на новые услуги, способы их предоставления, новшества в маркетинговой, организационной и финансовой сферах.

На данный момент существует острая проблема инвестирования в транспортную отрасль. Это объясняется невысокими инвестиционными возможностями транспортных организаций, проблемами с привлечением заемных средств, отсталость механизмов государственно-частного партнерства. На сегодняшний день осуществляется модель развития с низкой капиталоемкостью, где объемы услуг возрастают с помощью основных средств.

Главная проблема — несовершенство нормативно-правового обеспечения для прогрессивного развития транспортной отрасли, включающая в себя:

- разработка новой нормативно-правовой базы;
- обеспечение мобилизационной подготовки транспортных организаций;
- развитие государственно-частного партнерства;
- определение приоритетных сфер в транспортной системе.

Обобщив разные подходы к классификации инноваций в сфере общественного транспорта, можно выделить следующие основные направления внедрения инноваций, представленные в таблице 1. [3, 4, 5]

Спецификой отрасли городского пассажирского транспорта является то, что существует длительный процесс подготовки к осуществлению услуг по перевозке, а лишь затем происходит непосредственно оказание самой услуги. Ее качественное осуществление, что является одной из главных целей, поскольку влечет за собой ряд положительных результатов, невозможно без правильной подготовки, т.е. без надлежащего создания транспортной инфраструктуры, приведения подвижного состава к требуемым характеристикам, без разработки законодательства, тарифной политики и т.д. В каждой из

Таблица 1. Классификация направлений инноваций на предприятиях общественного пассажирского транспорта

Признак классификации	Виды инноваций
Технологические	Дорожной инфраструктуры и прилегающих территорий
	Подвижного состава
	Технологии диспетчирования и мониторинга маршрутов
Законодательные	Регулирования движения
	Применения санкций к нарушителям
Маркетинговые	Составление маршрутов и расписания в соответствии с пожеланиями пассажиров
	Внедрение новых видов услуг
	Информирования пассажиров о движении подвижного состава и времени ожидания
	Продвижения пассажирских услуг и формирования имиджа автотранспортного предприятия
Экономические	Инвестиционные
	Тарифные
Организационно-управленческие	Подбор и обучение персонала
	Мотивация и стимулирование клиентоориентированности персонала
	Повышение качества обслуживания

этих сфер должны применяться продвинутое технологии и средства, инновационные методы как строительства и обеспечения, так и всестороннего управления. При этом последующее оказание услуги не является само по себе независимым процессом и требует постоянного сопровождения и оперативного регулирования. Безусловно, помимо технологической, законодательной, экономической и организационно-управленческой составляющих, важную роль играет маркетинговая. В первую очередь, поставщик услуг нуждается как в оперативном, так и в регулярном получении информации о происходящем на дороге, о состоянии подвижного состава и водителей, о состоянии дорожной инфраструктуры. Это необходимо как с точки зрения безопасности, так и для более конструктивного построения управленческой деятельности. Также осведомленность пассажиров по возможным вариантам получения ими услуг по перевозке городским пассажирским транспортом, информировании их непосредственно в данном процессе и о данном процессе имеет важное значение. Введение тех или иных маркетинговых или информационных инноваций позволило бы рассказывать потенциальным пассажирам о самих нововведениях, привлекая граждан к использованию общественного транспорта, а последующий планомерный рост качества обслуживания и повышение клиентоориентированности персонала способствовало бы большей востребованности городского общественного пассажирского транспорта. Также к маркетинговым инновациям можно отнести маркетинговые исследования удовлетворенности пассажиров и деятельности конкурентов, чего в нашей стране в этой отрасли почти не проводится.

Основной объем пассажирских перевозок осуществляется транспортом общего пользования, где около 80% составляют внутригородские перевозки. Общественный

транспорт является основной отраслью функционирования, развития и жизнеобеспечения городов. Но за последнее время уровень качества работы общественного транспорта заметно снижался. К отрицательным явлениям можно отнести:

- низкое качество обслуживания населения (низкая скорость перевозок, высокая загруженность подвижного состава);
- высокие транспортные затраты у населения (негибкая тарифная политика);
- устаревшая транспортная техника (высокие затраты на содержание, низкий уровень комфорта и безопасности);
- низкая эффективность работы муниципальных предприятий (отсутствие стимулов к снижению затрат).

Таким образом, к инновациям, реализуемым в сфере городского общественного пассажирского транспорта, можно отнести: повышение уровня работы системы управления; внедрение современной, эффективной, усовершенствованной транспортной техники и технологических процессов; внедрение новых маркетинговых методов (формирование новых тарифных стратегий, презентация и реклама услуг, дизайн подвижного состава, разработка выгодных предложений); реорганизация социума (повышение качества обслуживания и организационных процессов).

В развитой рыночной экономике функционируют инновационные предприятия, которые специализируются на том или ином виде инновационной деятельности или осуществляют комплекс инновационных услуг на коммерческой основе. Крупные корпорации имеют материальные, финансовые возможности и высокопрофессиональный кадровый потенциал, которые обеспечивают непрерывность инновационного процесса и лидирующие позиции на национальном и зарубежных рынках.

Литература:

1. Барышева, А. В. Инновации: учебное пособие / А. В. Барышева, К. В. Балдин, И. И. Передеряев. — М.: Издательство «Дашков и К», 2012. — 335 с.
2. Калиева, О. М., Лужнова Н. В., Дергунова М. И., Говорова М. С. Факторы, влияющие на экономическую эффективность деятельности предприятия / В сборнике: Инновационная экономика: Материалы Международной научной конференции. — Казань, 2014. — с. 93–96.
3. Баранчеев, В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчеев, О. И. Ганченко, Е. В. Петрова. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 388 с.
4. Бударина, Е. В., Рубцова К. А. Классификация инноваций на городском пассажирском транспорте // *Transport business in Russia*. — 2015. — № 6. — с. 3–7.
5. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. — СПб.: Питер, 2012. — 448 с.

Процесс формирования маркетинговой стратегии: основные этапы и возможные ошибки

Лужнова Наталья Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Радченко Валерий Сергеевич, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье представлен особый подход к процессу формулирования маркетинговой стратегии предприятия, предполагающий прохождение систематически и целенаправленно определенных работ на четырех основных этапах: выявление основных элементов успешной маркетинговой стратегии; понимание сильных и слабых сторон деятельности предприятия, возможностей и угроз рынка; составление детального маркетингового плана; оценка возможных будущих корректировок маркетинговой стратегии и «подводных камней».

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, SWOT-анализ, маркетинговый план.

Разработка маркетинговой стратегии является жизненно важным этапом процесса маркетингового управления любого предприятия. Без четко сформулированной и обоснованной стратегии усилия, направленные на привлечение клиентов, скорее всего, будут стихийными и неэффективными.

Маркетинговая стратегия — это план конкретных действий, определяющий направление работы с предложением предприятия, что обеспечивает потребительские ценности, удовлетворяющие потребности потребителей и максимизирующие доход и прибыль предприятия в долгосрочной перспективе. Конкурентный смысл маркетинговой стратегии заключается в том, что она способствует улучшению или удержанию позиции предприятия на рынке относительно конкурентов. [1]

Главное внимание при формулировании маркетинговой стратегии должно быть сфокусировано на соответствии продуктов или услуг потребностям клиентов, что в свою очередь является ключом для развития долгосрочных и выгодных отношений с ними. Чтобы добиться этого, необходимо выработать гибкую маркетинговую стратегию, которая сможет реагировать на изменения покупательского восприятия и спроса. Это также может помочь с определением и последующей адаптацией к совершенно новым рынкам, на которых предприятие успешно будет реализовывать свои цели.

Цель маркетинговой стратегии следует определить как выявление, а затем донесение преимуществ продукта либо услуги предприятия до целевой аудитории.

После разработки и внедрения стратегии, наступает этап мониторинга и оценки ее эффективности, необходимо при этом помнить о важности внесения изменений, корректировок, способствующих бесперебойному достижению всех задач стратегического плана, с учетом меняющихся условий рынка.

Разработанная методология поможет определить целевую аудиторию потребителей, на которых стоит сфокусировать главное внимание, как ключевых источников достижения целей предприятия. Она объясняет, что необходимо включать в свою маркетинговую стратегию,

и как ее можно использовать в качестве основы для эффективных действий.

Можно выделить следующие основные этапы процесса формирования маркетинговой стратегии:

1) Выявление основных элементов успешной маркетинговой стратегии. Одним из ключевых элементов успешной маркетинговой стратегии является признание того, что существующие и потенциальные клиенты необходимо разделить на определенные группы или сегменты, характеризующиеся своими отличиями, т.е. своими потребностями или ожиданиями. Выявление этих групп и их потребностей производится с помощью рыночных исследований. Результаты изучения рынка необходимо использовать как фундамент при создании конкурентной маркетинговой стратегии, правильное использование полученных данных позволит подобрать оптимальные подходы к ключевым сегментам потребителей, обходя конкурентов. За счет этого предприятие может создать маркетинговую стратегию, позволяющую максимально использовать свои сильные стороны, сопоставляя их с требованиями потребителей, с учетом выявленных групп. Например, если одна из выявленных групп клиентов, рассматривая продукцию предприятия, ставит качество на первое место, маркетинговая деятельность, направленная на данную аудиторию, будет сфокусирована на демонстрации продукции как высококачественной единицы, а также первоклассного сервиса (обслуживания).

Определившись с группами, предстоит выбрать наиболее подходящие маркетинговые мероприятия, гарантирующие положительную реакцию потребителей, т.е. действия, с помощью которых предприятие сможет донести информацию о своей продукции до целевой аудитории, с учетом их требований и ожиданий.

Это может быть достигнуто через различные формы рекламы, презентации, выставки, связи с общественностью, интернет-деятельность или с помощью эффективной стратегии трейд-маркетинга, направленной на повышение эффективности взаимодействия с участниками маркетингового канала от производителя до покупателя продукции. Данная стратегия рассматривает рынок как возможность

реализовать имеющийся товар, сделать товар или услугу более доступными покупателю, донести информацию о предложении компании наиболее доступным способом для всех участников маркетингового канала. При этом необходимо ограничиваться действиями, которые, исходя из специфики деятельности предприятия, будут наилучшим образом реализовывать цели маркетинговой деятельности, избегая больших затрат бюджета.

Мониторинг и последующая оценка, показывающие, насколько маркетинговая стратегия была эффективной, — ключевой элемент, который часто компаниями пропускается. [3] Данный элемент управления не только позволяет увидеть, как стратегия выступает на практике, но и помогает в сборе информации для будущей маркетинговой стратегии. Самым простым инструментом оценки может выступать опрос новых потребителей — как они узнали о предприятии, что могут сказать о продукции.

Поэтому, как только предприятие определилось с маркетинговой стратегией и составлен маркетинговый план, описывающий последовательность действий достижения целей, необходимо в нем изложить методы и инструменты оценки эффективности данной стратегии. Маркетинговый план, также как и методы оценок, должны постоянно пересматриваться, чтобы иметь возможность быстро корректироваться, в зависимости от изменений потребностей и отношений клиентов в данной отрасли, от меняющихся условий рынка, а также от экономических перемен в целом.

2) Понимание сильных и слабых сторон деятельности предприятия, возможностей и угроз рынка. Стратегия предприятия должна учитывать сильные и слабые стороны внутренней среды, принимая во внимание их воздействие не только на общий процесс функционирования предприятия, но и на маркетинговую деятельность предприятия.

Таким образом, начинать разработку маркетинговой стратегии следует с проведения строгого и объективного SWOT-анализа, рассматривая и анализируя сильные и слабые стороны предприятия, возможности и угрозы рынка. Это хороший инструмент стратегического анализа, позволяющий предприятию провести исследование, изучить рыночную ситуацию, а также проанализировать уже существующую клиентскую базу. Все это поможет нарисовать честную картину, отражающую репутацию и положение предприятия на рынке.

Сильные стороны могут включать:

- персональный и гибкий клиентский сервис (адаптирующийся к разным потребительским группам);
- характерные особенности или преимущества продукта по отношению к продуктам конкурентов;
- специальные знания или опыт, квалифицированный персонал.

Слабыми сторонами могут быть:

- ограниченные финансовые ресурсы;
- отсутствие устоявшейся репутацией;
- неэффективная система бухгалтерского учета.

Возможности, которые может предоставлять рыночная ситуация:

- увеличение спроса конкретного сегмента рынка;
- использование интернет-маркетинга для выхода на новые рынки (сегменты);
- использование новых технологий, которые позволят улучшить качество продукции.

Примерные угрозы рынка:

- появление новых конкурентов;
- новые, более привлекательные товары, товары-заменители по более низким ценам;
- изменения в законодательстве;
- увеличение затрат;
- спады в экономике, снижение спроса.

Выполнив SWOT-анализ, можно оценить потенциальное воздействие каждого из данных элементов на маркетинговую стратегию предприятия.

Например, новые тенденции (правила) рынка способствуют повышению конкуренции, где предприятие слабо закрепилось. С финансовой точки зрения именно затраты на поддержание конкурентоспособности являются слабой стороной предприятия. С другой стороны, предприятие может обладать хорошей репутацией, которую возможно использовать в качестве оружия в борьбе с конкурентами.

С пониманием внутренних преимуществ и недостатков предприятия, а также внешних возможностей и угроз, можно разработать стратегию, которая опирается на использовании своих сильных сторон в соответствии с существующими или появляющимися возможностями. Это также поможет определить слабые места компании для последующей их минимизации и устранения.

3) Составление детального маркетингового плана. В этом плане будут изложены конкретные действия, последовательность мероприятий для воплощения стратегии в жизнь.

Вопросы, которые следует задать в контексте развития стратегии:

- Какие изменения происходят в бизнес-среде?
- Являются ли они возможностями или угрозами?
- Каковы сильные и слабые стороны предприятия?
- Чего хочет достичь предприятие?
- Что именно нужно клиентам?
- Каковы их потребности?
- Какие клиенты являются наиболее прибыльными?
- Какой самый лучший способ коммуникации с клиентами?
- Что использовать при работе с потенциальными клиентами?
- Как можно улучшить обслуживание клиентов?
- Какими изменениями продукции или услуг можно увеличить объемы сбыта и повысить рентабельность деятельности предприятия?
- Как часто осуществлять модернизацию продукта?
- Сможет ли расширение ассортиментной линейки продуктов или услуг повлиять на более эффективное удовлетворение существующих потребностей клиентов?
- Какие цены установить на продукт или услугу?
- Каков наилучший способ распространения и реализации своей продукции?

— Как наилучшим образом способствовать продвижению продуктов?

— Как проверить, эффективен ли применяемый предпринятием маркетинг?

4) Оценка возможных будущих корректировок маркетинговой стратегии и «подводных камней». Прежде чем искать новые рынки сбыта, необходимо определить, как можно получить максимальную отдачу от существующей клиентской базы, это, как правило, быстрее и экономичнее, чем поиск новых клиентов. [2]

Также рациональнее изучить, можно ли продавать больше существующим клиентам (целому сегменту), или сфокусировать внимание на ключевых группах, приносящих большую часть прибыли.

Разрабатывая маркетинговую стратегию необходимо:

— анализировать различные потребности различных групп клиентов;

— сосредоточиться на рыночной нише, где предприятие можете стать лидером;

— стремиться прикладывать большую часть своих усилий к 20% клиентов, которые приносят 80% прибыли (закон Парето);

— использовать помощь третьих лиц (экспертов) для оценки и анализа маркетинговой стратегии, возможно именно они помогут определить недостатки, выявить слабые места, которые были упущены, либо не выявлены;

— реализовывать маркетинговую стратегию в соответствии с маркетинговым планом, в котором изложены цели, детально прописаны действия, мероприятия, сроки,

затраты, необходимые ресурсы и эффективные программы продаж;

— постоянно оценивать и контролировать эффективность предпринимаемых действий;

— быть готовым корректировать и изменять инструменты, которые не работают.

«Подводные камни» разработки маркетинговой стратегии, которых стоит избегать:

— разработка гипотез, предположений ожиданий клиентов;

— игнорирование действий конкурентов;

— попытки конкурировать, опираясь только на цену;

— полагание на небольшое число клиентов;

— попытки вырасти слишком быстро;

— остановка в развитии, не осуществление нововведений, только потому, что на данный момент у компании все стабильно.

Таким образом, подводя итог данному исследованию, можно процитировать высказывание гурӯ маркетинга Майкла Портера: «Конкурентная маркетинговая стратегия состоит в том, чтобы предприятию отличаться от других. Это означает осознанный выбор особого комплекса мероприятий по предоставлению уникальной ценности. Сущность стратегии заключена в составляющих ее мероприятиях: в решении осуществлять их по-другому, чем конкуренты или в решении осуществлять другие мероприятия, нежели у конкурентов. В противном случае стратегия банально вырождается в неконкурентоспособный маркетинговый слоган». [4]

Литература:

1. Баталова, О.С. Содержание понятия «маркетинговая стратегия» / О.С. Баталова // Проблемы современной экономики: материалы междунар. науч. конф. (г. Челябинск, декабрь 2011 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — с. 103–106.
2. Звягинцев, В.Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль над ее реализацией / В.Б. Звягинцев // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2005. — № 1. — с. 72–81.
3. Калиева, О.М. Факторы, влияющие на экономическую эффективность деятельности предприятия / О.М. Калиева, Н.В. Лужнова, М.И. Дергунова, М.С. Говорова // Инновационная экономика: Материалы Международной научной конференции. — Казань, 2014. — с. 93–96.
4. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.

Государственная поддержка инновационного предпринимательства в Республике Казахстан

Лухманова Гульнар Койшыбаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Габдуллина Разида Жаппархановна, старший преподаватель;

Сыздыкбаева Нургуль Байшариповна, старший преподаватель

Жетысуский государственный университет имени И. Жансугурова (Казахстан)

В статье рассматриваются меры государственной поддержки инновационного предпринимательства в Казахстане, в контексте процесса формирования инновационной системы страны. При этом справедливо

отмечается, что для Республики Казахстан всегда оставалась актуальной проблема перехода на инновационный путь развития в связи с сырьевой специализацией и низким уровнем диверсификации экономики.

Создание системы эффективного партнёрства высших учебных заведений Казахстана с частным сектором, который в развитых странах осуществляет финансирование большей части затрат на НИОКР, является ключевой задачей формирования отечественной научно-исследовательской системы.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, государственная поддержка, инновационная экономика, Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан.

В Республике Казахстан при государственной поддержке наблюдается активный процесс формирования инновационной системы, одним из составных элементов которой является инновационное предпринимательство.

Для Республики Казахстан всегда оставалась актуальной проблема внедрения новых научно-технических разработок в производство, перехода на инновационный путь развития. Если раньше предложения по инновационным проектам поступали от ученых без учета интересов промышленных предприятий, то теперь упор будет сделан на инновации в промышленности, предложения самих предприятий. При этом будет предоставлена возможность реализации инновационных проектов, начиная со стадии старт-ап.

В целях развития инновационной экономики в Республике Казахстан была принята Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010–2014 годы (далее — ГПФИИР), направленная на обеспечение устойчивого и сбалансированного роста экономики через диверсификацию и повышение ее конкурентоспособности [1].

