



Научно-
практический
журнал
Орловского государственного
технического университета
Издается с 1995 года.

Выходит двенадцать раз в год
№ 8/214(582) 2009
ноябрь

Экономические и гуманитарные науки (ЭиГН)

ИЗВЕСТИЯ ОрелГТУ

Учредитель – Государственное образовательное учреждение высшего
профессионального образования «Орловский государственный технический
университет» (ОрелГТУ)

Содержание

Социальное управление и общественное развитие

<i>Рейнбах Е.Ю.</i> Регулирование земельных отношений как фактор развития сельскохозяйственного производства: опыт зарубежных стран.....	3
<i>Щербина О.В.</i> Специфические особенности интеграционных процессов слияний и поглощений в сельском хозяйстве.....	7
<i>Данилкин В.В., Артемова Е.Н.</i> Исследование когнитивного имиджа туристских центров «Россия» и «Германия» на основе потребительских оценок немецкой и российской молодежи.....	14
<i>Малявкина Л.И., Сергеева И.И.</i> Особенности и тенденции концепции и централизации торговли в современной России.....	21

Инвестиции и инновации

<i>Бельский А.А.</i> Методические основы оценки эффективности инновационного лизинга.....	30
---	----

Учетно-аналитическая система

<i>Суворова С.П., Ханенко М.Е.</i> Оценка и анализ затрат в туристических организациях для целей тактического и стратегического управления..	36
<i>Алимов С.А.</i> Применение системного подхода к формированию учетно-аналитической системы на предприятии.....	45
<i>Константинов В.А.</i> Основы формирования системы бухгалтерского (управленческого) учета и управленческой отчетности на предприятиях малого бизнеса в современных экономических условиях.....	52

Финансы, налоги и кредит

<i>Меркулова Н.С.</i> Межрегиональное банковское объединение как направление повышения капитализации региональных коммерческих банков.....	58
<i>Маслов Б.Г.</i> История возникновения и основные характеристики единого сельскохозяйственного налога.....	66
<i>Каратаев А.С.</i> Налоговая нагрузка в России.....	71
<i>Гернес А.В.</i> Налоговое администрирование национальных налоговых систем государств-членов Евразийского экономического сообщества.....	75
<i>Васильева М.В.</i> Прогнозирование налоговых поступлений на основе эконометрических моделей на микро-макро уровнях.....	81

Экономика и управление предприятием

<i>Краснобокая И.А.</i> Обоснование уровня гибкости производственных систем промышленных предприятий на основе минимизации производственных затрат.....	86
<i>Соколова Н.Н.</i> Формирование стратегии развития предприятий – основа бизнес – успеха в долгосрочной перспективе.....	92
<i>Овсяникова И.В., Скоблякова И.В.</i> Информация как экономический ресурс.....	101
<i>Орлов А.Н.</i> Место стимулирования сбыта в комплексе маркетинговых коммуникаций.....	108

Редакционный совет:

Голенков В.А., д-р. техн. наук,
проф., председатель
Радченко С.Ю., д-р. техн. наук,
проф., зам. председателя
Борзенков М.И., канд. техн.
наук, доц.
Колчунов В.И., д-р. техн. наук,
проф.
Попова Л.В. д-р. экон. наук, проф.
Степанов Ю.С. д-р. техн. наук,
проф.

Главный редактор

Попова Л.В., д-р. экон. наук, проф.

Заместители

главного редактора:
Аронов Д.В., д-р. ист. наук, доц.
Садков В.Г., д-р. экон. наук, проф.
Снежко О.А., канд. юр. наук, доц.
Фролова Н.А., канд. социол. наук,
доц.

Редколлегия:

Бархатов А.П., д-р. экон. наук, проф.
Гетьман В.Г., д-р. экон. наук, проф.
Маслова И.А., д-р. экон. наук, проф.
Мельник М.В., д-р. экон. наук, проф.
Носков Б.П., канд. юр. наук, проф.
Павлова Л.П., д-р. экон. наук, проф.
Росс Г.В., д-р. экон. наук, проф.
Садков В.Г., д-р. экон. наук, проф.

Ответственный за выпуск:

Дедкова Е.Г.

Адрес редколлегии:

302020, г. Орел,
Наугорское шоссе, 40
(4862) 41-98-60
www.ostu.ru
E-mail: ecgum@ostu.ru

Зарег. в Федеральной службе по
надзору в сфере связи и массовых
коммуникаций.

Свидетельство: ПИ № ФС77-35716
от 24 марта 2009 года

Подписной индекс **29503**
по объединенному каталогу «Пресса
России»

© ОрелГТУ, 2009

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, определенных ВАК, для публикации трудов на соискание ученых степеней.



Scientifically-
practical journal
of Orel State Technical
University

Published since 1995.

The journal is published
12 times a year

№ 8/214(584) 2009
november

Economic Science and Humanities (ESaH)

IZVESTIA OreISTU

Constitutor – The state educational institution of higher professional education «Orel State
Technical University» (OreISTU)

Contents

Social management and social development

- Reinbah E.Y.** Regulation of the ground attitudes as the factor of development of agricultural manufacture: experience of foreign countries 3
Zsherbina O.V. The specific features of the integrated processes, merges and absorption in agriculture..... 7
Danilkin V.V., Artyomova E.N. The research of the cognitive image component of the destinations “Russia” and “Germany” based on the consumer evaluation given by Russian and German young people..... 14
Malajvkina L.I., Sergeeva I.I. The features and tendencies of the concept and trade centralisation in modern Russia..... 21

Investments and innovations

- Belskij A.A.** The methodical bases of an estimation of efficiency of innovative leasing..... 30

Accounting-analytical system

- Suvorova S.P., Khanenko M.E.** The estimation and analysis of the expenses in tourist organization for tactical and strategical management aims..... 36
Alimov S.A. The application of the system approach to formation of registration-analytical system at the enterprise..... 45
Konstantinov V.A. Bases of formation of system of the accounting (administrative) account and the administrative reporting at the small-scale business enterprises in modern economic conditions..... 52

Finance, taxes and the credit

- Merkulova N. S.** The interregional bank association as the direction of an increase in the capitalization of regional commercial banks..... 58
Vaslov B.G. History of occurrence and the basic characteristics of the uniform agricultural tax..... 66
Karataev A.S. Tax burden in Russia..... 71
Gemes A.V. Tax administration of national tax systems of member states the Euroasian economic community..... 75
Vasiljeva M.V. Tax income prediction based on econometric models at micro-macro levels..... 81

Economy and operation of business

- Krasnobokaya I.A.** The substantiation of level of flexibility of industrial systems of the industrial enterprises on the basis of minimization of industrial expenses..... 86
Sokolova N. N. The formation of strategy of development of the enterprises - basis business - success in long-term prospect..... 92
Ovsyanikova I.V., Skoblyakova I.V. The information as an economic resource..... 101
Orlov A.N. The place of marketing in the integrated marketing communications..... 108

Editorial council:

Golenkov V.A., *Doc. Sc. Tech., Prof., president*
Radchenko S.Y., *Doc. Sc. Tech., Prof., vice-president*
Borzenkov M.I., *Candidate Sc. Tech., Assistant Prof.*
Kolchunov V.I., *Doc. Sc. Tech., Prof.*
Popova L.V., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Stepanov Y.S., *Doc. Sc. Tech., Prof.*

Editor-in-chief:

Popova L.V., *Doc. Sc. Ec., Prof.*

Editor-in-chief Assistants:

Aronov D.V., *Doc. Sc. Hist., Assistant Prof.*
Sadkov V.G., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Snezhko O.A., *Candidate Sc. Low, Assistant Prof.*
Frolova N.A., *Candidate Sc. Soc., Assistant Prof.*

Editorial Committee:

Barkhatov A.P., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Getman V.G., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Maslova I.A., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Melnik M.V., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Noskov B.P., *Candidate Sc. Low, Prof.*
Pavlova L.P., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Ross G.V., *Doc. Sc. Ec., Prof.*
Sadkov V.G., *Doc. Sc. Ec., Prof.*

Responsible for edition:

Dedkova E.G.

Address:

302020 Orel,
Naugorskoye Chaussee, 40
(4862) 41-98-60
www.ostu.ru
E-mail: ecgum@ostu.ru

Journal is registered in Federal Agency of supervision in sphere of communication and mass communications. The certificate of registration ПИ № ФЦ77-35716 from 24.03.09

Index on the catalogue of the «**Pressa Rossii**» **29503**

© OSTU, 2009

Journal is included into the list of the Higher Examination Board for publishing the results of theses for competition the academic degrees

СОЦИАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ **И ОБЩЕСТВЕННОЕ РАЗВИТИЕ**

УДК 351:332.2.021] (4/9)

РЕЙНБАХ Е.Ю.

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА: ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

В статье отражены принципы и формы государственного регулирования земельных отношений в различных странах в современных условиях.

Ключевые слова: *земельная собственность, право на землю, арендная плата.*

In the article the principles and forms of state regulation of the ground attitudes in the various countries in modern conditions are reflected.

Key words: *the ground property, right on ground, rent payment.*

Государственное регулирование правоотношений на землю является основой организации управления земельными ресурсами во многих цивилизованных государствах, при этом принципы, формы и подходы к правовому решению этой проблемы в различных существенно различаются.

При законодательном закреплении частной собственности на землю различных категорий и введении правил и условий хозяйственного использования и оборота, в большинстве экономически развитых стран государство всемерно стимулирует внедрение аренды как формы земельного права. Практика регулирования арендной платы определяется исходя из специфики каждой страны (таблица 1).

К примеру, в Дании, Ирландии, Греции, Люксембурге и Норвегии землевладелец и арендатор самостоятельно договариваются об уровне арендных платежей. В других государствах, где аренда играет большую роль, существует законодательство по регулированию арендной платы.

В Великобритании обе стороны могут самостоятельно определить размер арендной платы, но затем она идет на рассмотрение и утверждение местных властей, которые руководствуются соответствующими стандартами, регулирующими размер такой оплаты. Закон предусматривает также регулирование или административное утверждение в Ирландии и во Франции. Власти могут контролировать арендную плату путем установления максимальных или стандартных ее размеров. На этой основе готовятся фактически контракты по аренде. Такая практика существует в Нидерландах, Испании, Бельгии, Португалии и Японии. Арендная плата исчисляется при этом в денежной форме, исходя из потенциального урожая и цен за прошедшие годы.