В рамках ГПФИИР предусмотрена система поддержки науки, которая ориентирована на финансирование фундаментальных и прикладных научных исследований. Постепенно система финансирования науки будет переориентирована в основном на решение проблем реального сектора экономики. При этом структура финансирования науки будет распределена следующим образом: фундаментальные исследования — 20%, прикладные исследования — 30%, ОКР — 50% [2, с. 278].

По данным министерства национальной экономики, из средств бюджета на реализацию ГПФИИР в 2013 году направленно 866,3 млрд. тенге, вместе с тем анализ структуры показывает, что указанные средства не были напрямую связаны с реализацией промышленной политики: на цели индустриализации выделено только 14,7% от общего объема расходов (127,8 млрд. тенге). Более 85% от расходов, или 738,2 млрд. тенге, направлены на финансирование инфраструктурных проектов и институциональное обеспечение, которые косвенно влияют на реализацию программы. Это привело к формированию негативного общественного мнения о низкой результативности Государственной программы по форсированному индустриально-инновационному развитию [3].

Логическим продолжением и учитывающей опыт реализации ГПФИИР Республики Казахстан на 2010–2014 годы является Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015–2019 годы (далее — Программа).

К 2015 году была поставлена задача увеличения доли инновационных активных предприятий до 10%, которая составляла более 4%, а также сделан акцент на развитие собственных научных компетенций, способствующих повышению технологической конкурентоспособности экономики Казахстана в долгосрочной перспективе.

В результате проводимых реформ с момента реализации ГПФИИР доля инновационно-активных предприятий возросла с 4% до 7,6%, в 3 раза возросли затраты предприятий на технологические инновации (с 113,5 до 326 млрд. тенге), аналогично в 3 раза вырос объем инновационной продукции (с 111,5 до 379 млрд. тенге). По фактору «Инновации» Глобального индекса конкурентоспособности Всемирного экономического форума Казахстан улучшил рейтинг на 18 позиций и занял 84 место, по фактору «Технологическая готовность» — на 25 позиций (57 место) [4].

В приоритетных отраслях Государственной программы индустриально-инновационного развития создаются технологические платформы. Государство предоставляет площадку как для предприятий, так и для научных организаций, способных решить данные технологические задачи. Таким образом, формируются консорциумы, в которых предприятия будут финансировать научные исследования, объединенные одной тематикой — платформой [5].

В Республике Казахстан существует соответствующая инновационная инфраструктура, включающая 9 технопарков, 5 национальных центральных и 15 региональных лабораторий. Уже созданы 9 венчурных фондов, 3 конструкторских бюро.

В конечном счете, все мероприятия по трансформации экономики должны привести к созданию и развитию стабильной системы, которая позволяет выпускать высокотехнологичную продукцию с высоким уровнем валовой добавленной стоимости, поддерживать научные исследования, способствует эффективному внедрению научных разработок, трансферту технологий. При анализе мер по стимулированию инновационного предпринимательства, одним из ключевых вопросов является обеспечение государством ясной и четкой нормативно-правовой базы функционирования субъектов предпринимательства.

Так, согласно исследованиям компании «Ernst & Young», было выявлено, что 53% опрошенных считают, что степень прозрачности и стабильности нормативно-правовой базы остается недостаточной. Респонденты называют ряд факторов, влияющих на ведение бизнеса:

- 1) недостаточно тщательная оценка будущих последствий при принятии новых законов и положений;
- 2) неоднозначность формулировок в законах и непоследовательность применения законодательства;
- 3) независимость судебной системы должна быть гарантирована;
- 4) отсутствие делового подхода со стороны контролирующих органов;
- 5) обеспечение выполнения условий договоров и соблюдение принципов справедливости в отношении прав инвесторов;
- 6) чрезмерное регулирование и множество разрешительных процедур;
- 7) коррупция остается серьезной проблемой [6].

Подводя итоги по рассмотренным аспектам мероприятий по стимулированию и поддержке инновационного предпринимательства в Казахстане, следует отметить, что в рамках выбранных стратегических позиций Казахстана, государством проводится активная политика по разработке и реализации мер по всесторонней поддержке и мотивации субъектов предпринимательства. Финансирование инновационной деятельности предприятий происходит из внутренних и внешних источников. Внутреннее финансирование включает в себя использование в инновационных целях части прибыли предприятия и амортизационных отчислений. Эта форма финансирования для малого и среднего предприятия не пригодна ввиду ограниченности собственных ресурсов. Наиболее распространенными внешними источниками финансирования для предприятий Казахстана сейчас выступают кредитные ресурсы, прямые ассигнования

из государственного бюджета на реализацию инновационных проектов, в меньшей мере венчурный капитал и другие источники.

Для активизации инновационной деятельности отечественных предприятий предлагаются следующие организационно-экономические механизмы:

- 1) стимулирование технологической модернизации производства;
- 2) создание высокотехнологичных кластеров;
- 3) предоставление долгосрочного лизингового финансирования на срок до 10 лет, ставка не более 6%, собственные средства не менее 10%;
- 4) возмещение части затрат на покупку технологий при вводе технологии в эксплуатацию;
- 5) сотрудничество вузов и промышленности в исследовательской деятельности.

Создание системы эффективного партнерства высших учебных заведений Казахстана с частным сектором, который в развитых странах осуществляет финансирование большей части затрат на НИОКР, является ключевой задачей формирования отечественной научно-исследовательской системы. Основные государственные задачи в области инновационной политики будут сосредоточены в сфере поддержки науки, реализация которых возлагается на Фонд науки и национальный научно-технологический холдинг «Самгау». Приоритетны проекты, близкие к коммерциализации, а также малые и средние инновационные компании [7, с. 88].

Повышение инновационной активности казахстанских предприятий возможно за счет участия в совместных наукоемких проектах с другими странами. В странах же с низкой долей участия частного капитала в заказах на НИОКР и незначительном спросе на новые технологии, в том числе в Казахстане, именно государство осуществляет большую часть расходов по развитию науки, разработке и продвижению инноваций.

Литература:

1. Государственная программа по форсированному индустриально-инновационному развитию Республики Казахстан на 2010–2014 годы. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://zakon.kz>
2. Мырзалиев, М. И. Развитие инновационной деятельности в Республике Казахстан: тенденции и перспективы / М. И. Мырзалиев // Вестник Евразийского национального университета имени Л. Н. Гумилева. — 2011. — № 3 (82). — с. 275–279.
3. Программа по развитию инноваций и содействию технологической модернизации в Республике Казахстан на 2010–2014 годы. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://invest.nauka.kz/law/progr>
4. Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015–2019 годы. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://zakon.kz>
5. О состоянии малого и среднего предпринимательства в государствах — участниках СНГ. [Электронный ресурс] // Интернет — портал СНГ. — Режим доступа: <http://www.e-cis.info/page.php?id=23538>
6. Материалы исследования «Инвестиционная привлекательность Казахстана». [Электронный ресурс] // Официальный сайт компании «Ernst&Young». — Режим доступа: <http://www.ey.com/KZ/ru/>
7. Барлыбаева, Н. А. Национальная инновационная система Казахстана: теория, методология, механизм развития: дис... д-ра экон. наук: 08.00.05. — Алматы, 2007. — С.199.

Исламские финансы

Мамаев Азамат Алиевич, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

По исламским законам, деньги нельзя использовать, чтобы «делать» еще больше денег. Вместо этого, банк должен предоставлять услуги «зарабатывания» прибыли.

Таким образом, вместо традиционных счетов с заданными процентными ставками, исламские банки предоставляют счета, которые предлагают прибыль или убыток. Банк, в свою очередь, приобретает активы вашими деньгами, которые генерируют доходы банка. В частности, взимание высоких процентных ставок с нуждающихся считается недобросовестным и запретным. Во-вторых, не допускается гарар — рискованные или опасные продажи и сделки. Гарар, как правило, запрещен исламом, который запрещает сделки, имеющие чрезмерный риск в связи с неопределенностью. Все возможные риски должны быть идентифицированы инвесторами, а вся соответствующая информация — раскрыта. Исламские финансы запрещают продажу чего-то, чем человек не владеет, так как это представляет риск его отсутствия в дальнейшем. Это исключает инвестиции в обычных производных, которые требуют спекуляции в будущем в зависимости от чрезмерных рисков. Это также является основной причиной, почему исламские банки остались невредимыми в 2007 году (слабый контроль риска означает, что они остались подвержены снижению реальных цен на активы). В-третьих, исламские финансы требуют инвестировать средства только в проекты с благими намерениями. Недозволены инвестиции во что-либо неэтичное или социально безответственное, от оружия до развлечений и азартных игр.

С акцентом на капитал и инвестиции в сектор экономики, принципы исламского финансирования обеспечивают стабильный и продуктивный банковский сектор. Вместо того, чтобы предоставить выгодные финансовые альтернативы инвестирования в реальный сектор экономики, исламский банкинг дополняет и усиливает последнее. Это гарантирует, что финансовый капитал не приводит к искусственно раздутым ценам на активы. Наоборот, это приводит к работе в реальном секторе экономики, на реальных проектах.

Существует целый ряд факторов, которые могут затруднить процесс развития исламских финансов в России:

- исламофобия — несмотря на отсутствие достоверной статистики, этот фактор, возможно, является важнейшим из политических;
- низкая финансовая грамотность населения, в том числе потенциальных отечественных потребителей исламских финансовых услуг;
- полное отсутствие специалистов по исламским финансам среди как профучастников, так и финансовых властей;

- отсутствие в Российской Федерации собственных шариатских экспертов мирового уровня, что вынудит россиян обращаться к иностранным специалистам;

- отсутствие осознанного спроса на исламские финансовые продукты даже со стороны исламской части населения Российской Федерации.

Вместе с тем эти проблемы решаемы. Вопрос только в том, какими должны быть структура индустрии и форма управления ею. Но вначале следует ответить на вопрос, что именно мы хотим:

- создать российским мусульманам соответствующие их религии условия? Вряд ли. В России есть ряд традиционных конфессий, и у государства нет оснований для преференций одной из них;

- принять законодательство, позволяющее открывать исламские банки как один из вариантов ведения бизнеса? Возможно. Но в условиях минимального спроса на исламские финансовые услуги кто возьмёт на себя крупные финансовые затраты без обозримых сроков их возврата? В Казахстане, например, финансирует арабский учредитель местного исламского банка «Аль Хиляль». За решением создания этого банка стоял расчёт, не столько финансовый, сколько политический: по некоторым данным, решение об открытии банка принималось по личной просьбе президента республики Нурсултана Назарбаева;

- привлечь инвестиции для поддержания федерального бюджета, бюджетов субъектов Федерации, крупных компаний, банков и госкорпораций? Несомненно, да. Из-за западных санкций доступ на финансовые рынки Запада приостановлен, и российской финансовой системе предстоит переориентироваться на Восток.

Таким образом, создание этой сложной, дорогостоящей индустрии необходимо в первую очередь для замещения западных денег. Этот факт — лучший аргумент для всех сомневающихся и тех, кто, возможно, будет против. Ещё год назад исламские финансы были не актуальны для российской финансовой системы. Сейчас индустрия исламских финансов может частично решить эту крупную народнохозяйственную проблему.

Прежде всего следует выбрать модель исламских финансов. В настоящее время в мире сложились две модели: «консервативная» — ориентированная на строгое соблюдение требований шариата (Саудовская Аравия, Бахрейн и др.) и «облегчённая» — ограничивающаяся использованием внешних, формальных признаков исламских финансов (Малайзия, Великобритания и др.).

Проще всего выбрать второй путь: дешевле, быстрее, проще как в политическом, так и в организационном плане. Однако по мере роста своего образовательного уровня в области финансов граждане всё чаще и чаще за-

даются вопросами внутреннего содержания предлагаемых им финансовых продуктов. Осознание того, что исламские продукты мало чем отличаются от традиционных, вызовет у них ощущение обмана и, соответственно, отторжение.

Исламские банковские споры возникают как следствие новизны системы, которая не является совершенной. В шариате есть две модели урегулирования экономических споров, а именно через судебный процесс в судах и без судебного разбирательства. Для финансовых учреждений, которые основаны на исламских принципах, и Суд, и альтернативные институты, такие как арбитраж и медиация, обязаны использовать исламские принципы в качестве основного правила в решении исламских банковских и финансовых споров.

Развитие исламского банкинга происходит весьма интенсивно и по качеству, и по количеству. Этот быстрый рост поддерживается тремя факторами.

Во-первых, мусульмане априори являются потенциальными пользователями исламского банкинга.

Во-вторых, исламский банкинг дает хорошие условия для всех клиентов. Одна из таких услуг представляет собой применение стандартных информационных технологий, таких как мобильный банкинг, исламские кредитные карты и другие системы интернет-банкинга.

В-третьих, отсутствие конфликтов в исламском банкинге. Исламские экономические споры разрешаются религиозными судами по-прежнему очень редко [4].

В шариате есть две модели урегулирования экономических споров, а именно через судебный процесс в судах и без судебного разбирательства.

Обязанностью религиозного суда является рассмотрение:

а. Споров в области исламской экономики между финансовыми учреждениями и исламскими финансовыми институтами со своими клиентами.

б. Споров в области исламских финансов между финансовыми учреждениями и исламскими финансовыми институтами.

в. Споров в области исламских финансов среди граждан (мусульман).

BASYARNAS считается подходящим форумом для разрешения споров Исламского банкинга и финансовых споров, потому что его основная цель заключается в обеспечении быстрого и качественного правосудия.

BASYARNAS стоит особняком в осуществлении своих обязанностей. Это весьма полезно для решения споров исламского банкинга и финансовых споров. Не мусульмане могут также обратиться в BASYARNAS, который обязан принять и решить свои споры справедливым образом без исключения.

Процедуры BASYARNAS для разрешения споров четко описаны процессуальными нормами, которые выступают в качестве руководящих принципов, которыми должны следовать арбитры и стороны в споре. Если потребуется, содержание этих правил может быть пересмотрено в сторону улучшения и совершенствования. Что

касается юрисдикции BASYARNAS, раздел 1 его Регламента четко говорит:

BASYARNAS играет важную роль в сфере торговли, промышленности, финансов, обслуживания, и т.д. Когда стороны в споре согласны урегулировать свой спор с помощью BASYARNAS, они должны заключить договор и указать, что они согласны на это, а также следить за его процедурными правилами.

BASYARNAS не начинает действовать самостоятельно, а ждет жалобу от пострадавшей стороны. Таким образом, он начинает работать, когда он получает запрос по оспариванию сделки. Разбирательство проводится в конфиденциальном порядке, в соответствии с исламскими учениями где мусульманам предписано устранить ошибки других. Небольшие споры разрешаются мирным путем и не длятся не более шести месяцев. Решения BASYARNAS являются окончательными и обязательными [3].

Для финансовых учреждений, которые основаны на исламских принципах, и Суд, и альтернативные институты, такие как арбитраж и медиация, обязаны использовать исламские принципы в качестве основного правила в решении исламских банковских и финансовых споров. Использование этих принципов необходимо. Однако, на основе опыта установлено, что суды не относятся строго к исламским принципам в разрешении споров исламского банкинга и финансовых споров. Вместо этого, они используют другие законы.

Следовательно, решения, приведенные ими не всегда соответствуют законам шариата.

Основные недостатки современной Российской Федерации с точки зрения индустрии исламских финансов можно сформулировать следующим образом:

— отсутствие института защиты прав исламских инвесторов — специфика исламских финансов предполагает и специфику в части юридической защиты таких инвестиций. Необходимо юридическое признание факта существования исламских финансов, т.е. допустимость непроцентного финансирования (запрет на дачу денег в долг под проценты), а также определить место и роль шариатских советов в инвестиционном процессе;

— двойное налогообложение исламских финансовых продуктов и необходимость уточнения бухгалтерского учёта;

— мифы и предубеждения. Эта проблема может быть решена в рамках программ повышения финансовой грамотности населения, а также официального включения в образовательные стандарты учебных заведений учебных программ по исламским финансам;

— отсутствие личной поддержки первого лица страны. Мировая практика показывает, что кардинальное преобразование части финансовой системы страны возможно только вследствие регулярного участия в этом процессе главы государства. Для России это особенно актуально.

Несмотря на отсутствие благоприятных условий для развития в России исламских финансов, и в первую очередь законодательных, усилиями небезразличных к этой теме лиц накоплен существенный опыт предоставления

исламских финансовых услуг. Причём строго в рамках действующего законодательства. Речь идёт о привлечении средств населения на вклады, предоставлении потребительских кредитов, выпуске дебетовых банковских карт, об эмиссии паёв паевых инвестиционных фондов, оказании страховых услуг.

География — Москва, Нижний Новгород, Казань, Махачкала и др. Есть опыт позитивный, есть — негативный, но ни одного случая административного запрета или преследования со стороны государства не зафиксировано. Кроме того, экономическая база исламских финансов — индустрия халяльных продуктов — в России уже сформировалась и весьма успешно развивается.

Особо следует выделить уникальный для условий России опыт Национального рейтингового агентства (НРА), которое при поддержке Совета муфтиев России и Российской ассоциации экспертов по исламскому финансированию (РАЭИФ) запустило в прошлом году

проект по оценке соответствия компаний требованиям шариата и присвоению им соответствующих рейтингов. Это, безусловно, большой шаг вперёд в деле формирования инфраструктуры исламских финансов.

Логическим продолжением этого проекта стало подписание НРА Меморандума о взаимопонимании с Исламским международным рейтинговым агентством (Islamic International Rating Agency — IIRA) со штаб-квартирой в Бахрейне. Это первый в современной истории России договор с рейтинговым агентством арабского мира, который наглядно подтверждает интерес арабских инвесторов к России, а также их уверенность в перспективах развития в России индустрии исламских финансов. Целью подписанного документа является совместное предоставление в странах СНГ услуг по присвоению рейтингов как отдельным исламским финансовым продуктам, например, выпускам суверенных облигаций, так и исламским финансовым институтам в целом.

Литература:

1. Текст Закона Индонезии об арбитраже и альтернативных способах разрешения споров № 30 от 1999 г. на англ.яз. // Arbitration in Indonesia. Law No. 30 of 1999 // Hadiputranto, Hadinoto&Partners.URL: http://www.hhp.co.id/files/Uploads/Documents/Type%202/HHP/br_hhp_arbitrationindonesia.pdf (дата обращения: 20.03.2016).
2. Сайт Индонезийского национального арбитражного совета // Badan Arbitrase Nasional Indonesian. URL: <http://www.bani-arb.org/> (дата обращения: 20.03.2016)./
3. Сайт Арбитражного совета индонезийского рынка капиталов // The Indonesian Capital Market Arbitration Board (BAPMI). URL: <http://www.bapmi.org> (дата обращения: 20.03.2016).
4. <http://imamyahya.blogspot.ru/2012/07/islamic-banking-dispute-resolution-in.html>

Особенности налогового учета в страховых компаниях

Матвеева Инга Ингилевна, магистрант
Тюменский государственный нефтегазовый университет

1. Нормативное регулирование налогового учета в страховых компаниях

Страховые компании, российские, и иностранные, осуществляющие свою деятельность в России через постоянные представительства, с 1 января 2002 года обязаны вести налоговый учет в соответствии с требованиями гл. 25 НК РФ. Но в деятельности страховых компаний есть особенности, присущие только для страхового бизнеса, поэтому данная статья описывает некоторые положения, регламентирующие особенности налогового учета в компаниях, работающих в данной сфере экономики.