Кроме административных мер широко распространены и экономическое, финансовое стимулирование по сохранению земли в сельскохозяйственном использовании. Основным инструментом здесь является льготное налогообложение сельскохозяйственных земель по сравнению с землями, занятыми жилой и промышленной застройкой.

Гектар земли в рыночной экономике всегда принесет меньший доход в сельском хозяйстве, чем отданный под жилую застройку или под промышленное предприятие. Это реальность, и чтобы удержать землю в сельском хозяйстве, необходим, кроме всего прочего, определенный экономический механизм, в частности в виде различий в налогообложении, чтобы как-то сглаживать эту разницу.

Таблица 1 - Регулирование аренды сельскохозяйственных угодий в различных странах

Страна	Длительность и регулирование контрактов по аренде
США (42,8% земли арендовано)	Преобладают долговременные контракты, ставки платы определяются рынком.
Великобритания (38,4% земли арендуется)	Имеются и долгосрочные и краткосрочные арендные договоры. Уровень оплаты определяется арбитражем.
Ирландия (12,4% земли арендуется)	Срок аренды - минимум 3 года. Размер арендной платы определяется рынком.
Греция (22,2% арендованной земли)	Срок аренды - минимум 4 года. Размер арендной платы определяется рынком.
Люксембург	Срок арендной платы минимум 6 лет для участка и 8 лет для всего хозяйства. Размер арендной платы определяется рынком.
Швейцария	Срок аренды - минимум 6 лет для земли без построек, 9 лет для всего хозяйства с постройками. Размер арендной платы определяется установками, зафиксированными в законе.
Нидерланды (31,5% земли в аренде)	Срок аренды - минимум 6 лет для земли без построек, 12 лет для всей фермы. Максимальный уровень арендуемой платы устанавливается законодательством.
Испания (19,9% земли в аренде)	Минимальный срок аренды - 6 лет, максимальный - 15 лет. Размер арендной платы ориентирован на стандарты, установленные властями.
Бельгия (66,2% земли в аренде)	Срок аренды - минимум 9 лет. Максимальный размер арендной платы устанавливается законодательством.
Франция (56,2% земли находится в аренде)	Срок аренды - минимум 9 лет. Размер арендной платы определяется установками законов
Португалия (24,6% земли в аренде)	Срок аренды минимум 10 лет для тех, кто применяет наемный труд. Без наемного труда - 7 лет. Уровень арендной платы устанавливается на основе государственных стандартов
Норвегия (21% земли арендуется)	При заключении арендных договоров сроком более, чем на 10 лет требуется разрешение властей. Арендная плата определяется рынком.
Германия (42% земли в аренде)	Срок аренды зависит от контракта.
Италия (18,4% арендованной земли)	Минимальный срок аренды в 15 лет является правилом для низинных земель и 6 лет для горных. Арендная плата рассчитывается, исходя из стандартов, установленных властями.

Это общепринятый подход в развитых странах. При этом практика колеблется от полного освобождения сельскохозяйственных предприятий от поземельного налога или налога на недвижимость до различных форм льготного режима.

Примером страны, где сельскохозяйственные земли полностью освобождены от поземельного налога является Австралия. Аналогичным образом фермы освобождены в Великобритании от налога на недвижимость. В Нидерландах налог на недвижимость не платится собственниками, которые подпадают под Акт по охране окружающей среды.

Значительное влияние оказывает также и частичное освобождение от поземельного налога, что в особенности практикуется в Северной Америке. Там такие налоги собираются на уровне провинций и штатов и служат одним из основных финансовых источников функционирования местных властей. В общем, рыночная цена сельскохозяйственных земель значительно выше капитализированной ренты или капитализированной чистой продуктивности, поэтому оценка по этому признаку значительно снижает налогооблагаемую стоимость земли. Применяется также и принцип отложенного платежа, т.е. земля оценивается не по ее текущей, а прежней стоимости, которая обычно существенно ниже, в частности вычитается стоимость мелиоративных работ и прочих улучшений, либо спекулятивных изменений цен на сельскохозяйственную продукцию.

В Финляндии цены на сельскохозяйственные угодья оцениваются по рыночной цене, но с большой скидкой. В Дании земли, входящие в сельскохозяйственные зоны оцениваются по их сельскохозяйственной продуктивности, но при переводе в несельскохозяйственные зоны вне зависимости от типа использования земли - по рыночной стоимости.

Льготная система существует на налоги на наследство, если речь идет о сельскохозяйственных землях, или о собственности ферм в целом. Обычно применяется принцип не полного, а частичного освобождения от налогов на наследство, хотя практикуется и первый метод. В Греции, например, при наследовании земли площадью до 8 га и стоимости меньше 30 млн. драхм налог на наследство не платится, если наследники занимаются сельским хозяйством, как главным видом деятельности, а земля использовалась в сельском хозяйстве как минимум 18 лет.

Аналогичные принципы применяются и при других видах перехода собственности на землю. Во Франции, в том случае, если земля находится в долгосрочной аренде, то она освобождается от налога на наследство. Это положение несколько противоречит общему земельному законодательству Франции, которое в целом более благоприятно арендаторам, а не собственникам, с учетом большой доли земли в аренде в стране. В Ирландии при наследовании или дарении налог снижается до 45% от обычных условий, в том случае, если эту землю получают фермеры. В Португалии при продаже городской собственности налог составляет 10% ее стоимости, а сельской - 8%. В Нидерландах разница еще больше - 6% по обычным видам собственности и 1% - по сельскохозяйственной.