Прибыль страховых компаний облагается налогом в соответствии со статьями 293–294 и 330 Налогового кодекса РФ. Страховые компании ведут налоговый учет полученных доходов и понесенных расходов по договорам страхования, сострахования и перестрахования.

Существует два метода ведения налогового учета: метод начисления и кассовый метод. При методе начисления порядок признания доходов и расходов регламентируется положениями ст. 271, 272 НК РФ, а при кассовом методе — положениями ст. 273 НК РФ.

Рассмотрим доходы страховой компании для целей налогообложения.

Согласно ст. 248–250 НК РФ все доходы организаций для целей налогообложения делятся на две группы: доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав и внереализационные доходы.

Так же, как и другие организации, страховая компания может получать такие доходы, например, за продажу имущества. Страховая компания может вкладывать денежные средства в ценные бумаги и получать доходы от участия в уставных капиталах других организаций.

Однако основными доходами страховых компаний, являются доходы от осуществления страховой деятельности, перечисленные в п. 2 ст. 293 НК РФ:

а. страховые премии (взносы) по договорам страхования, сострахования и перестрахования. При этом страховые премии (взносы) по договорам сострахования включаются в состав доходов страховщика (состраховщика) только в размере его доли страховой премии, установленной в договоре сострахования;

б. суммы уменьшения (возврата) страховых резервов, образованных в предыдущие отчетные периоды с учетом изменения доли перестраховщиков в страховых резервах;

с. вознаграждения и танъемы по договорам перестрахования;

д. вознаграждения от страховщиков по договорам сострахования;

е. суммы возмещения перестраховщиками доли страховых выплат по рискам, переданным в перестрахование;

ф. суммы процентов на депо премий по рискам, принятым в перестрахование;

г. доходы от реализации перешедшего к страховщику в соответствии с действующим законодательством права требования страхователя (выгодоприобретателя) к лицам, ответственным за причиненный ущерб;

h. суммы санкций за неисполнение условий договоров страхования, признанные должником добровольно либо по решению суда;

и. вознаграждения за оказание услуг страхового агента, брокера;

j. вознаграждения, полученные страховщиком за оказание услуг сюрвейера (осмотр принимаемого в страховании имущества и выдачу заключений об оценке страхового риска) и аварийного комиссара (определение причин, характера и размеров убытков при страховом событии);

к. суммы возврата части страховых премий (взносов) по договорам перестрахования в случае их досрочного прекращения;

1. другие доходы, полученные при осуществлении страховой деятельности.

2. Порядок организации налогового учета доходов и расходов в страховых компаниях.

Страховые премии (взносы), уплачиваемые страхователями на основании заключенных договоров страхования, являются основным источником доходов страховой компании.

При методе начисления доходы страховщика в виде страховой премии, причитающейся к получению, признаются на дату возникновения ответственности страховщика перед страхователем по заключенному договору, вытекающую из условий договоров страхования, сострахования, перестрахования, вне зависимости от порядка уплаты страховой премии, указанной в соответствующем договоре. Если договором страхования, сострахования или перестрахования не установлена дата возникновения права страховщика на получение дохода в виде страховой премии, датой получения дохода признается дата выстав-

ления страховщиком счета на уплату страхователем страховой премии.

Датой получения дохода в виде сумм страховых премий при кассовом методе будет считаться дата получения денежных средств.

Страховщики должны отражать в налоговом учете изменение размеров страховых резервов по видам страхования. Суммы уменьшения (возврата) страховых резервов, образованных в предыдущие отчетные периоды с учетом изменения доли перестраховщиков в страховых резервах отражаются в доходах страховой компании. Такой доход классифицируется как внереализационный и признаваться должен на последнюю дату отчетного (налогового) периода.

Резервы по страхованию жизни и резервы заявленных, но неурегулированных убытков, с учетом доли перестраховщика уменьшаются при осуществлении страховых выплат и учитываются как признанные доходы на последнюю дату отчетного периода. Резерв незаработанной премии по мере истечения срока страхования и резерв заявленных убытков по договору страхования при отсутствии обязательств страховщика по осуществлению страховых выплат являются также доходом налогоплательщика.

Суммы вознаграждений по договорам перестрахования и сострахования признаются доходами с даты возникновения права на данное вознаграждение исходя из условий договоров перестрахования и сострахования, в которых определяется также и размер суммы вознаграждения.

При методе начисления суммы возмещения перестраховщиками доли страховых выплат по рискам, переданным в перестрахование, признаются доходами в целях налогообложения с даты возникновения права на возмещение в соответствии с заключенным договором перестрахования, а при кассовом методе — на дату получения денежных средств от перестраховщика. Данные суммы поступают страховой компании от перестраховщиков после осуществления страховых выплат страхователям.

Если в договоре перестрахования имеется оговорка, что перестрахователь может депонировать страховую премию, приходящуюся на долю перестраховщика, то суммы процентов на депо премий по рискам, принятым в перестрахование считаются внереализационным доходом страховой компании и при методе начисления учитываются на дату признания дохода в соответствии с условиями договора перестрахования.

Возврат части страховой премии по договору перестрахования при досрочном расторжении договора перестрахования считается доходом перестрахователя.

При переходе права требования страхователя или выгодоприобретателя страховщику к лицам, ответственным за причиненный ущерб, полученный доход включается в состав доходов страховщика и перестраховщика в раз- мере долей их участия в страховом возмещении.

По договорам по страхованию жизни, обязательному страхованию и обязательному медицинскому страхованию доходы признаются как внереализационные на

дату признания обязательства должником либо с момента вступления в законную силу решения суда о компенсации ущерба должником при методе начисления и на дату фактического получения денежных средств при кассовом методе.

При методе начисления суммы возмещений, причитающиеся страховой компании в результате удовлетворения регрессных исков либо признанные виновными лицами, признаются доходом на дату вступления в законную силу решения суда либо на дату письменного обязательства виновного лица по возмещению причиненных убытков, а при кассовом методе на дату фактического получения средств. При этом доля указанных сумм, подлежащих возмещению перестраховщикам от перестрахователя, включается в доходы и расходы перестрахователя и перестраховщика соответственно.

Вознаграждение страховой компании за оказание услуг страхового агента, услуг сюрвейера (включающих в себя осмотр принимаемого в страхование имущества и выдачу заключений об оценке страхового риска) и аварийного комиссара (задачей которого является определение причин, характера и размеров убытков при страховом событии) по страхованию иному, чем страхование жизни, обязательное страхование и обязательное медицинское страхование, также признаются доходом страховой компании в соответствии с условиями соответствующего договора при методе начисления либо по мере поступления денежных средств при кассовом методе.

3. Расходы страховой организации.

Расходы организации, в соответствии с действующей в настоящее время классификацией, делятся на две группы: расходы, связанные с производством и реализацией, и внереализационные расходы.

Но у страховой компании есть дополнительные расходы, которые она несет при осуществлении страховой деятельности. Перечень таких расходов, принимаемых в целях налогообложения прибыли страховых организаций, содержится в п. 2 ст. 294 НК РФ и включает в себя:

а. суммы отчислений в страховые резервы (с учетом изменения доли перестраховщиков в страховых резервах), формируемые на основании законодательства о страховании в порядке, установленном федеральным органом исполнительной власти по надзору за страховой деятельностью;

б. страховые выплаты по договорам страхования, со-страхования и перестрахования, включающие в себя выплаты рент, аннуитетов, пенсий и прочие выплаты, предусмотренные условиями договора страхования;

в. суммы страховых премий (взносов) по рискам, переданным в перестрахование по договорам, заключенным российскими страховыми организациями с российскими и иностранными перестраховщиками и брокерами;

г. вознаграждения и танъемы по договорам перестрахования;

д. суммы процентов на депо премий по рискам, переданным в перестрахование;

е. вознаграждения состраховщику по договорам со-страхования;

ж. возврат части страховых премий (взносов), а также выкупных сумм по договорам страхования, со-страхования и перестрахования в случаях, предусмотренных законодательством и (или) условиями договора;

з. вознаграждения за оказание услуг страхового агента и (или) страхового брокера;

и. расходы по оплате организациям или отдельным физическим лицам оказанных ими услуг, связанных со страховой деятельностью, в том числе:

– услуг актуариев;

– медицинского обследования при заключении договоров страхования жизни и здоровья, если оплата такого медицинского обследования в соответствии с договорами осуществляется страховщиком;

– детективных услуг, выполняемых организациями, имеющими лицензию на ведение указанной деятельности, связанных с установлением обоснованности страховых выплат;

– услуг специалистов (в том числе экспертов, сюрвейеров, аварийных комиссаров, юристов), привлекаемых для оценки страхового риска, определения страховой стоимости имущества и размера страховой выплаты, оценки последствий страховых случаев, урегулирования страховых выплат;

– услуг по изготовлению страховых свидетельств (полисов), бланков строгой отчетности, квитанций и иных подобных документов;

– услуг организаций за выполнение ими письменных поручений работников по перечислению страховых взносов из заработной платы путем безналичных расчетов;

– услуг организаций здравоохранения и других организаций по выдаче справок, статистических данных, заключений и иных аналогичных документов;

– инкассаторских услуг.

к. другие расходы, непосредственно связанные со страховой деятельностью.

4. Порядок налогового учета расходов в страховой организации.

Все страховые компании обязаны образовывать из полученных страховых премий страховые резервы необходимые для предстоящих страховых выплат по договорам страхования и со-страхования в порядке и на условиях, установленных законодательством о страховании. В расходах страховой компании по страховой деятельности должны быть отражены суммы отчислений в страховые резервы с учетом изменения доли перестраховщиков по рискам, переданным в перестрахование, в страховых резервах. Страховые резервы по обязательным видам страхования формируются без учета доли перестраховщика, т.к. по ним не предусмотрена передача рисков в перестрахование. Отчисления в резерв незаработанной премии производятся из сумм страховых премий и включаются страховщиками в состав расходов на последнюю дату от-

четного периода. Резерв заявленных убытков формируется по заявленным убыткам по договорам страхования иным, чем страхование жизни.

Для целей налогообложения под установленным порядком понимается порядок формирования страховых резервов, установленный федеральным органом исполнительной власти по надзору за страховой деятельностью на основании законодательства о страховании. Суммы отчислений в страховые резервы, формируемые не в установленном порядке, не уменьшают налоговую базу.

Страховые выплаты по договорам страхования, со-страхования, перестрахования, производимые в соответствии с условиями договоров, являются основным видом расходов и включаются страховщиком в их состав на дату их осуществления. Выплаты, производимые страховой организацией, считаются страховыми выплатами, если у страховщика имеется лицензия на данный вид страхования и в договоре страхования предусмотрены события, при наступлении которых у страховщика возникают обязательства произвести страховую выплату.

Страховые выплаты по договору страхования включаются в состав расходов на дату возникновения у страховщика обязательства по выплате страхового возмещения в пользу страхователя, застрахованных лиц или выгодоприобретателя (при страховании ответственности) по фактически наступившему страховому случаю, выраженного в абсолютной денежной сумме если страховая компания приняла решение использовать метод начисления. При применении кассового метода датой признания расходов считается дата фактической выплаты соответствующей денежной суммы.

Условиями договора страхования может предусматриваться замена страховой выплаты компенсацией ущерба в натуральной форме в пределах суммы страхового возмещения, например, это могут быть расходы по ремонту или восстановлению объектов, поврежденных в результате страхового случая. Такие выплаты также уменьшают налогооблагаемую прибыль.

Если налоговый учет ведется методом начисления, суммы страховых премий по рискам, переданным в перестрахование, признаются расходами страховой компании с даты возникновения обязательства по уплате страховых премий перестраховщику.

При ведении учета доходов и расходов методом начисления проценты уплаченные на депо премий по рискам, переданным в перестрахование учитываются на дату признания расхода в соответствии с условиями договора перестрахования. Если налоговый учет ведется кассовым ме-

тодом, они признаются расходами страховой компании на дату осуществления выплаты процентов со счета в банке или из кассы.

Расходы перестраховщика в виде доли страховых выплат по фактически наступившему страховому случаю признаются на дату возникновения обязательства, согласно условиям договора перестрахования при методе начисления. В случае использования кассового метода учета моментом признания расхода будет являться выплата денежных средств перестрахователю.

Возврат части страховых премий, а также выкупных сумм по договорам страхования, сострахования и перестрахования признается расходом страховой компании по страховой деятельности.

Отметим, что согласно ст. 958 ГК РФ договор страхования прекращается до наступления срока, на который он был заключен, если после его вступления в силу возможность наступления страхового случая отпала, и существование страхового риска прекратилось по обстоятельствам, иным, чем страховой случай. К таким обстоятельствам, в частности, относятся:

- гибель застрахованного имущества по причинам, иным, чем наступление страхового случая;
- прекращение в установленном порядке предпринимательской деятельности лицом, застраховавшим предпринимательский риск или риск гражданской ответственности, связанный с этой деятельностью.

В таких случаях при досрочном прекращении договора страхования страховщик имеет право на часть страховой премии пропорционально времени, в течение которого действовало страхование. Возврат страхователю части страховых премий в случаях, предусмотренных договором страхования, производится денежными средствами, и данные расходы считаются признанными расходами для целей налогообложения на дату осуществления выплат.

Размер вознаграждения страховым агентам определяется агентским договором и признается расходами на дату, определяемую в соответствии с условиями агентского договора, независимо от времени фактической выплаты денежных средств — например, на дату предоставления отчета страхового агента при определении доходов и расходов методом начисления. При кассовом методе налогового учета расходами налогоплательщиков признаются затраты после их фактической оплаты и учитываются в составе расходов в момент списания денежных средств с расчетного счета страховщика, выплаты из кассы, а также путем иного прекращения встречного обязательства.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 04.11.2014).
3. Федеральный закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в РФ» № 4015-1 от 27.11.92.
4. Азарская, М. А., Миронова О. А., Учет, налогообложение и аудит в страховых организациях. — Изд. 2-е перераб. и доп. / — М.: Бухгалтерский учет, 2014. — 272 с.

5. Вещунова, Н. Л., Фомина Л. Ф., Бухгалтерский учет в страховых компаниях: Учебное пособие / Спб: Издательский Торговый Дом «Герда», 2013. — 768 с.
6. Красова, О. С., Бухгалтерский учет в страховании: Практическое пособие / — М.: Омега — Л, 2013. — 263 с.
7. Миронова, О. А., Азарская М. А. Учет, налогообложение и аудит в страховых организациях / М.: Бухгалтерский учет, — 2014. — 272 с.
8. Петрова, В. И., Бухгалтерский учет, анализ и аудит в деятельности страховых организаций / В. И. Петрова, А. Ю. Петров, Г. А. Скачко. — М.: Финансы и статистика, 2014. — 400 с.

Возможности для развития лизинга в Узбекистане

Матрасулов Баходир Эрбутаевич, старший преподаватель;
Бекмухамедова Барно Уктамовна, старший преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Лизинг является эффективным механизмом для инвестирования средств в модернизацию производственных мощностей предприятий, расширения частного предпринимательства и создания на его основе конкурентоспособного производства, что является одним из приоритетов экономической политики страны. Экономические реформы, ориентированные на развитие реального сектора экономики и поддержку малого и среднего бизнеса, сегодня открывают широкие возможности для дальнейшего развития лизинговых услуг в Узбекистане. Являясь более доступным, по сравнению с банковским кредитованием, методом финансирования основных средств, не требующим от предприятий выполнения ряда условий, необходимых для получения кредита, лизинг, при соответствующей поддержке государства, способен значительно расширить доступ предприятий Узбекистана к современным мировым технологиям для производства.

Лизинговые операции в Узбекистане берут свое начало с лизинга пассажирских самолетов. С 1993 года Национальная авиакомпания «Узбекистон хаво йуллари» начала обновлять свой парк пассажирских лайнеров самолетами ведущих мировых производителей. До 1 сентября 2002 года банки осуществляли операции финансового лизинга практически с нулевой рентабельностью, а лизинговые компании искали государственную поддержку либо в форме индивидуальных льгот и налоговых послаблений, либо в форме вкладов в их уставной капитал или льготных займов. Это было связано с налоговыми льготами для среднесрочного и долгосрочного кредитования в стране, которые не применялись к лизинговым операциям.

Ситуация сильно изменилась с внесением в конце 2002 года изменений в законодательство о лизинге, в частности, в Гражданский кодекс, Налоговый кодекс, Закон «О лизинге» и Закон «О таможенном тарифе». Внесенные комплексные поправки в лизинговое законодательство устраняют преграды на пути развития лизинга в Узбекистане и создают прогрессивную правовую базу для развития этого сектора в регионе [1].

На сегодняшний день в Узбекистане наблюдается ежегодный прирост объема лизинговых операций в структуре ВВП. Кроме того, на рынке лизинга постоянно увеличивается количество участников: банков, лизинговых компаний, кредитных союзов, занимающихся лизинговыми операциями.

Таким образом, этот удобный инструмент финансирования бизнеса многие предприниматели фактически начали рассматривать в качестве неплохой альтернативы банковским кредитам.

Отмечая растущий спрос на лизинговые услуги, главной тенденцией развития отечественного рынка лизинга сегодня является наличие значительного спроса на мини-технологии для малого бизнеса и частного предпринимательства, модернизация, техническое и технологическое перевооружение ведущих отраслей промышленности. В процесс производства предприниматели сейчас все чаще начали внедрять новые технологические линии, оборудование, и многие стали понимать, что использование потенциальных возможностей лизинга позволяет более оперативно обновить техническую базу своего предприятия. А значит, сделать более конкурентоспособной продукцию, увеличить с помощью нового оборудования прибыльность и рентабельность предприятия. С помощью средств производства, которые предоставляет лизинг, можно значительно повысить качественный и количественный уровень продукции, вывести ее выпуск на иную технологически усовершенствованную фазу [2].

Немаловажную роль в достижении высоких показателей роста и обеспечения конкурентоспособности экономики нашей страны играют развитие таких составляющих финансового рынка, как лизинг. Благодаря реформам, проводимым Правительством страны в этой сфере, сегодня она развивается стабильно и за последние годы претерпела большие изменения, особенно в правовом отношении. Основным реформатором отечественного рынка лизинга остается государство, которое создает условия для его эффективного развития. При этом важно понимание того, что лизинг является одним из самых эф-

фективных способов технического перевооружения и модернизации основных фондов и рационального распределения ресурсов. Рынок лизинговых услуг имеет огромный потенциал для дальнейшего роста, а значит конкуренция на нем усиливается, и можно ожидать в перспективе улучшения качества предоставляемых услуг, равно как и выхода на рынок новых участников.

Ежегодный объем лизинговых услуг в Узбекистане с 1996 года возрос с 1 млн. долларов до 271 млн. долларов, а количество компаний, оказывающих лизинговые услуги, увеличилось с 5 до 83. Немаловажны и структурные преобразования, произошедшие в сфере лизинга за последние годы: в общем объеме лизинговых услуг существенно возросла доля автотранспорта, технологического оборудования и недвижимости.

Одной из организаций, стоявших у истоков развития лизинговой сферы в Узбекистане, является Международная финансовая корпорация (IFC).

Необходимо, чтобы дальнейшее развитие лизинга отвечало ряду важных индикаторов. Во первых внедрение и совершенствование рейтинговой оценки деятельности лизинговых компаний, поскольку это позволит обеспечить прозрачность рынка и предоставит большие возможности для привлечения финансовых ресурсов участникам рынка. Во-вторых, помимо дальнейшего совершенствования лизингового законодательства необходимо предоставить соответствующие льготы и преференции для лизинговых компаний [3].

Безусловно, это все важные факторы, которые позволят значительно расширить этот вид услуг. Уже сейчас положительные изменения в сфере связаны с тем, что лизингу предоставлены одинаковые с другими видами финансирования условия налогообложения, в особенности с банковским кредитованием, что создало предпосылки для открытия новых лизинговых компаний в Узбекистане. На рынке лизинга, особенно столичном, появилось много новых участников.

Возникли новые лизинговые компании, в частности на рынок новых лизингодателей выходят и кредитные союзы. Если в 2006 году на рынке существовало 33 ли-

зингодателя, то по итогам 2012 года зарегистрировано 87. При этом активными были 42 лизингодателя, среди которых 46 лизинговых компаний, 23 банков и 8 компаний, у которых лизинг не является основным видом деятельности [5].

Если проследить деятельность Ассоциации лизингодателей Узбекистана за первое полугодие, то можно отметить, что в 2013 году для ее членов актуальными остаются разработка новых предложений и новых условий на основе лизинга с целью содействия предпринимательству. Констатируя повышающийся уровень спроса на этот вид финансовых услуг, эксперты АЛУ отмечают, что он обоснован, во-первых, интенсивным развитием экономики нашей страны, а во-вторых, ростом предпринимательства, заинтересованного сегодня не столько в денежных ресурсах, сколько в средствах производства, которые и предоставляет лизинг.

Если анализировать лизинговые сделки в сегменте оборудования, то востребованной, как и прежде, остается сельскохозяйственная техника. В прошлом году на нее приходилось 28,5% лизинговых операций, сейчас эта цифра возросла до 35,5%. На 2-й позиции по востребованности находится автотранспорт с его 23,4%. Распределение лизинговых сделок по видам технологического оборудования также характерно и свидетельствует об определенном развитии. На этот раз наибольшую долю лизинговых сделок продемонстрировала легкая промышленность — 35,9%, далее по росту показателей следует сектор мелиорации — 27,2%. Сегодня дехканин должен научиться выпускать конкурентоспособную продукцию, но сделать это можно только применяя современные технологии [5]. В данном случае лизинг ему — первый помощник.

Созданное в стране благоприятное для развития лизинга законодательство, вместе с процессом либерализации валютного рынка создают все предпосылки для дальнейшего роста лизинга в стране. Причем, на данном этапе наиболее перспективным является предоставление лизингодателям Узбекистане внешнего финансирования для осуществления лизинговой деятельности.

Литература:

1. Закон Республики Узбекистан о лизинге 14.04.1999 г. № 756-й.
2. М. И. Лещенко Основы лизинга: Учебное пособие. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 336с.
3. Васильев, Н. М., Катыйрин С. Н., Лепе Л. Н. «Лизинг как механизм развития инвестиций и предпринимательства», — Москва: Центр международного частного предпринимательства СИРЕ, 1999, 228 с.
4. Статистический сборник об основных итогах экономического и социального развития Республики Узбекистан в годы независимости и прогнозных показателях на 2011–2015 годы. — Т.: Узбекистан, 2010.
5. Итоги социально-экономического развития республики в 2012 году и важнейших приоритетах экономической программы на 2013 год.

Поддержка руководства как инструмент развития семейного благосостояния и бизнеса

Матрасулов Баходир Эрбутаевич, старший преподаватель;
Бекмухамедова Барно Уктамовна, старший преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Одним из важных направлений развития в Узбекистане малого бизнеса и частного предпринимательства, роль которых в национальной экономике постоянно растет, является расширение семейного бизнеса. Как отметил Президент Ислам Каримов в докладе «Концепция дальнейшего углубления демократических реформ и формирования гражданского общества в стране» на совместном заседании палат парламента 12 ноября 2010 года, эта форма организации бизнеса полностью соответствует нашим национальным традициям и объективным реалиям хозяйственной деятельности.

В связи с объявлением в стране 2011 года Годом малого бизнеса и частного предпринимательства была разработана соответствующая государственная программа. В ней к первоочередным задачам отнесены проведение критической оценки и совершенствование действующей нормативно-правовой базы, принятие новых законодательных актов, отвечающих современным требованиям поступательного развития и ускорения реформ в этой сфере.

В Узбекистане созданы все условия для возрождения лучших национальных традиций нашего народа, в том числе ремесленничества и умения вести бизнес. Эффективной организационно-правовой формой, которая всемерно способствует применению и развитию этих навыков общественного производства, может служить семейный бизнес.

Важная роль в развитии рыночных отношений отводится домохозяйствам и в связи с налаживанием семейного бизнеса. Последнее предполагает наличие ресурсов, достаточного стартового семейного капитала; определенной квалификации; определение рыночной ниши и т.д. От благоприятного сочетания этих факторов зависит успех семейного бизнеса, а следовательно, и возможности домохозяйств «включиться» в рыночные отношения в качестве конкурентоспособных хозяйственных единиц [1].

Сегодня в нашей стране при всесторонней поддержке руководства и Правительства страны интенсивно развиваются малый бизнес и частное предпринимательство, увеличивается их доля в ВВП. Наряду с этим, усиливается экономическое значение семейного бизнеса, реализуемого в форме надомного труда, также продолжается динамичное становление нового социального слоя — фермеров, чья деятельность в основном опирается на семью. Таким образом, семья становится одним из составляющих компонентов формирования среднего

класса и, безусловно, элементом экономической стабильности.

Снижаются налоги, упрощаются процедуры регистрации и лицензирования, сокращается вмешательство государства в деятельность хозяйствующих субъектов, — конечно же, тех, кто работает честно, не нарушая закона. Доказательство тому — Указ Президента «О дополнительных мерах по формированию максимально благоприятной деловой среды для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства» (от 24.08.2011 г. № УП-4354) [2] и Постановление Президента «О мерах по устранению бюрократических барьеров и дальнейшему повышению свободы предпринимательской деятельности» (от 25.08.2011 г. № ПП-1604) [3], а также Постановление Кабинета Министров «О дополнительных мерах по устранению бюрократических барьеров и сокращению государственных управленческих функций при осуществлении разрешительных процедур» (от 17.10.2011 г. № 283) [4].

Государством реализуются специальные программы в рамках которых действуют дополнительные льготы в виде полного освобождения от налогов, от уплаты таможенной пошлины при импорте и экспорте.

Отмечено, что коммерческие банки уделяют большое внимание вопросам финансовой поддержки субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства, особенно структурам семейного предпринимательства, финансированию бизнес-проектов выпускников учебных заведений.

Коммерческими банками реализуется комплекс мер, направленных на расширение действующих мощностей отечественного производства бытовой техники, потребительского кредитования семей товарами длительного пользования и улучшение социально-бытовых условий труда женщин путем создания прачечных коллективного пользования. В текущем году банки выделяют населению потребительские кредиты в размере 30 млрд. сумов на покупку электробытовой техники. Эти кредиты будут выделяться в сумме до 50-кратного размера минимальной заработной платы сроком до 3-х лет [1].

В настоящее время банки принимают меры для открытия специальных кредитных линий по предоставлению кредитов и лизинговых услуг субъектам предпринимательства на приобретение стиральных машин-автоматов и другого технологического оборудования.

Новый закон «О семейном предпринимательстве» позволяет значительно увеличить число занятых в сфере семейного бизнеса. А все предпосылки для этого в нашей

стране есть: замечательные климатические условия, щедрая земля, богатая сырьевая база и, самое главное — трудолюбие узбекского народа, которое передается из поколения в поколение.

Цель закона — создание необходимой законодательной базы для развития в различных сферах экономики семейного предпринимательства как важнейшей формы малого бизнеса и частного предпринимательства, усиление его правовых гарантий и создание новых рабочих мест.

С обретением независимости Республики Узбекистан начался процесс восстановления общечеловеческих ценностей и культурного наследия, национальных традиций и этических норм, повышения социального статуса коренного населения республики, в том числе молодежи. Значение данного процесса сегодня возрастает не только по отношению каждой личности, но и для страны в целом. На современной семье лежит выполнение таких важнейших функций как эмоциональной поддержки, первичного контроля и морально-нравственной регуляции поведения, забота о больных, престарелых и безработных. Немаловажным при этом является культурно-исторический фактор.

С древних времен узбекская семья отличалась гуманизмом, этнической и религиозной терпимостью. Культурные ценности и традиции узбекского народа, основанные на патриотизме, любви к детям, почитании старших, чутком отношении к чужому горю является надежной гарантией социальной стабильности в республике.

Литература:

1. Булгаков, С. Н. Философия хозяйства. Нью-Йорк: Chalidze Publications, 1982. — 321 с.
2. Митоян, А. А. Потребительское поведение семей: дифференциация, динамика, классификация. М.: Экономика, 1990. — 142 с.
3. Указ Президента «О дополнительных мерах по формированию максимально благоприятной деловой среды для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства» (от 24.08.2011 г. № УП-4354).
4. Постановление Президента «О мерах по устранению бюрократических барьеров и дальнейшему повышению свободы предпринимательской деятельности» (от 25.08.2011 г. № ПП-1604).
5. Постановление Кабинета Министров «О дополнительных мерах по устранению бюрократических барьеров и сокращению государственных управленческих функций при осуществлении разрешительных процедур» (от 17.10.2011 г. № 283).

Правительство Узбекистана придает особое значение повышению роли семьи в укреплении общественных устоев государства, в воспитании физически здорового, духовно богатого подрастающего поколения. Реформы в республике основаны на механизмах и методах использования культурного потенциала, менталитета и традиций узбекской семьи для обеспечения социальной, экономической и политической стабильности, достижения стратегических целей устойчивого развития страны. При этом необходимо осуществить поиск путей и механизмов вовлечения возрожденной социальной общности и развития семейной политики для решения задач социально-экономического развития республики, найти подходы для мобилизации мощного потенциала устойчивости, заложенного в социально-психологическом климате в семье и обществе в целом.

Уже сегодня семейный бизнес в силах решить целый комплекс сложнейших социально-экономических проблем и вовлечь в развитие экономики часть безработного населения. В ближайшей перспективе он потеснит на рынке крупные предприятия, поскольку, в отличие от них, обеспечивает население товарами и услугами, которые отказываются или не могут производить крупные фирмы. Надо отметить, активным финансированием бизнес-проектов субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства коммерческие банки будут вносить достойный вклад в реализацию приоритетных задач, предусматривающих укрепление каждой семьи и в целом по стране, именно в обеспечении занятости населения, создании новых рабочих мест и благополучия населения.

Теория и практика профориентации в России: проблемы и перспективы

Милославский Владимир Германович, председатель правления, квалифицированный специалист
СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития»

Алиева Наталья Ханифеевна, квалифицированный специалист, помощник депутата
Государственная Дума ФС РФ

Соловьев Сергей Михайлович, квалифицированный специалист, генеральный директор
ООО «Первая Северо-Западная компания»

Компилецкая Ольга Дмитриевна, квалифицированный специалист
СРОО по поддержке гражданских инициатив «Общественный институт развития»

Казиев Тимур Рафхатович, помощник депутата
Государственная Дума ФС РФ

В глобальных изменениях рыночной конъюнктуры, изменении социальной среды и социальных связей, а также нарастающим техническим прогрессом и глобализацией, возникает вопрос места человека и его труда в этих процессах. Труд человека и его эффективность зависит от многих составляющих факторов. Какое профессиональное будущее он видит перед собой, какой потенциал скрыт в человеке, каким образом его раскрыть, и эффективно применить в стремительно изменяющемся мире с пользой для себя, общества и государства. Таким вопросом с технической точки зрения занимаются кадровые службы, центры занятости, кадровые агентства и агентства подбора персонала.

Профориентация — это комплекс психолого-педагогических, медицинских, социальных мероприятий, направленных на формирование профессионального самоопределения молодого человека, на оптимизацию труда человека с учетом его склонностей, интересов, способностей, а также с учетом потребностей общества в специалистах. Иными словами, очень важно, чтобы человек выбирал профессию, соответствующую его интересам и способностям, чтобы он испытывал удовлетворение от работы и приносил пользу обществу. Решение этого жизненно важного вопроса происходит порой стихийно, случайно и опирается на стереотипы, молодым людям оказывается недостаточная помощь и информация.

На каждом этапе человек делает выбор, на который оказывает влияние различные факторы, исходящие, как от социальной среды, так и от самого человека. Влияние имеет мотивационную и операционную сферу. Мотивационная сфера это склонности, интересы, намерения, цели. Операционная: знания, умения, опыт, способности. Профессиональное самоопределение, карьерный рост и развитие человека это непрерывная цепь профессионального выбора и процессов.

Профориентация тесно связана с понятиями «трудовые ресурсы», «кадровый потенциал», «материальная и нематериальная мотивация» [1].

Трудовые ресурсы являются важнейший элемент производительных сил. Демографические факторы выступают функцией социально-экономического развития

и оказывают большое влияние на экономический рост. К анализу трудовых ресурсов относят: возраст, здоровье, образование, доход, мобильность. В таком случае профориентация является важной частью качества трудовых ресурсов. Таким образом, все факторы влияют на конкурентоспособность страны на международной арене. Согласно статистическим данным Всемирного экономического форума (ВЭФ) Россия заняла 45 место, переместившись с 53 места [2]. Анализ таких данных проводится по ряду показателей, в том числе деловому климату и качеству трудовых ресурсов, развитие которых недостаточно развито. Именно в вопросах повышения качества трудовых ресурсов важна профориентация с ранних лет, и получением человеком максимальных возможностей для раскрытия и реализации потенциала.

Внутренняя и внешняя профориентация

Существует также внешняя и внутренняя профориентация. Внешняя профориентация это, прежде всего, информирования о возможностях, выявление потребностей и способностей человека, развитие потенциальных навыков и умений, накопление опыта, выбор направления обучения. В выборе будущей профессии оказывает влияние все, что окружает человека: друзья, интересы, родители, выбор профиля школы, дальнейший выбор образования или работы.

Внутренняя профессиональная ориентация — это деятельность, по введению новых работников в курс их новых задач на новом месте работы, по ознакомлению их с руководителями и рабочими группами. Данный термин обычно используется при описании периода вхождения работника в должность. Такой работой, как правило, занимается отдельное лицо в небольшой компании, в крупных: отделы кадров, отдел обучения, или HR специалисты.

Если руководство заинтересовано в успехе работника на новом рабочем месте, оно должно всегда помнить, что любая организация — это, прежде всего общественная система, а каждый работник — это личность. Когда новый человек приходит в организацию, он приносит с собой ранее приобретенные опыт и взгляды, ко-

торые могут вписаться или не вписаться в новые рамки организационной культуры. Попадая на новое место работы, человек часто чувствует себя одиноко и дискомфортно. Требуется время, прежде чем новичок научится ориентироваться на работе, а выстроенная программа внутренней ориентации может помочь сэкономить время. Первые несколько дней являются решающими в направлении соискателя на верный путь, выявление его ожиданий и потребностей, и зависит от ориентированности на социализацию новых сотрудников и корпоративной политики компании.

Для понимания процессов социализации, а также ряд происходящих современных тенденций, стоит обозначить, что проблематика и вопросы профориентации не являются новыми, и интересуют любые государства и общественные системы в любой период истории. Рациональное и эффективное управление ресурсами, производствами и производящей эффективностью является не прихотью, а необходимостью.

Исторические примеры традиций профориентации

Из истории также известны примеры профессиональной ориентации, практиковавшиеся испокон веков. В истории интеграция образования, заключалась в умении «показать и научить» через практику. Таким образом, техники инклюзивного образования (погружения в профессию) известны давно. Так знания передавались внутри семей, родов, или каст и постоянно совершенствовались и держались в строжайшем секрете. Существовала как преемственность традиции, так и преемственность знания и профессиональной деятельности. Такая преемственность носила как рациональный характер для выживания рода, специализировавшегося на уникальной профессии или продукте, чтобы не было конкуренции и аналогов, так и закреплялась различными традициями, верованиями, культурой, которые обосновывали такой порядок. Переходы же из профессии в профессию были единичны, и очень осознаны, так как порвав с своей профессией прерывались отношения с семьей, родом или кастой (в зависимости от общественно-государственного устройства). Такой осознанный и решительный шаг, также приносил плоды, потому что человек знал или он добьется успеха в новой профессии, или его постигнет полный провал, но вернуться в семью было уже нельзя. Таким образом, передавая и усваивая технологии, они совершенствовались, это можно назвать современным словом «узкопрофессиональная специализация». Это можно также назвать и профессиональной ориентацией (профориентацией), т.к. человек практически с рождения знал, чем будет заниматься всю жизнь. Также общественная система и наличие различных профессий являются отражением масштаба системы. В первобытных обществах имели место: вождь (управление), охотник (добыча пропитания и охрана), собиратель (пропитание), шаман (как правило, духовный лидер и лекарь). Таким образом, небольшой масштаб первобытнообщинных групп,

дает не сложное с организационной точки зрения общества, с другой: небольшое количество социальных ролей, и соответственно профессий. Развитие общества, государства и личности приводит к усложнению и разнообразию социальных ролей, а также появление новых продуктов и услуг, что требует высококвалифицированные кадры.

Конечно, стоит признать роль прогресса, изменение технологической базы и информационных технологий, и возможность человека более свободно и мобильно выбирать профессию и искать себя, с максимальной эффективностью. Роль профориентации оценена и применяется как в странах Запада, так и Востока, с учетом национальных и исторических традиций и культур. На Западе в форме узкоспециализированных институтов, колледжей, с предварительной и постоянной системой тестирований. На Востоке, где сохраняется преемственность традиций, знаний и профессия передается из поколения в поколение (Индия) [3] или человек работает всю жизнь в одном коллективе в рамках корпорация и корпоративных связей (Япония) [4] и стремится достичь максимального уровня своей профессиональной компетенции с дальнейшей передачей в рамках корпорации: т.е. возникает преемственность профессиональных навыков, их накопление и совершенствование.

Профориентация была известна как на Руси: ремесленные рода, ремесленные мастерские, передача знаний «от отца к сыну» и закреплялась традициями, также профориентация была известна и в Российской империи. В России первые службы по «приисканию» работы появились в 1897 г. Это были «Городские посреднические бюро» Москвы, в которых можно было получить бесплатное указание работы. Несколько позднее подобные бюро, биржи труда были созданы практически во всех крупных промышленных центрах страны: Петербурге, Риге, Вильно, Уфе, Самаре, Тобольске, Томске и др. В годы первой мировой войны в России биржи труда получили статус государственных организаций. На этой организационной основе появилась возможность проведения работы по оказанию помощи в выборе профессии и «приискании труда» для подростков.

В работе, автор которой пожелал скрыться за псевдонимом «Кающийся энциклопедист» (1900), отмечено, что в дореформенной России вопрос о выборе профессии по настоящему волновал лишь молодежь из разночинцев, тогда как дворянские дети об этом серьезно не думали, ибо они могли в любой момент оставить традиционную для них службу (военную, государственную) и жить за счет имений. Исходя из этого, автор выделил четыре типичных варианта выбора:

1. согласно семейным традициям (что было распространено в тогдашней патриархальной России);
2. случайный, необдуманный выбор;
3. выбор по призванию;
4. выбор по расчету. [20]

Тенденции по профориентации в России совпадают с общемировыми тенденциями. Так В 1903 г в г. Страсбурге (Франция) и в 1908 г. в г. Бостоне (США)

начали работу первые профориентационные службы. Их работа основывалась на «трехфакторной модели» Парсонса, т.е. была научно обоснованной. Именно поэтому моментом научного рождения профориентации принято считать начало XX века.