В ряде стран существуют льготы для фермеров и по налогу на приращение капитала (т.е. росте его балансовой оценки). В Канаде такой налог должны платить с 75% прироста балансовой стоимости предприятия. Но в сельском хозяйстве существует более льготный тариф, а первые 500 тыс. дол. прироста стоимости вообще освобождаются от налога, по сравнению со 100 тыс. в других отраслях. С учетом же реальной стоимости ферм это означает, что большинство хозяйств такого налога не платят вообще. В Италии при переходе земли внутри одной и той же семьи землевладельцев получатели не платят налог на возросшую балансовую оценку, которая была проведена при продаже собственности.

Таким образом, существует многообразие форм льготного налогообложения сельскохозяйственной земельной собственности как с учетом ее более низкой рентабельности по сравнению с другими видами использования, так и с целью сохранения в сельскохозяйственном использовании.

Весь комплекс как административных, так и финансовых мер направлен на сохранение земель в сельскохозяйственном использовании и создания преграды на пути перевода их в другие виды пользования.

Важнейшим элементом системы управления земельными ресурсами в зарубежных странах является государственная (кадастровая) оценка земель в целях налогообложения, причем формы ее организации различные. Во Франции оценка в целях налогообложения выполняется муниципалитетами, в ведении которых находится соответствующая территория, на основе укрупненных оценочных показателей, регулярно формируемых социальной государственной кадастровой службой. Хотя в различных странах традиционно сложились различные подходы к структурной организации кадастровой оценки земли, применяемая методология земельной оценки, в принципе, единая и основана на стандартных методах теории оценки недвижимости - затратном, доходном и сравнительных продаж.

Интересно, что во многих странах принципы, правила, технология и порядок оценки систематизированы в специальных уложениях (например, «красной книге» в Великобритании), следование которым обязательно для всех ассоциированных оценщиков, признаваемых даже правительственными оценочными службами.

Вместе с тем практика оценки земли во многих зарубежных странах имеет многовековую историю, вследствие чего сформированы огромные полноценные объемы информации о рыночной стоимости земель различных категорий. В свою очередь такая

информационная обеспеченность, по существу, определяет применяемые технологии кадастровой оценки земли, позволяя с высокой точностью использовать как базисный метод сравнительных продаж даже по отношению к землям с/х назначения, где с точки зрения классической теории оценки наиболее целесообразным представляется рентная технология. Более того, в результате достаточно интенсивного оборота земли нередко формируются адресные банки данных по отдельным земельным участкам, что существенно повышает достоверность кадастровой оценки и фактически сводит процедуру ее расчета к точностным корректировкам.

Значительно различается и политика зарубежных стран в области установления цены на землю. В странах с рыночной экономикой более плодородные земли, как правило, имеют более высокую стоимость. При этом цены на пашню значительно превышают цены на другие виды сельскохозяйственных угодий.

В странах со сложившимися рыночными отношениями государство активно вмешивается в процесс купли-продажи земли. В Германии цены на землю устанавливаются по соглашению сторон в обычных деловых контрактах соответственно правовым нормам с учетом бонитета почвы и места расположения участка. При этом обязательно разрешение местных органов власти на продажу определенного сельскохозяйственного или лесного участка и выполнение требований по форме его использования, например, для сельскохозяйственного производства или строительства. Отвод земель под строительство осуществляется согласно Закону об отчуждении земель. Необходимость отчуждения земельных участков под застройку для коммунальных целей у владельца, нежелающего его продавать, решается судебным путем. Контроль за ценами осуществляется на основе нормативов цен на землю, которые публикуются каждые два года [5мс].

Земельная проблема всегда была одной из наиболее сложных проблем в России. Применявшиеся методы ее решения, как правило, были связаны с тяжелыми последствиями. Тот факт, что до сих пор она является актуальной, говорит о том, что должны быть найдены адекватные методы ее разрешения, опираясь как на российский, так и на зарубежный опыт.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аренда и арендные отношения в сельском хозяйстве зарубежных стран [Текст] / ВНИИ информ. и техн. - Экономические исследования агропромышленного комплекса. Под ред. В.И. Назаренко. - М.: 1989. - 215с.
2. Вершинин, В. Совершенствование земельных отношений в условиях рыночной экономики [Текст] / В.Вершинин // Международный сельскохозяйственный журнал. -1999. -№2. -С. 17-20.
3. Земельное законодательство зарубежных стран [Текст] / Под ред. Г.А. Аксененко. - М.: Наука, 1982. - 408с.
4. Кресников, Н.И. Системы землепользования в зарубежных странах [Текст] / Н.И. Кресников // Аграрная Россия. -2006. - №1. – С.2-8
5. Овчаров, А.В. Теоретические аспекты развития экономической категории ренты [Текст] / А.В. Овчаров // Известия ОрелГТУ Серия «Социально-экономические и гуманитарные науки». – 2009. - №3. – С. 8-17

Рейнбах Елена Юрьевна

Орловский государственный институт искусств и культуры
302020, г. Орел, ул. Лескова, 15
Доцент кафедры экономики и управления
Тел.: 42-72-03
E-mail: ogiik@orel.ru

ЩЕРБИНА О. В.

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ, СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

В статье рассматриваются особенности создания интегрированных систем в АПК регионов. Также автором предлагается решение проблемы низкой эффективности работы перерабатывающей промышленности Ростовской области с помощью создания предприятий полного цикла переработки.

Ключевые слова: слияния и поглощения, агрохолдинг, агропромышленный комплекс (АПК).

This article analyzes the issues during the process of creation integrate systems in agriculture of Rostov region. Also author offers determination of low effectively of transformed industry Rostov region with help of creation the enterprises full processing cycle.

Key words: Mergers and acquisitions, agroholding, the agro industrial complex.

Задача удвоения увеличения ВРП, общего развития страны, создание мощного экономически развитого государства, предъявляет новые требования к деятельности предприятий всех отраслей, в том числе и предприятий агропромышленного комплекса, предполагает кардинальное изменение взглядов на формирование и функционирование агропромышленного комплекса (АПК) регионов. Переход от планового хозяйства к рыночной экономике сопровождался и все еще продолжается разрушением ранее сложившихся системообразующих связей в региональных АПК.

Сельхозтоваропроизводители, некогда являющиеся неотъемлемым элементом региональных систем, сейчас таковыми являются только территориально, налаживая связи, сбывая продукцию на перерабатывающие предприятия за пределы регионов, что ведет к оттоку потенциальных прибылей, недозагрузке существующих мощностей предприятий, снижению занятости населения и другим негативным явлениям. Снижение загрузки ряда предприятий сопровождается завозом на потребительский региональный рынок большого количества продуктов питания из соседних регионов РФ, ближнего и дальнего зарубежья. Появляется угроза продовольственной безопасности страны.

Стабилизация и развитие агропромышленного комплекса, повышение его эффективности в большей степени зависит от его структурных преобразований, реформирования и совершенствования системообразующих связей.

На сегодня отмечается тенденция роста объединительных процессов в АПК, однако механизм государственного регулирования данных процессов экономической наукой практически не рассматривается. Эта тенденция обуславливает необходимость исследования данных процессов в отрасли, разработки рекомендаций для государственных органов всех уровней, для сторон интеграции а также третьих лиц.

Большинство сложившихся в настоящее время финансово-производственных связей, взаимоотношений между субъектами региональных комплексов перерабатывающих производств не обеспечивают минимизации совокупных затрат (прежде всего, себестоимости продукции) и максимизации результатов производства (прибыли предприятий, обеспеченности населения регионов продовольственными и непродовольственными товарами). Связи нельзя назвать оптимальными, они носят несколько случайный, нерегулярный характер, не выполняют комплексобразующей роли, не обеспечивают высокой экономической заинтересованности сторон, могут быть легко разрушены из-за недостаточного развития служб маркетинга, информационно-консультационных центров, усиливающейся конкуренции на региональных рынках и других причин. Поэтому в настоящее время требует решения вопрос организации тесного

взаимодействия всех участников процесса продовольственного рынка: сельскохозяйственных товаропроизводителей, предприятий первичной переработки сельскохозяйственного сырья, пищевой промышленности и оптово-розничной торговли.

Создание самоуправляемых, саморазвивающихся и самофинансируемых агропромышленных систем на основе принципов интеграции необходимо рассматривать в качестве одного из приоритетных направлений современной региональной экономической политики. Внедрение различных моделей интеграции позволяет добиваться роста эффективности производства, улучшения финансовых показателей через объединение технологических и финансовых возможностей производителей и переработчиков сельскохозяйственной продукции. Интегрированные и укрупненные предприятия, размеры которых не превышают оптимальных значений, более рационально и эффективно расходуют все ресурсы производства.

При создании интегрированных формирований рационализируется структура управления, повышаются производительность труда и интенсивность производства. Интегрированные предприятия функционируют на принципах самофинансирования, характеризуются высоким уровнем деловой активности, исключая тем самым необходимость постоянных бюджетных ассигнований.

Однако в условиях многоукладной экономики и многообразия форм собственности возникает проблема выбора наиболее эффективной интегрированной системы, в которой будут учтены как интересы непосредственных субъектов экономических отношений, так и регионов и страны в целом. За рубежом основными организационными формами агропромышленной интеграции и управления ими являются партнерства, кооперативы, их союзы, сельскохозяйственные корпорации. В нашей стране создание и функционирование интегрированных формирований регулируется Гражданским кодексом РФ, законами «Об акционерных обществах», «О сельскохозяйственной кооперации» и другими нормативно-правовыми актами [1].

Наиболее широко распространенная концепция выбора оптимальной формы экономических взаимоотношений предприятий заключается в том, что прогрессивной формой отношений признается та, которая обеспечивает постоянные устойчивые связи между предприятиями по производству, переработке и реализации продукции.