В СССР профориентация строилась исходя из возможностей человека, потребностей самореализации, потребностей общества и уровня образования. Возможно имеют расхождение теории и практики такой модели, но к её реализации стремились на государственном уровне. Если образование техническое — значит, человек шел дальше по технической профессии с четким планом дальнейшего развития, повышением квалификации, и дальнейшим карьерным ростом в зависимости от достижений. Т.е. образование определяло профессию и деятельность. Человек знал, куда идет работать, что делать, а на производстве лишь оттачивал навыки. Это давало возможность государству планировать и управлять процессами производствами через квоты образования. Для человека же это была уверенность в завтрашнем дне, сокращение времени на социализацию к производству, сокращение времени на поиск работы. Тем самым это давало возможность планировать семью, будущее, и иметь более устойчивое психологическое состояние. [21]

На данный момент образование, профориентация, трудоустройство подчинено спросу и предложению. Происходит отмирание старых и появление новых профессий. Большая часть деятельности кадровых агентств выстраивается на собственных методиках, или сводится к получению данных от соискателя и передача работодателю, т.е. человек не получает в рамках профориентации в кадровых агентствах новых навыков и умений. Таким образом, система образования, стажировок, практики, дальнейшего трудоустройства — процессы крайне хаотичны. Любые кризисные явления лишь разогревают и ухудшают ситуацию с рынком труда и трудоустройством человека.

Существенным тормозом развития профориентации является то, что она, как правило, рассчитана на некоторого усредненного ученика; отсутствует индивидуальный, дифференцированный подход к личности выбирающего профессию; используются в основном словесные, декларативные методы, без предоставления возможности каждому попробовать себя в различных видах деятельности, в том числе и в избираемой. Многие города и районы не обеспечены текущей информацией о потребностях в кадрах; слабо осуществляется подготовка квалифицированных специалистов — профориентаторов [22]

Не смотря на это существует большой набор тестов определения, предрасположенностей, навыков полученных и потенциальных: для того что бы человек максимально эффективно мог себя проявить.

Наиболее подходящим вариантом системного решения вопросов профориентации, по мнению ряда экспертов, является тестирование в школе на самоопределение. Такой подход разделяет и государство [5]. Где на протяжении обучения можно проводить ежегодные тестирования, от-

слеживать динамику навыков, интересов, желаний учащегося. Это требует также новых навыков, стандартов тестирования, стандарта образования профориентатора. Также необходимо объединять теорию, передовую практику, и передовые технологии в один органичный продукт, который приносит результат. Если характер тестирования будет носить, лишь бюрократический, декларативный характер, тем самым ситуацию можно лишь усугубить.

Человек после школы выбирает для себя место будущего образования или работы. Выбор этот зависит от многих как первостепенных так и второстепенных факторов: стереотипы, обстоятельства, экономическая ситуация как таковая, от части желания самого ребенка. Как правило, единицы родителей учитывают желания ребенка, а учитывают текущую ситуацию, а не последствия дальнейшего выбора, тем самым подавляя потенциал ребенка и его желания, делают выбор за него. Так, ранее был целый бум на юристов и экономистов: родители наблюдали красивые «картинки» в фильмах, сериалах, новостных передачах о том, что это высокооплачиваемые и востребованные профессии. В итоге рынок насыщался такими профессиями долгое время, а выпускники не могут найти работу, а если и находят, то в других областях [6]. К тому же стоит отметить негативные тенденции формальности образования, как со стороны студентов, так и преподавателей, а выбор вуза строиться на основании его имиджа [7]. Многие хотят получить диплом ради диплома, потому что это увеличивает возможности соискателя, хотя бы на стадии отсеивания, где требуется высшее образование. При этом требования работодателей также не обосновано завышены. На большинстве вакансий в практической области не требуется диплом, навыки и опыт, полученный по образовательным программам вузов, однако запрашивается, и является поводом для отказа в трудоустройстве. Отсутствует ориентированность на получение навыков и практических знаний для студентов. А ряд студентов, поступая в высшие учебные заведения, понимают? что «хотели не этого», но обучаются уже до конца. Тема является актуальной и на федеральной повестке, обсуждаемая как в высших эшелонах власти [8], так и самой молодежью [9]. К тому же характер высшего образования остается классическим и академическим: носит монументальный характер, обязательное доскональное знания теории, которая уже не применяется, но при этом не происходит закрепления навыков на практике. Полученную теоретическую базу невозможно отработать как таковую («Идеальные теории») на практике. Таким образом, мы получаем человека с завышенными ожиданиями, т.к. образование высшее, а конкуренция на трудовые вакансии большая, т.к. фактически многие его получили за деньги, а не за счет бюджетных квот.

Замкнутое кольцо «ожиданий — требований»

Работодателю нужен молодой человек, без детей, не женатый, с опытом работы 3–5 лет, с несколькими выс-

шими образованиями на стартовые позиции, с минимальной заработанной платой — это рациональное поведение в бизнес процессах — свести затраты к минимуму.

Соискатель ищет работу с дипломом, максимально оплачиваемую, не имея опыта, с завышенными ожиданиями по отношению к себе и своему труду, и желанием заниматься, чем хочет. Получается, что работодатель не может найти такого человека, так как не может удовлетворить завышенные требования соискателя. Соискатель не идет на такую работу, так как это не оправдывает ожидания после получения диплома. Таким образом, человек не работает по специальности. Предприятие работает не эффективно и не на полную мощность, даже если потребность в кадрах имеется. В итоге работодатель набирает всех желающих на своих условиях, по непрофильному образованию и обучает с самого начала. Соискатель идет также не по профессиональному пути своей квалификации, и также начинает всё с нуля [10]. Таким образом, молодой выпускник не может найти работу, и применить свои навыки с высшего учебного заведения, который порой остаются теоретическим. Такая ситуация носит системный и комплексный характер, и негативна как для выпускников вызов, так и для работодателей, так и государства. Такую тему также поднимали еще в 2007 году на федеральной повестке, в рамках встречи В. В. Путина [11] и В. В. Володина. [12]

Профориентация на данном этапе общественного развития только набирает обороты, такие центры уже появляются [13], однако такие тенденции носят достаточно хаотичный и бессистемный характер, если рассматривать с точки зрения общества, государства, правовой системы в целом. Также стоит отметить тенденцию совмещение интернет технологий (тестирование, основные вопросы по трудоустройству и законодательству, советы) и реальных мероприятий. [14]

Если рассматривать современную теоретическую базу профориентации, можно отметить «что интеллект представляет собой не «вещь», не некое устройство, находящееся в голове, а «потенциал, наличие которого позволяет индивидууму использовать формы мышления, адекватные конкретным типам контекста» Так, еще в 1991 году Говард Гарднер отмечает, установил, что существует 8 типов интеллекта. Современная система образования делает упор на развитие двух из них, поэтому некоторые школьники остаются неуспешными и не могут впоследствии найти себя. Также существует «теория желудка», идея которой заключается в том, что природа заложила в каждого определенный потенциал. Понять предрасположенность детей, чтобы в будущем они могли успешно реализоваться, более эффективно, если определить их тип интеллекта. Рассмотрим обзорно 8 типов интеллекта по Говарду Гарднеру [23]. Лингвистический: проявляется в любви к слову — письменному или устному. Подходящие профессии: писатель, сценарист, драматург, журналист, политик, корректор, переводчик. Логико-математический: предрасположенность

к числам и цифрам. Проявляют способности к анализу и синтезу, легко устанавливают причинно-следственные связи, стремятся к систематизации и порядку, легко оперируют абстракциями. Профессии: математик, бухгалтер, программист, аналитик, ученый, детектив, логист, медик. Визуально-пространственный: развито воображение, высокий навык рисовать. Профессии: все типы дизайнеров, архитектор, художник, мультипликатор, инженер, изобретатель, скульптор. Телесно-кинестетический. Для этого типа тело — основной инструмент самовыражения. Профессии: актер, танцор, спортсмен, цирковой артист, клоун, инструктор по спорту, хирург, механик, скульптор, фотомодель. Музыкальный: развито чувство ритма, обладают хорошим слухом, тянутся к музыкальным инструментам. Профессии: музыкант-исполнитель, композитор, дирижер, оперный певец, диджей, звукооператор, музыкальный критик, радиоведущий, музыкальный редактор. Натуралистический. Такие школьники тянутся ко всему живому, природа и животные — это их стихии. Профессии: эколог, ветеринар, геолог, исследователь морского дна, сейсмолог, археолог, генетик, лесник, фермер. Экзистенциальный. С детства отличаются высокой степенью осознанности, понимают свои чувства и могут управлять ими. Интересуются духовными учениями и трудами философов. Профессии: психолог, психиатр, профессор и преподаватель философии, аналитик, агитатор, политик. Межличностный: коммуникаторы, быстро устанавливают контакт с окружающими, активно в общении используют: яркие слова, жесты, тело, рисунки. Профессии: политик, педагог, оратор, переговорщик, дипломат, менеджер, директор, бизнес-тренер.

Существуют различные подходы в определении предрасположенности и дальнейшей реализации потенциала. Можно сделать вывод, что человек обретая себя, приносит пользу обществу больше, и работает эффективнее для себя. Максимальная эффективность достигается системностью профориентационных мероприятий, раннем обнаружении способностей, и возможности их раскрыть и реализовать у ребенка, и в дальнейшей жизни.

Не правильная система профессиональной ориентации приводят к тому, что человек работает не эффективно, подвержен внутренним стрессам и депрессиям, вследствие чего ухудшается психофизическое состояние. Отсутствие профориентации приводит к потере времени на «поиск себя», которое могло бы быть потрачено в другой области с большей эффективностью, что выгодно человеку, обществу, государству. Таким образом, происходит растрата человеческого потенциала, которые при грамотной ориентации, системе образования, реализации и самореализации могли бы приводить к большим результатам, и быстрее в различных областях: спорте, науке, культуре, обществе и т.д.

Если взять роль некоммерческих организаций в процессах профориентации и государства то можно отметить, лишь информативный характер мероприятий. Реализуемая в предыдущее годы молодежная политика была во

многим направлена на поддержание позитивных форм досуга, развитие организационной свободы общественных объединений, коррекцию девиантного поведения. В большинстве случаев это информирование о здоровом образе жизни и профилактике рискованного поведения. Как правило, данные программы ограничиваются только информированием, не используют эмоциональное воздействие на подростков и молодежь для повышения уровня мотивации на здоровый образ жизни и привитие ответственного отношения к своему здоровью.

С другой стороны, имеет место также нарастающая тенденция инклюзивных школ как элемента профориентации. Когда рассматривается практический пример различных компаний и организаций, подростки и студенты имеют возможность познакомиться с процессами внутри предприятий, компаний или агентств, а также напрямую получить информацию от сотрудников в рамках обзорных мероприятий [15]

Смена ориентиров на примере Атласа профессий

Не смотря на то что профориентация не выстроена на текущий момент как целостная государственная система составляющая политическую и общественную стратегию направленную на раскрытие и реализацию потенциала, стоит отметить что такие попытки начинают быть. Об успехах и системе подачи информации судить рано, но такие разработки уже есть. Так, Агентство стратегических инициатив по поддержке проектов (АСИ) в наблюдательном совете которого находится президент РФ В.В. Путин, представила Атлас профессий будущего, которые будут востребованы, по мнению экспертов и аналитиков. Такие данные являются публично-доступными с 17 февраля 2014 года [16].

Экспресс образование

Экспресс образование играет важную роль в возможности получить навыки, опыт и компетенцию с необходимой теоретической базой для дальнейшей работы. К примеру, такие центры проводят курсы, обучающие программы, обзорные экскурсии, семинары, решают кейсы из реальных рабочих ситуаций. Курсы такого типа длятся от 1 месяца до 1 года [17]. Стоит отметить, что курсы ведут как правило, практики, передавая действующий опыт. Также на базе таких центров формируются площадки прямого взаимодействия работодатель — соискатель. Т. е. на обучения приходят соискатели по определенному, интересному им направлению, а обучение проводят работодатели по необходимым для них требованиям и критериям. Таким образом, человек в короткие сроки может получить специализированное профильное образование и устроиться на работу, не теряя время на получение высшего образования. Также по итогам таких курсов выдаются сертификаты, и если учебные центры имеют образовательную аккредитацию, такой сертификат цениться

среди всего ряда работодателей по линии схожих профессии [18]. В рамках таких центров решается целый социально-значимых задач, не заметный на первый взгляд:

1. Соискатель получает только необходимую информацию с практическим опытом.
2. Соискатель более уверен в том, куда он пойдет работать.
3. Работодатель видит соискателя или уровень подготовки по сертификатам после обучения, и может отобрать кадры с максимальной эффективностью для себя и производства (что ведет к развитию предприятия и росту экономики как таковой).
4. Экономия времени как соискателя, так и работодателя.
5. Адекватная оценка требований и ожиданий, так как соискатель показывает себя в рамках обучения, а работодатель видит показатели этого обучения и может выбрать подходящие кадры.

Стоит отметить что курсы в различных учебных центрах представлены абсолютно разные: бухгалтерия, профессиональная охрана, кондитеры, ИТ специалисты, сварщики и т.д.: т.е. профессии как производящие продукцию, так и создающие услуги, что крайне важно для экономического развития.

По итогам работы, можно сделать следующие выводы:

1. На ситуацию с обеспечением человеческими ресурсами реального сектора экономики и бюджетной сферы оказывают влияние не только экономические, демографические и образовательные факторы, но и профессиональное самоопределение граждан, как базовый элемент формирования и реализации трудового потенциала населения в целом.

2. Профориентация имеет глубокие исторические корни, подвержена изменениям и адаптации, имеет свою специфику в зависимости от истории и культуры. Адаптируется также к современным технологиям, повышая эффективность мероприятия по определению предрасположенности человека к различным видам деятельности.

3. Профориентация является составляющей частью «трудового капитала» государства, основой развития и конкурентоспособности государства.

4. Профориентация является не прихотью, а необходимостью государственной политики по причине комплексного эффекта на личность, эффективность и качество труда, здоровое развитие общества, развитие конкурентных преимуществ и навыков населения.

Среди проблематики профориентации можно выделить:

1. Отсутствие практической части в области высшего и средне — специального образования, отсутствие целостности закрепления полученных теоретических знаний;
2. Формальное отношение к образованию;
3. Отсутствие законодательной базы;
4. Отсутствие целостной системы профориентации и её механизмов на общегосударственном уровне;

5. Недооцененность профориентации с точки зрения влияния государственной политики, экономических, социальных процессов;

6. Хаотичность и несогласованность имеющихся процессов: образования, трудоустройства, профориентации.

Возможные механизмы улучшения профессиональной ориентации и её эффективности:

1. Совершенствование законодательной базы;

2. Развитие инфраструктуры для профориентации и самореализации населения;

3. Использование действующей инфраструктуры для внедрения профориентации и апробации её эффекта на базе бизнес инкубаторов, центров инноваций социальной сферы, центров социальной защиты, ресурсных центров НКО, центров занятости населения;

4. Совершенствование образовательных стандартов основного и дополнительного образования, высшего и среднего специального образования, с применением лучших образовательных и профориентационных практик;

5. Создание профориентационных стандартов для определения потенциала человека, подбор максимально подходящей профессии исходя из предрасположенностей, необходимые как для раскрытия лучших личных и трудовых качеств, повышения качества жизни, развитие здоровой и качественной конкуренции рынка труда.

В итоге продуктом внедрения профориентации можно выделить комплексно следующий ряд потенциальных изменений:

— Для государства: повышение качества трудовых ресурсов, развитие экономической сферы, повышение конкурентных преимуществ на международной арене.

— Для экономики: с экономической точки зрения система сопровождения профессионального самоопределения должна оказывать существенное влияние на ра-

циональное распределение трудовых ресурсов, выбор жизненного пути молодежью, успешную профессионально-трудовую адаптацию. Также стоит отметить, что грамотная профориентация и анализ перспективных сфер, дает возможность снизить безработицу, что экономит бюджетные средства. В отношении бюджета высокооплачиваемые специалисты, выполняющие качественно работу, получающие большое денежное вознаграждения, увеличивают налоговые поступления. Суммарный положительный эффект от профориентационных мероприятий и правильно выстроенной модели может достигать до 1,6 трлн. руб. [19]

Для человека: выбор профессии исходя из своих желаний, с адекватным денежным вознаграждением, развитии гармоничной личности, и саморазвитием, является благом для всех элементов общества: социальных институтов, государства, экономики, развития личности.

Выводом исследования в таком случаи, можно обозначить, что построение системы профориентации требует осмысления как научным сообществом, так обществом и государством. Профориентацию нельзя пускать на самотек, так как процесс требует четкой и тонкой отладки, с понятными правилами, но необходим со школы и в дальнейшей жизненной стратегии человека. Необходимо постепенно готовиться к изменениям и воспринимать их, быть в рамках тенденции сейчас, но знать? что будет потом. Профориентация может стать точкой роста развития всех институтов государства и общества. Эта стратегическая задача будет достигнута при активном взаимодействии государственной власти, органов местного самоуправления, высшей школы, бизнес — сообщества и общественных организаций в рамках использования модели корпоративного партнерства создания социально значимых консорциумов в рамках связки общественность — государство — высшая школа — бизнес, с учетом интересов всех участников.