При образовании интегрированных систем в АПК необходимо иметь в виду, что каждая имеет свои достоинства и недостатки. Следует проанализировать опыт других регионов Российской Федерации: интеграция через государственное регулирование (Удмуртская республика, Омская область, Приморский край); интеграция на договорной основе (около 60% выручки сельскохозяйственным товаропроизводителям, 20% перерабатывающему комбинату, 20% торговым организациям - Ярославская область); интеграция на основе приобретения контрольного пакета акций предприятий переработки товаропроизводителями (Тульская, Белгородская, Орловская области, Алтайский край); агропромышленные формирования с регистрацией юридического лица (агрокомбинаты, агропромышленные объединения, ассоциации - Саратовская, Омская, Московская, Новосибирская области); формирования холдингового типа (Новосибирская, Омская, Орловская, Нижегородская, Волгоградская области); финансово-промышленные группы (Алтайский край, Пензенская, Воронежская области); производственные и потребительские кооперативы (Рязанская, Тюменская, Орловская, Владимирская, Самарская области) [1].

При всей общности связей возможны различные их сочетания и комбинации в зависимости от размеров предприятий, их транспортно-экономического положения, видов выпускаемой продукции и других факторов. Поиск какой-то одной формы взаимоотношений недопустим. Формирование и функционирование интегрированных систем в АПК может происходить по разным «сценариям». Нельзя ограничиваться только одним вариантом развития. Предприятия должны четко определить цель интеграции в единые комплексы и взвесить все «за» и «против» той или иной формы построения взаимоотношений в них с учетом кратко- и долгосрочной перспектив развития.

С этих позиций, на наш взгляд, в настоящее время кооперативная форма организации производства, переработки и сбыта продукции является одной из наиболее перспективных в регионах. Объединяясь, местные (первичные) кооперативы имеют возможность образовывать локальные кооперативные союзы (ЛКС), которые служат основой дальнейшего создания зональных или региональных ассоциаций, союзов кооперативов, которые могут создаваться на уровне административных районов или регионов республик (областей, краев). Региональные ассоциации, в свою очередь, могут входить в национальные кооперативные союзы на уровне Российской Федерации.

В Ростовской области, как и во многих других регионах, осуществляются интеграционные процессы. Согласно данным Министерства сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области, большинство слияний и поглощений связано со столичными предприятиями, которые, как уже упоминалось в предыдущей главе, действуют в соответствии с собственными интересами обеспечения продовольственной безопасности. В ближайшем будущем могут активизироваться и инвесторы из Ленинградской области. К сожалению, данные процессы в регионе имеют в большей степени отрицательные результаты.

Инвесторы - интеграторы преследуют собственные интересы при поглощении местных сельхозпредприятий, поэтому начинают развивать «сырьепроизводящие» предприятия (мясные сельскохозяйственные предприятия, молочные фермы и т.д.), а затем увозят сырье в Москву на собственные крупные перерабатывающие предприятия. Это приводит к диспропорциям развития региона – донора. Казалось бы, производство мяса и молока находится на удовлетворительном уровне, однако до конечного потребителя оно либо не доходит, либо уже ввозится московскими предприятиями.

В итоге можно наблюдать высокие цены на продукты питания. Практика Министерства сельского хозяйства и продовольствия Ростовской области по проведению ярмарок выходного дня на пр. Кировский г. Ростова-на-Дону показала, что производители готовы реализовывать свой товар по достаточно низким и приемлемым для покупателей ценам.

С приходом новых управленцев проблема социальной стабильности не решается. В первую очередь меняется персонал сельскохозяйственных предприятий. Несмотря на то, что процессы слияния в большей степени являются рыночным механизмом, зависящие от свободного волеизъявления хозяйствующих субъектов, в данной ситуации деятельность крупных предприятий, особенно на селе, является социально значимой. Результатом неграмотной кадровой политики на фермах люди теряют единственно возможные рабочие места.

Зачастую крупные инвесторы – интеграторы, осуществляя сделки слияния и поглощения не всегда оглашают перспективы своей дальнейшей деятельности. Очень часто ими приобретаются сельскохозяйственные предприятия мясного направления, однако ввиду того, что в области производство мяса является значительно менее рентабельным (-1,5%), чем производство подсолнечника (от 30 до 75%), то поголовье вырезают и начинают выращивать масличные культуры, либо зерновые.

Процессы слияния и поглощения во многих регионах страны носят единичный характер, в то время как создание промышленного производства основных продуктов питания необходимо.

В условиях острой необходимости быстрого наращивания объемов, как производства, так и переработки, это возможно только через создание крупных агрохолдингов, позволяющее таким образом решить основные проблемы сельского хозяйства регионов: низкий объем производства мяса сельскохозяйственными предприятиями; отсутствие каналов сбыта продукции производителями; существование большого количества «промежуточных» звеньев между производителем и переработчиком, что увеличивает цену сырья и готовой продукции в итоге; низкая загруженность мощностей перерабатывающих

предприятий; продукция местных производителей не присутствует в крупных торговых сетях города и т.д.

Примерами деятельности по слияниям поглощениям в Ростовской области является работа нового предприятия ООО «Русская свинина» в нескольких районах области (Каменский район, Миллеровский район, Кашарский район) общей мощностью до 300 тыс. голов в год. Также активно развивается путем интеграционных процессов группа компаний «Оптифуд» (ОАО «Птицефабрика «Надежда» Белокалитвенского района, ООО «Птицефабрика «Задонская» Семикаракорского района, ООО «Оптифуд-центр» Каменского района) с перспективой производства до 100 тыс. тонн мяса в год. Также в области начал работать крупный птицекомплекс ООО «Евродон» в Октябрьском и Усть - Донецком районах общей мощностью 10 млн. штук инкубационного яйца индейки в год. Также планируется значительное увеличение производства мяса индейки с 11,2 тыс. тонн в 3 раза. Наиболее крупным интегратором в области является ООО «Юг Руси», приобретающее в основном предприятия для дальнейшего выращивания подсолнечника и обеспечения производства собственным сырьем [5].

Таким образом, можно сказать, что слияния и поглощения в Ростовской области проходят не системно. Отрасли развиваются не равномерно. В то время как в соседних областях начинают образовываться крупные предприятия путем слияний.

Ярким примером является ООО «Агропромышленная компания «Маяк»» в Краснодарском крае, которая сейчас активно осуществляет процесс интеграции путем поглощения остальных предприятий по производству сахара. В результате приобретения пяти крупных заводов по производству сахара-сырца данное предприятие станет самым крупным в Краснодарском крае. Так как именно этот регион занимает одно из лидирующих положений по производству сахара в России, то доля его присутствия на Российском рынке значительно увеличится. Данный пример ярко демонстрирует, что именно приобретение низкорентабельных предприятий по производству, переработке местными крупными агрохолдингами позволяет обеспечить не только рациональный уровень потребления продукции, но и создать экспортоориентированный товар. Для многих регионов в условиях необходимости увеличения производства продуктов питания, необходимо участие всех уровней власти в данных процессах. Это обусловлено в первую очередь сохранением баланса производства в области основных продуктов, смещением основной нагрузки производства сырья с личных подсобных хозяйств на крупные сельскохозяйственные предприятия для промышленного производства продукции. Нельзя забывать и о развиваемых сегодня малых формах хозяйствования. В данном случае фермерские хозяйства могут образовывать кооперативы, выступая в хозяйственных отношениях как самостоятельный субъект.

Объективные условия обеспечения жизнедеятельности крупных городов, не имеющих на своей территории собственной ресурсной базы продовольствия, вывели на передний план проблему обеспечения продовольственной безопасности его жителей. Исходя из биологической сущности человека, в повседневных условиях требованиям его безопасности соответствует обеспечение полноценным питанием [4].

Следует отметить, что в развитых странах проблема обеспечения продовольственной безопасности населения решается государством на уровне страны в целом. Когда продовольственная безопасность в стране обеспечена в достаточной мере, то безопасность любого из территориально-хозяйственных образований, каковыми являются и крупные города, поддерживается рыночными методами через взаимовыгодный товарообмен. У нас в стране в ходе реформирования системы хозяйствования была демонтирована государственная система обеспечения населения продуктами питания. Однако и единая для всей страны рыночная концепция решения этого вопроса пока не сложилась. Это является причиной того, что до сих пор не принят Федеральный закон «О продовольственной безопасности России».

Обеспечение продовольственной безопасности всей страны или отдельного ее региона - сложный процесс, осуществляемый через государственное регулирование соответствующего агропромышленного комплекса (АПК). В этом процессе воздействие оказывается и на доходы сельхозпроизводителей, и на структуру сельхозпроизводства, и на аграрные рынки, и на межотраслевые отношения, и на социальную сферу жизни села. И все это подчинено единой цели – созданию стабильных экономических, правовых и социальных условий для развития национального АПК, наибольшего удовлетворения существующих потребностей населения в продуктах питания высокого качества, отвечающих медицинским стандартам, по приемлемым ценам.

Инструменты воздействия, применяемые для достижения поставленной цели, находятся на государственном уровне. Это налоговые льготы, государственное субсидирование и т.п. Регионы в такой ситуации должны решать проблемы обеспечения продовольственной безопасности, как и иные регионы страны. Вся проблематика этого вопроса: достижение максимально возможной продовольственной независимости; снабжение жителей мегаполиса физически и экономически доступными продуктами питания – должна быть решена здесь изначально ограниченным набором инструментов.

Главная задача состоит в том, что ввиду недостаточного уровня развития перерабатывающей промышленности, тем не менее, необходимо предпринимать меры для того, чтобы ее сформировать. Столичные власти данным вопросом обеспокоены были давно, результатом чего стало вступление в силу в 2006 г. Закона города Москвы «О продовольственной безопасности города Москвы», которое обозначило направление дальнейшего развития АПК мегаполиса. В законе были определены не только основные пути обеспечения продовольственной безопасности, но и были закреплены принципы целевого партнерства между частным капиталом и государством.

Содействие интеграции продовольственного комплекса мегаполиса с расположенными «в провинции» производителями сельскохозяйственной продукции в рамках совместных инвестиционных программ стало одним из основных способов обеспечения продовольственной безопасности, закрепленных этим законом. Однако необходимо отметить, что Москва не имеет столь большого количества ресурсов для производства продукции. Поэтому она ориентирована именно на «провинцию», вывозя из нее произведенные сырье для своих перерабатывающих предприятий. Чем это грозит местным производителям? В первую очередь – на предприятиях очень часто работают жители столицы (весь менеджмент, основные ключевые сотрудники). Во вторых – местный бюджет не получает налогов от переработки, которые являются бюджетообразующими (региональная часть налогов НДС, налог на прибыль, ЕСН и т.д.). Также очень часто инвесторы из других регионов, перейдя на внутренний рынок за определенным сырьем, меняют ориентацию производства, вырезая скотину и выращивая подсолнечник например. Данная ситуация характерна и для Ростовской области.