Литература:

1. Официальный сайт: Интернет-проект «Корпоративный менеджмент» <http://www.cfin.ru/> [Электронный ресурс]
2. Официальный сайт: Центр Гуманитарных технологий <http://gtmarket.ru/> [Электронный ресурс]
3. Официальный сайт: Информационно-аналитический журнал «Эксперт» <http://expert.ru/> [Электронный ресурс]
4. Официальный сайт: информационно-аналитический портал «Экономический портал» <http://economicportal.ru/index.html> [Электронный ресурс]
5. Официальный сайт: официальный сайт Министерства труда и социального развития Российской Федерации <http://www.rosmintrud.ru/> [Электронный ресурс]
6. Официальный сайт: информационно-аналитическое интернет издание «Газета.ру» <http://www.gazeta.ru/> [Электронный ресурс]
7. Официальный сайт: Всероссийский центр изучения общественного мнения <http://wciom.ru/> [Электронный ресурс] в тексте http://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2011/2011-12-14-obrazovanie.pdf [документ с электронным доступом]
8. Официальный сайт: сайт Президента Российской Федерации <http://kremlin.ru/> [Электронный ресурс]
9. Официальный сайт: Официальный сайт Молодежного Парламента при государственной думе федерального собрания Российской Федерации <http://mprf.ru/> [Электронный ресурс]
10. Официальный сайт: информационный портал издания «Тверская жизнь» <http://www.tverlife.ru/> [Электронный ресурс]
11. Официальный сайт: информационный портал издания «СарИнформ» <http://www.sarinform.ru/> [Электронный ресурс]

12. Официальный сайт: Электронное издание «Наука и технологии России» <http://strf.ru/> [Электронный ресурс]
13. Официальный сайт: центр тестирования и развития «Гуманитарные технологии» <http://www.profoorientator.ru/> [Электронный ресурс]
14. Официальный сайт: Профорентация и карьера для молодежи — Образовательная Интернет сеть «Траектория успеха» <http://школа-профорентация.рф/> [Электронный ресурс]
15. Официальный сайт: Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации <http://www.ranepa.ru/> [Электронный ресурс]
16. Официальный сайт: Агентство Стратегических инициатив (АСИ) <https://asi.ru/> [Электронный ресурс]
17. Официальный сайт: Cisco Systems, Inc. В русскоязычном доступе: http://www.cisco.com/c/ru_ru/index.html [Электронный ресурс]
18. Официальный сайт: учебный центр «Трайтек» <http://tritec-education.ru/> [Электронный ресурс]
19. Официальный сайт: Общественная палата Российской Федерации <https://www.oprf.ru/> [Электронный ресурс]
20. Официальный сайт: Н. С. Пряжников, Е. Ю. Пряжникова «Психология труда»: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / — 5-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. — 480 с. [Электронный доступ: <http://psychlib.ru/mgppu/PPT-2009/PPT-478.htm>]
21. Официальный сайт: Климов Е. А., Носкова О. Г. «История психологии труда в России». М.: МГУ, 1992. 221 с.
22. Официальный сайт: Пиликян К. Г. «Консультирование по профессиональной ориентации: вчера, сегодня, завтра» // Инновационные проекты и программы в образовании — 2009. — вып. № 1.
23. Официальный сайт: Гарднер Г. Структура разума: теория множественного интеллекта / Г. Гарднер; [пер. с англ. А. Н. Свирид]. — М. [и др.]: Вильямс, 2007.

Применение VBM-подхода к управлению финансами организации

Михайлина Алёна Олеговна, магистрант
 Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Ситуационный менеджмент постепенно уходит в прошлое, в последнее время все чаще возникает необходимость в применении стратегических инструментов управления. Одним из таких инструментов является Value Based Management (VBM) — это подход к управлению организацией, ориентированный на повышение стоимости компании. В статье рассматриваются особенности применения VBM-подхода к управлению финансами организации.

Ключевые слова: Value Based Management (VBM), VBM-подход, изменение стоимости компании, корпоративное управление, методы стратегического управления, система сбалансированных показателей, стоимостной подход, стоимость компании, стратегическое управление, управление на основе стоимости, финансовая стратегия, финансовый анализ.

Развитие науки и усложнение экономических связей и отношений между субъектами экономических систем привели к появлению нового подхода к корпоративному стратегическому управлению — Value Based Management (VBM) — стоимостно-ориентированный менеджмент. Формирование основ этого подхода относится к восьмидесятым годам прошлого века. 12 августа 1981 года Джек Уэлч, недавно назначенный исполнительным директором «General Electric» выступил с докладом на конференции в Нью-Йорке. Этот доклад «Growing fast in a slow-growth economy» — «Быстрый рост в медленно растущей экономике» [2] можно считать началом формирования стоимостно-ориентированного менеджмента как нового подхода к корпоративному управлению.

Следуя сформулированным принципам нацеленности менеджмента на увеличение стоимости компании как главного критерия оценки эффективности управления, Джек Уэлч добился отличных результатов. За время работы

Джека Уэлча в должности исполнительного директора «General Electric» с 1981 по 2001 год, стоимость компании увеличилась на 4000% [10]. Казалось бы, это можно считать практическим подтверждением правильности выдвинутой гипотезы. Кроме того, ученые-экономисты и бизнесмены-практики по всему миру развивали сформулированные Уэлчем критерии эффективности корпоративного управления. За прошедшие 35 лет стоимостно-ориентированный менеджмент вырос из подхода к корпоративному стратегическому управлению в отдельную концепцию управления организацией. Но в 2009 году, в разгар мирового финансового кризиса, Джек Уэлч в своем интервью Financial Times сказал: «Calling a focus on shareholder quarterly profit and share price gains the dumbest idea in the world» — «Акцент на квартальной прибыли акционеров и цене акций — самая глупая идея в мире» [12].

Затем, Уэлч неоднократно опровергал это свое высказывание, утверждая, что оно было вырвано из контекста.

Тем не менее, сегодня стоимостно — ориентированный менеджмент (VBM) по праву считается одной из перспективных концепций управления. К достоинствам VBM по сравнению с другими концепциями можно следующие качества:

- Однозначность понимания результатов сотрудниками и акционерами компании;
- Измеримость результатов;
- Возможность проверить достижимость поставленных целей;
- Возможность понять актуальность решаемых менеджерами задач;
- Измеримость во времени.

Современная фирма (организация) представляет собой систему, состоящую из взаимосвязанных компонентов, эффективность деятельности которой зависит как от внутренней координации, так и от эффективности взаимодействия с внешней средой. Эффективность внутренней координации первую очередь зависит от понимания мотивов тех или иных действий сотрудников внутри фирмы (горизонтальные связи), а также от понимания и разделения мотивов руководства при постановке задач подчиненным (вертикальные связи). При взаимодействии фирмы с внешней средой далеко не последнюю роль играет понимание между взаимодействующими сторонами. Такое понимание легче достигается, когда представители взаимодействующих сторон знают и одинаково воспринимают критерии оценки действий (своих и оппонента). Концепция стоимостно — ориентированного менеджмента предлагает в качестве единого и всем понятного, можно даже сказать универсального, критерия оценки — увеличение стоимости компании.

При проведении комплексного анализа деятельности фирмы (организации) принято уделять много внимания финансовой составляющей деятельности. Действительно, от эффективного управления финансами фирмы во многом зависит не только ее стратегический успех, но и достижение (или не достижение) своих целей всеми группами заинтересованных сторон: сотрудников, акционеров, потребителей, поставщиков, конкурентов, кредиторов государства. Особенности применения стоимостного подхода к управлению финансами организации посвящена эта работа.

Можно ли применить стоимостный подход не к организации в целом, а к ее функциональному подразделению? Какими должны быть показатели стоимостного подхода при управлении финансами организации? На эти вопросы мы постараемся ответить в настоящей работе.

Применимость стоимостного подхода к управлению финансами организации

Необходимо отметить, что VBM сильно отличается от систем планирования ресурсов, разработанных в 1960-е годы. Классический подход к планированию рассматривал персонал организации как трудовой ре-

сурс, призванный методично, изо дня в день выполнять свои трудовые обязанности (выполнять функции). VBM фокусируется на способе принятия управленческих решений на всех уровнях организации, с целью выработать лучшее. Подход VBM признает, что сверху вниз структуры командно-контроля не могут хорошо работать, особенно в крупных многопрофильных корпорациях. Вместо этого, VBM призывает руководителей принимать решения на основе значений показателей эффективности, для принятия более эффективных решений. Концепция управления стоимостью организации, предусматривает создание системы оценки результатов деятельности на основе стоимости и координацию по этому интегрированному показателю работу всех подразделений организации.

Управление на основе критерия стоимости охватывает разные ветви менеджмента, каждая из которых выполняет свою функцию по увеличению стоимости компании. В то же время, финансовая составляющая менеджмента в рамках стоимостного управления, начинает играть более значительную роль, проявляющуюся в том, что обоснование всех управленческих решений переводится на новый единый «финансовый» стандарт мышления с традиционно называемого «бухгалтерского». Различия данных стандартов носят принципиальный характер, осмысление которых позволит правильно выстроить информационную поддержку принятия управленческих решений в рамках стоимостного управления.

Стоимостно-ориентированный анализ (Value Based Analysis, VBA) — это процесс исследования стоимости и стоимостно-ориентированными результатами деятельности бизнеса [4, с. 120]. Рассмотрим особенности работы VBM при управлении финансами организации. При планировании и контроле за финансовыми потоками организации, менеджеры должны подготовить информацию, чтобы определить количество и сравнить стоимость альтернативных стратегий. На этом этапе внедряя VBM мы стимулируем менеджеров выбрать стратегию максимизации стоимости компании. Такой стимул создается исходя из конкретных финансовых целей, поставленных высшим руководством, путем оценки и компенсации системы, основанной на создании ценности, и, самое главное, в процессе обзора альтернативных стратегии между менеджером и начальством. Кроме того, собственная оценка менеджера будет основываться на долгосрочных и краткосрочных целях, которые должны совмещаться на пути к достижению общей цели организации — увеличения стоимости. Управление на основе стоимости призвано создать в организации синергетический эффект, когда цели отдельных сотрудников подчиняются цели организации. Взятые вместе, они могут иметь большое и устойчивое воздействие на конкурентные преимущества организации в целом, создавая в процессе деятельности организации набор уникальных ресурсов. Планирование бизнес-процессов в организации применяющей VBM-подход могут и должны поощрять руководителей и сотрудников вести себя таким образом, что максимизирует ценность орга-

низации. Планирование, установления целевых показателей, оценки эффективности работы, а также системы стимулирования эффективно работают, когда они тесно связаны с созданием увеличением стоимости компании.

Цели также должны быть адаптированы к различным уровням внутри организации. Для руководителя бизнес-единицы, целью может быть достижение выбранного набора показателей. Цель функционального менеджера может быть выражена с точки зрения качества обслуживания клиентов и/или их количества, доли рынка, производительности и т.п. Подход VBM подразумевает постановку целей на всех уровнях организационной структуры, подчиненных главной цели организации — увеличению стоимости компании.

Таким образом, мы приходим к выводу, что применение стоимостного подхода к управлению финансами организации не только возможно, но и необходимо при переходе организации на новый уровень управления — управления на основе стоимостных показателей.

Показатели стоимостного подхода при управлении финансами организации

Важной составляющей VBM-подхода является определение ключевых факторов, влияющих на изменение стоимости компании. Невозможно построить понятную всем заинтересованным сторонам систему оценки эффективности работы, основываясь только на стоимости компании. Для описания всей логической цепочки связи между результатами работы каждого подразделения организации и каждого сотрудника этих подразделений необходимо определить модель, в рамках которой можно было бы проследить влияние, которое оказывает результат работы каждого подразделения на общий результат работы компании.

Прежде чем рассматривать показатели, которые могут быть выбраны в качестве ключевых факторов, влияющих на изменение стоимости компании, рассмотрим существующие концепции в отношении оценки результатов деятельности компании. Проанализировав ряд современных работ, посвященных моделям VBM, мы выявили несколько концепций оценки результатов деятельности компании. Для удобства, объединим их в три большие группы по источнику анализируемых данных (таблица 1).

Теперь нужно определиться, что мы понимаем под термином «управление финансами организации». Существует несколько определений этого термина, так широко употребляемого в научной, практической и публицистической литературе. Общее среди определений термина «управление финансами» одно — большинство определяют управление финансами как процесс. Следовательно, должна наблюдаться причинно-следственная связь между изменением состояния предмета изучения и факторов, воздействующих на этот предмет. Другими словами, нам необходимо выявить зависимость между принимаемыми управленческими решениями, касающиеся финансов ор-

ганизации (для простоты будем называть их финансовыми решениями) и изменением ключевых факторов стоимости компании. Таким образом, мы найдем зависимость между финансовыми решениями, принимаемыми организацией и изменением стоимости компании.

Чтобы понять, как именно воздействуют принимаемые финансовые решения на изменение стоимости компании, рассмотрим составляющие коэффициентов, выбранных нами в качестве ключевых факторов изменения стоимости компании. Например, высокий показатель добавленной рыночной стоимости говорит о том, что ожидаемые высокие результаты создания стоимости найдут свое отражение в более высокой рыночной стоимостью компании. В таблице 2 приведены составляющие ключевых факторов изменения стоимости компании, а также сделана оценка степени влияния каждого из составляющих на главный показатель, применяемый в VBM-подходе — изменение стоимости компании. С целью детализации финансовые решения, принимаемые организацией, были разбиты на три блока (в соответствии с принципами финансового анализа):

– *Операционные финансовые решения* — решения, касающиеся основной деятельности компании и влияющие на размер доходов и расходов компании;

– *Инвестиционные финансовые решения* — решения, касающиеся инвестиционной деятельности компании и влияющие на размер активов и пассивов компании;

– *Финансовые решения* — решения, касающиеся непосредственно финансов компании и связанные с привлечением кредитного капитала, размером выплачиваемых дивидендов, выкупом собственных акций.

Из таблицы 2 видно, что принимаемые организацией финансовые решения оказывают сильное влияние только на два ключевых фактора: ROIC и Free Cash Flow. Действительно, влияние принимаемых финансовых решений на рентабельность и свободный денежный поток определяется тем инструментарием, которым располагают финансисты компаний. В то время как на остальные ключевые факторы организации основное влияние оказывают маркетинговые, технологические и организационные решения, либо ключевые факторы определены фондовым рынком через цену акций компании.

Актуальность VBM-подхода подтверждается применением такого показателя как «Капитализация» в качестве индикатора при ранжировании компаний в различных рейтингах. Так, например, международное деловое издание «The Financial Times» [12] ежегодно публикует рейтинг FT500™, в котором представлены 500 крупнейших компаний мира по уровню капитализации. В таблице 3, приведен рейтинг FT500™ за 2015 год. Сам расчет производится следующим образом: стоимость одной акции компании умножается на суммарное количество выпущенных ею ценных бумаг.

Все рассмотренные ключевые факторы способны отразить влияние управленческих решений на изменение

стоимости компании. Однако, не все управленческие решения влияют одинаково влияют на ключевые факторы. Идя от общего к частному, т.е. последовательно разбивая предмет изучения на составляющие и изучая их, мы пришли к выводу, что влияние управленческих решений, связанных с финансами организации оказывают сильное влияние только на два из семи исследованных ключевых фактора, а на остальные имеют либо умеренное влияние, либо не имеют его вовсе. Следовательно, при применении VBM-подхода в управлении финансами организации необходимо учитывать ограниченность ключевых факторов

изменения стоимости компании. Нельзя оценивать результаты работы финансового блока, используя ключевые факторы, на которые финансисты влиять не могут. И наоборот, сопоставив результаты работы людей, отвечающих за финансы в организации можно добиться ощутимого эффекта — максимизации ценности компании организации. Важно отметить, что во всех случаях ключевые факторы помогают измерить результаты деятельности компании, но не создают их. Поэтому нельзя переоценивать возможности VBM-подхода в управлении организацией.

Таблица 1. Концепции оценки результатов деятельности компании

№ пп	Содержание концепции	Используемые показатели	Ключевые факторы изменения стоимости	Формулы расчета ключевых факторов изменения стоимости	Источник данных для анализа
1	Традиционный подход (управление на основе данных бухгалтерского учета);	Балансовая прибыль; Де-нежные потоки;	ROIC — (Return on Invested Capital) — прибыль на инвестированный капитал; Свободный денежный поток (Free Cash Flow, FCF) — средства компании от ее операционной (основной) деятельности за вычетом налогов и инвестиций; NOPLAT — (Net Operating Profit less Adjusted Taxes) — чистая операционная прибыль за вычетом скорректированных налогов; EVA — (economic value added, EVA) — экономическая добавленная стоимость;	$ROIC = \frac{NOPLAT}{\text{Инвестированный капитал}}$ FCF = NOPLAT — Чистые инвестиции; NOPLAT = Доходы — расходы — скорректированный ¹ налог на прибыль; EVA = (ROIC — WACC) × IC ²	Данные бухгалтерского учета (внутренний источник)
2	Управление на основе рыночной стоимости компании;	Цены акций компании;	Капитализация — суммарная рыночная стоимость ее акций, котированных на рынке;	Капитализация = Рыночная стоимость акции * Количество акций, находящихся в обращении	Данные фондового рынка (внешний источник)
3	Комплексный подход;	Балансовая прибыль; Размер дивидендов; Цены акций компании;	MVA — (Market Value Added) — добавленная рыночная стоимость; SR — (Total Shareholder Return) — совокупная доходность акционеров	MVA = Капитализация — стоимость чистых активов $TSR = \frac{\text{Изменение цены акции за период} + \text{дивиденды}}{\text{Цена акции в начале периода}}$ * 100%	Комбинация внешних и внутренних источников

¹ Скорректированный налог на прибыль — расчетная сумма налога на прибыль, которую компания платила бы при отсутствии долгов, ценных бумаг и доходов, и расходов, не связанных с операционной деятельностью. Этот налог равен сумме налога на прибыль из отчета о прибылях и убытках, скорректированного на процентные платежи (поскольку они уменьшают налогооблагаемую базу по налогу на прибыль) и процентный доход (поскольку они увеличивают налогооблагаемую базу), а также на статьи, не относящиеся к операционной деятельности.

² IC — инвестированный капитал.

Таблица 2. Влияние финансовых решений на ключевые факторы изменения стоимости компании

Ключевые факторы изменения стоимости	Решения, принимаемые организацией	Влияние фин. решения на ключевой фактор	Изменение ключевого фактора	Изменение стоимости компании
Операционные финансовые решения				
ROIC	Решения, касающиеся основной деятельности компании и влияющие на размер доходов и расходов компании.	Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
Free Cash Flow		Умеренное	Растет / Падает	Растет / Падает
NOPLAT		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
EVA		Умеренное	Растет / Падает	Растет / Падает
Капитализация		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
MVA		Умеренное	Растет / Падает	Растет / Падает
TSR		Умеренное	Растет / Падает	Растет / Падает
Инвестиционные финансовые решения				
ROIC	Решения, касающиеся инвестиционной деятельности компании и влияющие на размер активов и пассивов компании;	Сильное в долгосрочном периоде	Растет / Падает	Растет / Падает
Free Cash Flow		Сильное	Растет / Падает	Растет / Падает
NOPLAT		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
EVA		Умеренное	Растет / Падает	Растет / Падает
Капитализация		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
MVA		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
TSR		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
Финансовые решения				
ROIC	Решения, касающиеся непосредственно финансов компании и связанные с привлечением кредитного капитала, размером выплачиваемых дивидендов, выкупом собственных акций.	Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
Free Cash Flow		Сильное	Растет / Падает	Растет / Падает
NOPLAT		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
EVA		Умеренное	Растет / Падает	Растет / Падает
Капитализация		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
MVA		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает
TSR		Слабое	Растет / Падает	Растет / Падает

Таблица 3. 10 крупнейших компании мира — 2015 по уровню капитализации (рейтинг FT500™) [11]

Позиция в рейтинге	Компания	Отрасль, страна	Капитализация (млрд. долл.) (по состоянию на 31.03.2015)
1	Apple	Технологический сектор, США	724,773
2	ExxonMobil	Нефтегазовый сектор, США	356,548
3	Berkshire Hathaway	Инвестиционный сектор, США	356,510
4	Google	Сектор вычислительной техники и программного обеспечения, США	345,849
5	Microsoft	Сектор вычислительной техники и программного обеспечения, США	333,524
6	PetroChina	Нефтегазовый сектор, Китай	329,715
7	Wells Fargo	Банковский сектор, США	279,919
8	Johnson&Johnson	Сектор фармацевтики и биотехнологий, США	279,723
9	Industrial&Commercial Bank of China	Банковский сектор, Китай	275,389
10	Novartis	Сектор фармацевтики и биотехнологий, Швейцария	267,897

Литература:

1. Брейли, Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов — М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 1997.

- Уэлч, Д., Уэлч С. (Jack and Suzy Welch). Ответы на 74 ключевых вопроса о современном бизнесе (Winning: The Answers). Пер. с англ. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2007, 192 с.
- Косорукова, И. В. Методология стоимостно-ориентированного анализа бизнеса. М.: ООО «Маркет ДС Корпорейшн», 2010. — 208 с.
- Косорукова, И. В. Цена и стоимость бизнеса в России: анализ, влияние факторов и взаимодействие. — М.: Московский финансово промышленный университет «Синергия», 2013. — 160 с.
- Коуз, Р. Природа фирмы // Фирма, рынок и право. — М.: 1993.
- Коупленд, Т., Коллер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление. — М. ЗАО «ОЛИМП-БИЗНЕС», 2000.
- Мартин Джон Д., Петти Вильям Дж. VBM — управление, основанное на стоимости. Корпоративный ответ революции акционеров. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. — 272 с.
- Сливотски, А. Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра? — М. — Изд-во «Манн, Иванов и Фербер». 2006.
- Том Коупленд, Тим Коллер, Джек Муррин. «Стоимость компаний: оценка и управление». Второе издание. 1994, 1995 by McKinsey & Company, Inc. Published by John Wiley & Sons, Inc. Перевод на русский язык и оформление ЗАО «Олимп-Бизнес», 1999 г.
- Электронный ресурс <https://ru.wikipedia.org>
- Электронный ресурс <http://balanced-scorecard.ru/>
- Международное деловое издание «The Financial Times» Электронный ресурс <http://ft.com>

Международные стандарты финансовой отчетности для IPO (Первичное публичное размещение акций)

Москалёва Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Колесникова Елена Александровна, бакалавр, студент

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева

В научной статье представлен авторский взгляд на многофакторную модель трансформации финансовых активов в соответствии с требованиями МСФО. Использование многофакторных моделей затруднено на практике, так как финансовые директора, специалисты в области трансформации и ведения учета в соответствии с МСФО, аудиторы не всегда обладают специфическими знаниями в области моделирования.

Важным и продолжительным этапом проведения IPO (Initial public offering) является подготовка отчетности по Международным стандартам финансовой отчетности (МСФО), задачи и цели которой полностью соответствуют выходу фирмы на IPO. Подготовка отчетности по МСФО — комплексный процесс и требует выполнения ряда взаимосвязанных мероприятий. Именно поэтому существует необходимость рассмотреть такой этап подготовки к первичному публичному размещению акций, как переход на международные стандарты составления финансовой отчетности.

Основными целями и задачами формирования отчетности по МСФО при выходе на IPO являются прозрачность, как для внутренних, так и для внешних пользователей (менеджмента, кредиторов, инвесторов, общественности), объективное и достоверное отражение финансового состояния, его изменений, а также результатов деятельности компании. Также одной из целей является оптимизация финансовых потоков внутри компании, привлечение иностранных партнеров, привле-

чение дополнительных денежных средств у иностранных банков. В свою очередь, отчетность по международным стандартам для выхода на IPO — особый случай МСФО. К публичной компании предъявляются жесткие требования по раскрытию информации в отчетности и дополнениях к ней. На какую бы площадку компания ни приняла решение выходить, требование о составлении консолидированной отчетности по международным стандартам будет являться обязательным и одним из основополагающих. Если остановиться на причинах, почему биржи требуют от эмитентов отчетность по МСФО, то можно перечислить следующее [2, с. 45]:

Более прозрачная система раскрытия информации нежели в РСБУ: большее, по сравнению с российскими стандартами, количество разных раскрытий, обеспечивающее большую детализацию данных, а также оставляющее меньше возможностей для манипулирования информацией. Зарубежные инвесторы, как правило, не разбираются в РСБУ. Унификация требований к отчетности для всех эмитентов на фондовой бирже позволяет

инвесторам проводить анализ различных компаний, результатов их деятельности за равные промежутки времени, что ведет к составлению более сбалансированных инвестиционных портфелей.

МСФО включает в себя не только данные бухгалтерского учета, но также основные производственные и маркетинговые показатели, оценку рисков, влияющих на деятельность компании, что представляет особую ценность для инвесторов. При внесении поправок в стандарты финансовой отчетности — одновременно все компании-эмитенты на фондовой бирже также адаптируют эти поправки в своих отчетах, что позволяет актуализировать информацию для всех участников своевременно. Значимую роль в процессе подготовки и после размещения играют аудиторские компании. Перед размещением проводится аудит финансовой отчетности за предыдущие годы и, в отношении отчетности должно быть получено аудиторское заключение без оговорок, как правило, одной из компаний «Большой четверки». В зависимости от требований бирж, это может быть период от 1 до 3 лет, а также последний промежуточный период. Аудит необходим и после размещения, так как компании необходима консультационная поддержка и сопровождение.

Уместно будет уделить внимание федеральному закону от 27.07.2010 № 208-ФЗ (ред. от 04.11.2014 с изменениями, вступившими в силу с 16.11.2014) «О консолидированной финансовой отчетности».

Целью рассматриваемого Федерального закона (далее — Закон № 208-ФЗ) является установление обязанности определенных субъектов составлять, представлять и публиковать консолидированную финансовую отчетность (далее — КФО). Основной задачей введения КФО является привлечение дополнительных инвестиций

в российскую экономику и придание финансовой отчетности, составляемой на основе МСФО, международного статуса на мировых рынках капитала.

Субъектами, на которых распространяется действие Закона № 208-ФЗ, в соответствии с ч. 1 ст. 2 Закона № 208-ФЗ являются кредитные, страховые, другие организации, ценные бумаги которых допущены к обращению на торгах фондовых бирж и (или) иных организаторов торговли на рынке ценных бумаг.

Многие российские компании уже сейчас начали создавать и внедрять процедуры составления финансовой отчетности в соответствии с МСФО. Среди них можно выделить таких лидеров российской экономики, как РАО «ЕЭС России», «Газпром», «Транснефть», МПС России, «Ростелеком», «Красный Октябрь».

Кроме того, большинство европейских фондовых бирж и регулирующих органов обязывают компании предоставлять консолидированную финансовую отчетность в соответствии с МСФО, а Европейский Союз недавно объявил о намерении сделать МСФО обязательным для 6700 компаний, котируемых на биржах ЕС, а также для всех компаний, выпускающих проспекты эмиссии ценных бумаг.

Таким образом, компании, которые приняли решение о размещении акций на фондовом рынке, нужно в первую очередь позаботиться о трансформации отчетности по принципам МСФО, как о наиболее продолжительном этапе подготовки к IPO. Некачественная или недостоверная финансовая информация может стать преградой на пути к успешному IPO, а это значит, что повышать инвестиционную привлекательность компании можно лишь в том случае, если заранее организовать эффективный процесс мониторинга финансового состояния компании и дальнейшую подготовку отчетности.

Литература:

1. Подготовка отчетности по МСФО (IFRS reporting). URL: <http://www.ade-solutions.com/services/ifrs-msfo> (дата обращения: 03.07.2015).
2. Зотова, А. И., Шевченко Д. А. Выбор торговой площадки при размещении ценных бумаг российскими компаниями на глобальном финансовом рынке // Финансовые исследования. 2012. № 2. с. 44–49.
3. Грибов, М. Особенности подготовки отчетности для выхода на IPO // МСФО на практике. 2014. № 6. с. 59–65.
4. Куликова, Л. И. Международные стандарты финансовой отчетности. Нефинансовые активы организации: Учебное пособие / Л. И. Куликова. — М.: Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2012. — 400 с.
5. Палий, В. Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник / В. Ф. Палий. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 506 с.
6. Пласкова, Н. С. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебное пособие / М. А. Вахрушина, Л. А. Мельникова, Н. С. Пласкова; Под ред. М. А. Вахрушина. — М.: Вузовский учебник, 2010. — 320 с.

Проблема нехватки парковочных мест в Набережных Челнах

Назмеева Оксана Артемовна, студент;

Ахмадеева Оксана Александровна, кандидат экономических наук доцент
Набережночелнинский институт Казанского (Приволжского) федерального университета

С повышением уровня благосостояния жителей Татарстана заметно увеличилось количество автомобилей в городах. Уровень автомобилизации — это показатель оснащённости легковыми автомобилями населения страны, который рассчитывается как число индивидуальных легковых автомобилей на 1000 жителей. Повышение уровня автомобилизации населения приводит к значительному изменению общественной инфраструктуры, увеличению мобильности людей и улучшению экономического положения людей. К негативным сторонам следует отнести влияние на экологическое состояние городской среды, загромождение улиц стоящими автомобилями.

За последние 5 лет автопарк Набережных Челнов вырос почти на 50 тысяч единиц. На начало 2015 в Набережных Челнах насчитывается около 281,8 машин на 1000 жителей. В начале 2014 года их было 248,8 машин на 1000 жителей тысяч, в 2013 году 228,1 машин на 1000 жителей, в 2012 году 208,6 машин на 1000 жителей [1, с.10]. В связи с чем возникла проблема парковки во дворах. Их попросту стало не хватать. О проблеме парковок знают и строители, однако, в действующих строительных нормах и правилах есть лишь рекомендации по типу и размерам гостевых стоянок, а о количестве парковочных мест не сказано ни слова.

Когда машин в доме больше, чем парковочных мест во дворе, каждый спешит захватить территорию и закрепить за собой право единоличного пользования. Так появляются столбики, цепи, тросы и блокираторы.

Решение проблемы парковок, казалось бы, найдено — строить парковки под землей, сверху детские площадки с качелями и лавочками. Но даже там, где существуют подземные парковки, жители домов продолжают ставить машины у самых подъездов, перегораживая подходы к подъезду. Причиной этого служит стоимость одного парковочного места, которая равняется стоимости автомобиля, плюс три-четыре тысячи ежемесячно.

Недавно на сайте газеты «Челнинские известия» был представлен опрос на тему «Куда Вы ставите свой автомобиль на ночь?». По результатам опроса, 40,3 процента респондентов ответили, что оставляют свои автомобили на ночь во дворе или возле подъезда.

На сегодняшний день ситуация такова, что в большинстве дворов нашего города практически нереально найти свободное парковочное место. Согласно Постановлению «Об утверждении республиканских нормативов градостроительного проектирования Республики Татарстан» количество машино-мест для хранения автотранспорта зависит от типа жилого дома по уровню комфорта. Так,

например, для дома с типом массовой комфортности количество мест для постоянного хранения автотранспорта, машино-мест на 100 кв. метров общей площади квартир составляет 1,9 [2, с. 129]. Автомобили стали занимать не только проезды, но и тротуары, детские площадки, газоны.

Во многих дворах ширина проезда затруднена проезду одного автомобиля. В тех местах, где ширина проезда позволяет припарковать автомобиль, это обеспечивает беспрепятственный проезд других легковых автомобилей. При этом автомобилям служб ЖКХ и экстренного реагирования (скорая помощь, пожарная и др.) в случае необходимости не смогут проехать к нужному проезду, что создает уже не только неудобства, но и реальную опасность жизнью и здоровьем людей.

Периодически проводятся рейды по выявлению подобных нарушений, но это можно назвать практически бесполезным занятием.

Во-первых, потому что чтобы наказать всех нарушителей хотя бы по одному разу, понадобится не один год работы. По данным СМИ, в Набережных Челнах ежемесячно за нарушение правил парковки наказываются не менее 100 водителей автомобилей.

Во-вторых, даже заплатив штраф, ничего не мешает автолюбителям на следующий день опять припарковать свой автомобиль на том же месте. Поэтому, одним лишь методом кнута здесь ситуацию не изменить, нужны комплексные решения.

Многие советуют пользоваться услугами автомобильных стоянок для ночного хранения автомобилей. Однако подобные стоянки есть далеко не везде, к тому же часть из них за последнее время были закрыты. В городе Набережные Челны услугами по предоставлению стояночных мест занимаются 172 юридических лица. Общая емкость стоянок города по легковым автомобилям составляет 75680 машино-мест. Количество пустующих мест по городу составляет 12556 машино-мест. Таким образом, пустующими на автостоянках является 16,6% машино-мест. Учитывая, что количество легковых автомобилей в личной собственности на начало 2015 г. составило 147093 шт., получаем — 83969 легковых автомобилей хранятся во дворах и гаражных обществах. Таким образом, парковочными местами обеспечено 75680 автомобилей. По нормативу обеспеченность должна быть не менее 90%. Сейчас во дворах хранятся 68719 автомобилей при пустующих местах на стоянках 12556 машино-мест. Следовательно, чтобы полностью очистить дворы от легкового автотранспорта с учетом полного наполнения имеющихся стоянок необходимо дополнительно

построить стоянки (разной конструкции) на 50547 легковых автомобиля [3, с. 46].

В качестве еще одного из решений в Набережных Челнах недавно были предложены так называемые «экопарковки». Они представляют собой участки, засеянные газонной травой и укрепленные газонной решеткой, защищающей газон от повреждения и придающей эстетический вид. Хорошее, казалось бы, начинание, но после первой же зимы экопарковки превратились в грязные болота, грязь из которой разносилась автомобильными шинами по всему двору. Для нашего климата это оказалось не очень подходящим решением.

Поэтому, для решения проблемы парковок все же необходимо увеличение количества парковочных мест. В новостройках нашего города все же имеются парковки для какого-то количества автомобилей. А вот со старыми домами все сложнее, большинство при проектировании получили 3–4 парковочных места во дворе, которых, разумеется, не хватает. Многие жители решают проблему путем отсыпания свободных участков во дворе щебенкой, на которую паркуются автомобили. Несмотря на архаичность данного метода, он, в отличие от тех же «экопарковок», избавляет от огромного количества грязи во дворах. Конечно, это всего лишь временные решения, которые не решают глобальной проблемы.

Более эффективными являются собрания жильцов, которые путем голосования сами решают, что им делать с придомовой территорией. В некоторых дворах, где жители проявили инициативность, удалось расширить проезды, найти свободные участки для оборудования дополнительных мест и улучшить ситуацию с парковкой, не разрушая при этом детские площадки и газоны.

Предложения в стратегии города Набережные Челны:

- Разработать программы по заполнению пустующих мест на стоянках.
- Разработать программы увеличения количества мест для стоянки автомобилей в жилых комплексах, в ко-

торых минимально допустимые размеры площадок для стоянки не удовлетворяют нормативным требованиям (на сегодняшний день норматив 0,8 м²/чел. на межмагистральную территорию (в кварталах) многоквартирной застройки) [4, с.145].

– Предусмотреть постепенный переход к замене боксов и открытых стоянок, занимающих слишком большие территории и неприемлемые в эстетическом отношении, на современные многоэтажные гаражи и паркинги.

– Основными типами гаражей на расчетный срок программы предлагаются многоэтажные (4–5 этажей) гаражи на 500 машино-мест. В микрорайонах предлагается разместить подземные и полуподземные гаражи со средней вместимостью 50 машино-мест.

– На расчетный срок реализации программы осуществить строительство многоэтажных парковок закрытого типа, вдоль центральных проспектов города, которые должны иметь современный и оригинальный внешний вид, чтобы достойно смотреться на фоне архитектуры городских проспектов. Следует предусмотреть места для парковок автомобилей в подземных и цокольных этажах при проектировании и строительстве торговых центров, используемые как парковку для покупателей и как ночную автостоянку. При строительстве новых жилых домов предусматривать подземные парковки.

Конкретное размещение стоянок постоянного и временного хранения личных легковых автомобилей выходит за рамки программы. Все виды рассматриваемых автостоянок должны размещаться, как правило, в пределах жилых территорий или непосредственно у их границ — в примыкающих коммунально-складских зонах, то есть в зонах пешеходной доступности — до 800 м. В противном случае, как показывает имеющийся опыт, стоянки становятся инвестиционно не привлекательными и их строительство и последующее использование становится проблематичным.

Литература:

1. Проблемы транспорта // Официальный сайт города Набережные Челны. URL: <http://nabchelny.ru/page/267> (дата обращения: 17.03.2016).
2. Республиканские нормативы градостроительного проектирования. Утверждены Постановлением Кабинета Министров Республики Татарстан от «27» декабря 2013 г. № 1071// Тэхэксперт. URL: <http://docs.cntd.ru/document/463307185> (дата обращения: 17.03.2016).
3. Легковой автомобильный транспорт, места постоянного хранения и объекты обслуживания //. URL: <http://docs.cntd.ru/document/463307185> (дата обращения: 17.03.2016).
4. Методические рекомендации по оценке пропускной способности автомобильных дорог. Федеральное дорожное агентство (РОСАВТОДОР) Москва 2012. Утверждены распоряжением Минтранса России от 19.06.2003 г. № ОС-555-р

Диагностика системы управления вуза

Никишкина Татьяна Юрьевна, студент
Омский государственный технический университет

В статье приведены результаты исследования системы управления вуза на основании методики самооценки по критериям функциональной модели оценки менеджмента.

Ключевые слова: самооценка, система управления, функциональная модель оценки менеджмента.

Необходимость совершенствования систем управления вузами достаточно хорошо осознается вузовским сообществом. Правительство Российской Федерации не раз в своих программных документах заявляло о том, что требуется новая система оценки менеджмента вуза, основанная на достигнутых вузом результатах [5, с. 313].

Однако для того чтобы понять каких результатов способен достичь коллектив вуза, необходимо провести всестороннее обследование менеджмента вуза. Изучение можно проводить по разным критериям и основаниям, используя разнообразные методики.

В предлагаемой статье для анализа системы управления вузом используется методика самооценки по критериям функциональной модели оценки менеджмента, разработанная доктором экономических наук Д. В. Масловым [2].

Объектом проведения самооценки выступает Омский институт водного транспорта (филиал) федерального госу-

дарственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Сибирский государственный университет водного транспорта» (далее ОИВТ).

Структура функциональной модели представлена шестью базовыми критериями, отражающими шесть функций менеджмента: прогнозирование/планирование, организация, мотивация, контроль, координация и коммуникация. Первые пять критериев объединяют 25 оценочных категорий. Состояние критерия «коммуникация» отражает общая оценка системы менеджмента, которая наглядно представляется коммуникационным профилем организации [2, с. 93].

Самооценка системы менеджмента ОИВТ на основе функциональной модели проводилась методом анкетирования. Вопросы анкеты экспресс-оценки разделены на пять групп в соответствии с критериями модели. Двадцать пять вопросов соответствуют двадцати пяти оценочным категориям.

Таблица 1. Вопросы анкеты для экспресс-оценки

Вопрос	Максимальная оценка	Оценка
Прогнозирование/Планирование	20	
Установлена ли цель организации, ясно ли определены стратегические и текущие задачи?	4	
Производится ли сбор и анализ данных о потребителях?	4	
Отчетливо ли разделены сферы деятельности на предприятии?	4	
Анализируется ли на предприятии информация о конкурентах и опыт других компаний?	4	
Рационально ли распределяются ресурсы предприятия: материальные, людские, финансовые, информационные?	4	
Организация	20	
Понятна ли организационная структура предприятия?	4	
Существуют ли документы и стандарты предприятия, регламентирующие должностные обязанности и рамки ответственности для отдельных подразделений и каждого работника?	4	
Создаются ли условия для совершенствования и развития предприятия?	4	
Эффективно ли организован процесс производства продуктов (услуг)?	4	
Привлекательны ли для потребителя производимые продукты (услуги)?	4	
Мотивация	20	
Высоки ли лидерские качества руководителя?	4	
Создаются ли на предприятии условия для обучения и развития работников?	4	
Удовлетворены ли личные потребности работников предприятия?	4	
Участвуют ли работники в деятельности по развитию предприятия?	4	
Удовлетворены ли работники результатами своего труда?	4	
Контроль	20	
Существует ли на предприятии система оценки качества процесса производства (обслуживания)?	4	

Существует ли на предприятии система оценки полученных результатов?	4	
Учитываются ли мнения и пожелания клиентов в работе предприятия?	4	
Оценивается ли эффективность использования ресурсов на предприятии?	4	
Соответствуют ли полученные результаты поставленным целям организации?	4	
Координация	20	
Существует ли на предприятии эффективная система управления?	4	
Установлены ли внутренние связи между подразделениями организации?	4	
Проводится ли работа по урегулированию и предотвращению конфликтных ситуаций на предприятии?	4	
Производится ли корректировка и уточнение планов и задач организации?	4	
Применяются ли новые информационные и телекоммуникационные технологии в работе предприятия?	4	
Общая оценка менеджмента (отражает коммуникационный профиль)	100	

Экспертный анализ каждой из 25 категорий предполагает пять вариантов оценки управленческой деятельности в вузе.

Таблица 2. Оценки управленческой деятельности

Оценка, балл	Состояние категории
0	деятельность не ведется
1	деятельность ведется непостоянно, от случая к случаю
2	деятельность ведется частично, в зависимости от ситуации
3	деятельность ведется постоянно и систематически
4	деятельность ведется максимально эффективно (эталонный уровень)

Особенность применения функциональной модели заключается в том, что оценка менеджмента производится не только лицами, принимающими управленческие решения (руководителями, менеджерами различных уровней), но и рядовыми работниками, т.е. теми, кто эти решения выполняет и с кем руководитель вступает в управленческое взаимодействие [1, с. 36].

Анкетирование в ОИВТ проходило в период с 1 февраля по 1 марта 2016 г. Для получения объективных данных в опросе приняло участие 100% руководящего состава и 73% сотрудников.

Двухсторонняя система оценки позволила определить мнение руководителей и сотрудников института и оценить насколько эти представления сходятся.

Следует указать на то, что данные полученные от сотрудников разнятся от данных полученных от руководителей в меньшую по баллам сторону.

В таблице 3 представлены оценки респондентов по укрупненным областям самооценки.

Данные представленные в таблице, позволили построить коммуникационный профиль системы менеджмента вуза.

Коммуникационный профиль показывает, что по критериям «мотивация» и «координация» получены самые низкие оценки. Следовательно, дальнейшие планы руководства по улучшению системы управления должны в первую очередь затрагивать эти два направления.

Общая оценка системы управления ОИВТ составила 59,3 баллов и соответствует III уровню развития менеджмента. В рамках функциональной модели оценки менеджмента выделены пять уровней развития (зрелости) менеджмента компании [3, с. 92].

Таблица 3. Результаты анкетирования персонала ОИВТ, на основе функциональной модели оценки менеджмента

Критерии	Средняя оценка (балл)		Средняя оценка, балл
	руководители	сотрудники	
Прогнозирование/Планирование	14,4	9,6	12
Организация	14,3	11,3	12,8
Мотивация	13,7	9,3	11,5
Контроль	14,3	9,5	11,9
Координация	12,7	9,5	11,1
Коммуникация	69,4	49,2	59,3

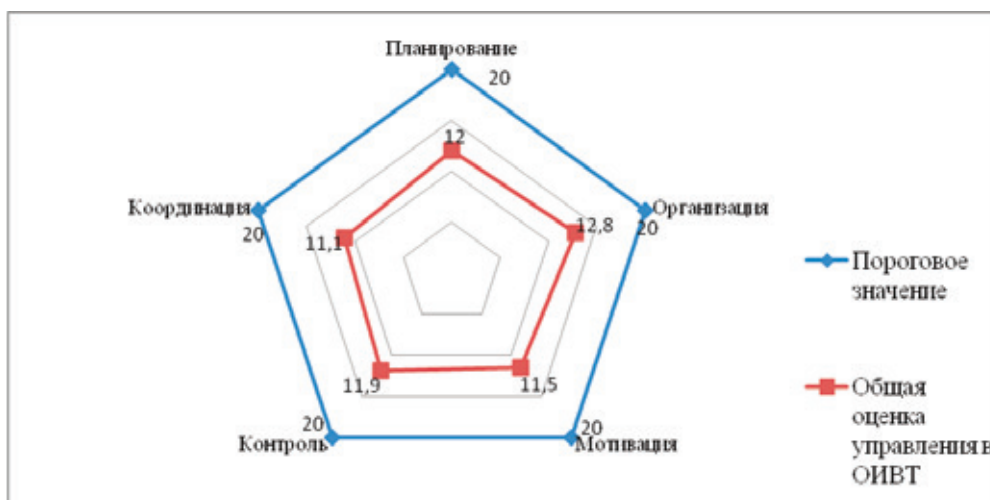


Рис. 1. Коммуникационный профиль системы менеджмента ОИВТ

Таблица 4. Уровни развития менеджмента организации

Уровень	Оценка	Характеристика состояния менеджмента
I	(0~20)	Управление ведется бессистемно, цели не определены, либо слишком расплывчаты. Для дальнейшего развития необходимо в корне пересмотреть принципы ведения бизнеса.
II	(21~40)	Система менеджмента имеет потенциал для развития, однако эти возможности реализуются слабо. Руководству необходимо, проявив инициативу, отчетливо определить цели и разработать стратегию развития системы менеджмента на основе качества.
III	(41~60)	Система менеджмента на предприятии сформировалась. Необходимо акцентировать внимание на оптимизации бизнес-процесса и улучшении качества на каждом его этапе. Совершенствуя систему управления, следует учитывать важность потребителя и важность персонала.
IV	(61~80)	Постоянное совершенствование качества менеджмента ведется по большинству направлений. Необходимо поддерживать динамику улучшений и начать преобразование оставшихся проблемных областей, используя бенчмаркинг и другие стратегии совершенствования.
V	(81~100)	Достигнуты максимальные результаты по всем направлениям управленческой деятельности, система менеджмента является эталонной.

Помимо полученных данных при помощи выбранной методики возможно рассчитать коэффициент адекватности менеджмента.

Коэффициент адекватности рассчитывается по формуле 1 [3, с. 93]:

$$K_{AM} = (I_{рук} - I_{раб}) / 4 \quad (1)$$

где K_{AM} — коэффициент адекватности менеджмента;
 $I_{рук}$ — средняя оценка руководителей; $I_{раб}$ — средняя оценка работников;

4 — максимально возможная оценка.

Полученные путем расчета данные отражены в таблице 5.

Согласно данным таблицы 5, коэффициент адекватности менеджмента по всем категориям находится в зоне переоценки возможностей менеджмента (0,1 ■■■ 1) [2, с. 111].

К сожалению, показатели зоны переоценки отражают расхождение мнений руководителей и работников относительно ситуации в вузе.

Разработчики методики трактуют зону переоценки следующим образом: «В этом случае большинство управлен-

Таблица 5. Результаты расчета коэффициента адекватности менеджмента в ОИВТ

Вопросы	Критерии	$I_{рук}$	$I_{раб}$
Прогнозирование/Планирование	2,9	1,9	0,25
Организация	2,9	2,3	0,15
Мотивация	2,7	1,9	0,2
Контроль	2,9	1,9	0,25
Координация	2,5	1,9	0,15

ческих решений могут сталкиваться с внутренним сопротивлением коллектива, а разного рода преобразования, иницилируемые руководством, будут абсолютно неэффективными» [3, с. 93].

С мнением автора нельзя не согласиться. К сожалению, в ОИВТ в настоящее время сложилась именно такая ситуация. Разрешить данную ситуацию возможно при помощи применения разного рода инструментов управленческого взаимодействия, а также специально разработанных мероприятий направленных на совершенствование системы

управления вузом. В частности руководству вуза предлагается провести реинжиниринг организационной структуры, а также внедрить в практику работы вуза регламенты взаимодействия между структурными подразделениями, что в свою очередь позволит улучшить координационную составляющую системы управления.

Заключительным этапом самооценки стал выбор вопросов, решение которых требует первоочередных мер. Наиболее низкие баллы набрали вопросы, которые представлены в таблице 6.

Таблица 6. Проблемные вопросы, выявленные в ходе анализа менеджмента ОИВТ

№ п/п	Вопросы	Средняя оценка	
		руководители	сотрудники
1	Анализируется ли на предприятии информация о конкурентах и опыт других компаний? (раздел: Планирование/прогнозирование)	0,4	0,2
2	Создаются ли условия для совершенствования и развития предприятия? (раздел: организация)	0,4	0,4
3	Проводится ли работа по урегулированию и предотвращению конфликтных ситуаций на предприятии? (раздел: координация)	0,4	0,3

Как видно из таблицы 6 данные вопросы имеют большой потенциал для проведения эффективных изменений, так как состояние обозначенных направлений одинаково воспринимается всем коллективом.

Подытоживая все сказанное выше, руководству ОИВТ следует акцентировать внимание на управленческих проблемах в сфере координации и мотивации деятельности сотрудников вуза. Несомненно, то, что в данных областях нужно улучшать деятельность вуза.

Низкая мотивация и неудовлетворенность сотрудников становятся причинами противоборства или отказа от взаимодействия с руководителем. К сожалению, таких примеров в деятельности ОИВТ встречается достаточное количество. В связи с этим руководству вуза следует разработать комплекс мер направленных на формирование эффективной системы мотивации, а также следует разработать и реализовать меры, способствующие улучшению координационной деятельности ОИВТ.

Литература:

1. Ляхова, Н. И. Функциональная модель оценки менеджмента на промышленном предприятии / Н. И. Ляхова, Е. П. Ченцова, О. А. Новикова // Вестник НТУ ХПИ. — 2014. — № 5. — с. 36–40.
2. Маслов, Д. В. Совершенствование системы управления предприятием на основе организационной самооценки. — Иваново: Изд-во ИГЭУ, 2009. — 180 с.
3. Маслов, Д. В. Стратегическое развитие вуза с применением модели EFQM / Д. В. Маслов, Ю. В. Вылгина, Ю. В. Грубова // Вестник ИГЭУ. 2012. — № 2. — с. 91–94.
4. Маслова, Я. Ю. К вопросу об оценке труда руководителя организации // Актуальные аспекты современной науки. — 2016. — № 9. — с. 58–65.
5. Резник, С. Д. Особенности и пути оптимизации системы управления высшим учебным заведением / С. Д. Резник, О. А. Сазыкина, Г. Б. Фомин // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2012. — № 4. — с. 313–318.

Процесс формирования собственного капитала в современных условиях

Новикова Юлия Дмитриевна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Статья позволяет оценить значимость и этапы формирования собственного капитала организаций в современных условиях развития экономики, также статья позволяет рассмотреть состав собственного капитала и его источники формирования.

Ключевые слова: капитал, прибыль, ресурсы, источник, собственник, организация, учредители.

Н и для кого не секрет, что на сегодняшний день организация не мыслима без капитала, то есть без потенциала, который позволяет функционировать и развиваться далее. Капитал с точки зрения экономической составляющей подразделяется, как известно, на собственный и заемный. Заемный капитал подразделяется на долгосрочный, со сроком погашения более 12 месяцев и краткосрочный, со сроком погашения менее 12 месяцев.

С заемным капиталом все достаточно просто, то есть, привлекая капитал со стороны и гарантируя выплату по данному капиталу кредиторам, организация расширяет свою деятельность и функционирует на рынке.

Заемный капитал представляет собой заемные средства, то есть кредиты и займы, а также кредиторскую задолженность. К кредиторской можно отнести ее виды:

- расчеты с поставщиками [1];
- расчеты с покупателями в части авансов полученных;
- расчеты с персоналом по оплате труда;
- расчеты с бюджетом и внебюджетом и т.д.

Что касается собственного капитала, то необходимо привести состав и этапы формирования такового. Современный руководитель регистрируя организацию в качестве юридического лица, должен понимать факт, что без наличия капитала не имеет шансов выжить, в то же время должен понимать, что собственный капитал не ограничивается только суммой уставного капитала.

Исходя из экономического определения капитала собственного и этапов формирования собственного капитала с точки зрения бухгалтерского учета, необходимо отметить, что к собственному относят: уставный капитал, резервный капитал, добавочный капитал и нераспределенную прибыль.

Рассмотрим подробно каждый из элементов собственного капитала.

Резервный капитал — капитал, который позволяет формировать резервы предприятия, то есть формировать «запас» ресурсов, которые могут быть при необходимости использованы, чтобы не понести убытков или дополнительных расходов. По своей природе процесс формирования резервного капитала для большинства предприятий является правом, но не обязанностью, то есть современный руководитель, понимая значимость и важность процесса формирования резерва должен отразить в учетной политике факт формирования резервного капитала, а также направление его возможного использования.

Вторым, но не менее важным элементом собственного капитала является добавочный капитал. Добавочный капитал — это результат переоценки основных фондов организации. Переоценка может быть в двух вариантах — уценка и дооценка. Момент определения, что именно будет — дооценка или уценка — зависит от рыночной стоимости того, или иного внеоборотного актива, который подвергается оценке [3].

Третьим элементом является нераспределенная прибыль организации.

Нераспределенная прибыль может быть аккумулирована за определенный период времени, а может быть элементом отчетного года

Что касается нераспределенной прибыли отчетного года, то данный вид прибыли нельзя назвать источником собственного капитала, так как по факту есть экономические показатели, которые способны корректировать суммы нераспределенной прибыли отчетного года. Анализируя процесс формирования нераспределенной прибыли отчетного года, стоит отметить тот факт, что прибыль данная формируется в несколько этапов:

- валовая прибыль как разница между выручкой и себестоимостью;
- прибыль от продаж — как разница между валовой прибылью и расходами управленческого и коммерческого характера;
- прибыль до налогообложения — как сумма между прибылью от продаж и сальдо прочих доходов и расходов.

И только четвертый этап формирует прибыль чистую за отчетный период, выражается процесс как разница между прибылью до налогообложения и аналогом на прибыль, ставка которого определяется налоговым кодексом РФ и составляет 20% от прибыли до налогообложения.

Основным показателем и зачастую самым сложным элементов в системе собственного капитала является уставный капитал.

Уставный капитал, как определяется в Гражданском Кодексе РФ — капитал, формируемый учредителями на момент регистрации организации.

Другими словами организация, как юридическое лицо не может быть зарегистрировано, если не сформирован уставный капитал, подтверждением сформированности уставного капитала являются документы, подтверждающие наличие имущества внесенного в счет вклада в уставный капитал.

Относительно вклада в уставный капитал, можно сказать, что вклад учредителями может быть внесен различным имуществом [2]:

- денежные средства на расчетный счет, в данном случае подтверждением станет выписка банка;
- оборотные активы — подтверждающие документы организации о принятии данного имущества;
- внеоборотные активы — подтверждающие документы о принятии данного имущества.

Стоит отметить, что учредителями могут быть как физические, так и юридические лица, также в качестве основателя организации может быть один учредитель, если такая ситуация возникает, то вклад вносится единолично.

Оценивая формирование собственного капитала, необходимо выделить и проблемные вопросы, возникающие в ходе его формирования:

- несовершенство нормативного регулирования, которое в свою очередь формирует множество спорных вопросов и делает формирование капитала затруднительным для организации;
- отражение процесса формирования собственного капитала в полном объеме и в полной сумме;
- отражение собственного капитала в финансовой отчетности организации;
- целевое использование собственного капитала организации.

Рассматривая данные вопросы, нельзя также обойти аспект значимости собственного капитала и последствий при неправомерности его формирования.

Анализируя структуру собственного капитала организации, а также и источников его формирования, учитывая процесс оценки динамики дела, делает возможным выявлять определенные проблемные вопросы в сфере функционирования конкретной организации.

Недостаточность резерва способна привести к потерям по ненадежной дебиторской задолженности, по наступлению каких-либо чрезвычайных ситуаций, негативно влияющих на деятельности организации.

Также можно выделить такую проблему, как недостаточность собственного капитала, собственных источников финансирования хозяйственной деятельности. Если анализировать баланс, можно отметить, что в случае превышения кредиторской задолженности во много раз собственных средств, аналитики делают выводы, что предприятия ведет свою деятельность основываясь на заемных источниках, то есть неэффективно. Другими словами, очевиден низкий уровень финансовой независимости.

В условиях рыночной экономики организации стремятся к извлечению максимально возможных экономи-

ческих выгод, данная целевая направленность в деятельности становится существенной в деловой активности организации, это же обстоятельство признается важнейшим с точки зрения условий формирования финансовых ресурсов любой организации, ее финансового капитала [4].

Все заинтересованные лица могут быть рассмотрены как «источники» финансовых ресурсов, то есть капитала организации, в связи с этим важное значение приобретает финансовый контроль за соблюдением экономических интересов ее участников. Основным источником информации должна служить финансовая отчетность. Эта информация необходима определенному кругу пользователей при принятии экономических решений.

Неинформированность собственника о реальном положении дел в организации создает угрозу финансовой нестабильности, недополучения ожидаемых выгод или получения прямых убытков, а также потенциального банкротства. Единственным возможным способом осуществления финансового контроля со стороны собственников представляется финансовая годовая отчетность, составляемая на основе данных бухгалтерского учета, а также аудиторского заключения о качестве этой отчетности и ее пригодности для осуществления финансового контроля.

Для улучшения финансового состояния и совершенствования процесса формирования и распределения собственного капитала могут быть использованы следующие пути:

- снижение длительности производственного цикла за счет интенсификации производства (использование новейших технологий, механизации и автоматизации процессов);
- улучшение организации материально-технического снабжения с целью бесперебойного обеспечения необходимыми материальными ресурсами и сокращения времени нахождения капитала в запасах;
- ускорение процесса отгрузки продукции и оформления расчетных документов;
- сокращение времени нахождения средств в дебиторской задолженности;
- создание резервного фонда, а также совершенствование его учета и отражения в бухгалтерском балансе.

Увеличение собственного капитала может быть осуществлено в результате накопления или консервации нераспределенной прибыли для целей основной деятельности со значительным ограничением использования ее на непроизводственные цели, а также в результате распределения чистой прибыли в резервные фонды, образуемые в соответствии с учредительными документами.

Литература:

1. Гражданский Кодекс РФ [Электронный ресурс] // СПС «Консультант Плюс»
2. Собственный капитал / Бурмистрова Л. М. // Финансы. — 2013. — № 4. — 32с.
3. Процесс формирования уставного капитала / Гаврилова А. Н. // Финансы. — 2014. — № 1. — 21с.
4. Организация деятельности предприятия / Кныш М. И. // Экономика. — 2013. — № 5. — 65с.

Молодой ученый

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 7 (111) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Айдаров О. Т.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Жураев Х. О.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матвиенко Е. В.
Матроскина Т. В.
Матусевич М. С.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенцов А. Э.
Сенюшкин Н. С.
Титова Е. И.
Ткаченко И. Г.
Фозилов С. Ф.
Яхина А. С.
Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Ахмеденов К. М. (Казахстан)
Бидова Б. Б. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Демидов А. А. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)
Игиснинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Колпак Е. П. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.
Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 26.04.2016. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25