Таким образом, в регионе не решаются необходимые экономические и социальные проблемы. Подобная зависимость требует иного подхода к развитию АПК Ростовской области.

Для многих крупных регионов данная проблемы стоит также достаточно остро. В Москве, например, было принято решения о создании собственных агрохолдингов для жителей города. Подобная практика может быть заимствована и Ростовской областью. Агрохолдинги представляют собой крупные вертикально интегрированные аграрно-промышленные группы, контролирующие сотни тысяч гектаров земли и включающие в себя десятки различных предприятий по производству, переработке, хранению и продвижению на рынок продуктов питания. Иначе говоря, агрохолдинги финансируют и контролируют всю цепочку создания и реализации продуктов питания от поля или фермы до городского потребителя.

Первопричиной возникновения агрохолдингов в России стал обвальная спад отечественного сельскохозяйственного производства в 90-х гг. XX в. Первым создателем

российских агрохолдингов можно считать «Газпром». В 1993-1995 гг. он скупил около трех сотен сельскохозяйственных предприятий по всей стране. Но возникшие в «Газпроме» агроструктуры не имели четко продуманных стимулов развития, и поэтому оказались низкорентабельными. В настоящее время происходит стагнация газпромовского агрохолдинга. Газпромовские сельхозпредприятия накапливают долги, и их постепенно распродают, хотя формально «Газпром» до сих пор остается крупнейшим агрохолдингом. Новым импульсом создания агрохолдингов стал дефолт 1998 г. Резкое снижение стимулов к импорту сельскохозяйственной продукции в Россию при росте стимулов к собственному аграрному производству сделало инвестиционно привлекательной аграрную сферу. Начался процесс движения в сельскую местность крупных капиталов с целью извлечения прибыли за счет концентрации и модернизации аграрного производства по образцам обрабатывающей промышленности. Для их деятельности характерен подход, обозначенный главой агропромышленного холдинга «Русагрокапитал» Яковом Шляпочником. Он сказал о том, что возглавляемый им агрохолдинг ищет не постсоветские колхозы, а реальные рыночные компании, которые будут готовы в обмен на инвестиции предоставить достаточные гарантии их возврата.

Таким образом, обозначился новый подход к сотрудничеству финансового капитала и сельскохозяйственного производства – на основе коммерческой выгоды, то есть на основе экономического интереса. Еще одним из мотивов к их созданию стала необходимость обеспечения продовольственной безопасности крупных городов – потребителей. Для расширения собственного агропродовольственного потенциала и обеспечения гарантированных поставок отечественного продовольствия была принята целевая программа интеграции предприятий продовольственного комплекса. Москва первая стала развивать агрохолдинги в регионах, издав данную программу. В соответствии с ней столичные предприятия, занимающиеся оптовой торговлей, а также перерабатывающие предприятия осуществляли приобретение контрольных пакетов акций местных сельхозпроизводителей небольших размеров, что не привлекало внимание властей, и вкладывали средства в их дальнейшее развитие.

Данная программа формировалась на основе конкретных инвестиционных проектов более чем по 70-ти хозяйствам в регионах РФ, с целью увеличения объема поставок московских агрохолдингов в столицу до 1 млн. различных видов сельскохозяйственного сырья и продовольствия.

В результате положительного опыта создания и развития агрохолдингов удалось сформировать систему гарантированного снабжения Москвы продовольствием. «Доля реального влияния властей на формирование продовольственных ресурсов оценивается в 30 %, а на координацию продовольственного рынка – в 70 %. То есть москвичам гарантируется, что 70 % потребляемых продуктов, составляющих основу их продовольственной корзины, обеспечены необходимыми товарами путем организованных поставок через материально-техническую базу города, а 30 % гарантированно производится и закупается с финансовой поддержкой Правительства Москвы». В Ростовской области проблемой продовольственной безопасности не обеспокоены. Основная причина этого в недостаточно детальном анализе обеспеченности населения продовольствием.

Эффективность работы агрохолдингов и образованной ими сети предприятий оптового продовольственного комплекса базируется на принципах партнерства частного и государственного капиталов.

В основе взаимодействия частных структур и городской власти должен лежать баланс экономических интересов частных предпринимателей и городских властных структур. Городские власти поддерживают инвестиционные проекты с тем, чтобы обеспечить продовольственную безопасность. А частные инвесторы получают возможность извлечь финансовую выгоду от своих вложений с наименьшей степенью риска.

Приоритетный национальный проект «Развитие АПК», который был принят Правительством РФ, учитывает интересы столичных инвесторов по развитию

интеграционных связей московских предприятий и поддержке АПК, особенно это относится к отрасли животноводства. Столичные власти признают, что Москва и центральный регион недостаточно обеспечен продовольствием из-за сырьевого кризиса в регионах. Именно поэтому 12 московских агрохолдингов (ОАО АПК ИКМА, ЗАО АВК «Эксима», ЗАО «АМС-Агро», ООО ЗК «Настюша», ЗАО «Система Зерностандарт», ОАО «Алтуфьево», ОАО «АПК «Михайловский» и другие) разработали около 20 проектов развития животноводства, которые будут реализовываться в 10 регионах страны. В рамках проекта «Развитие АПК» московскими агрохолдингами предусматривается создание современных оснащенных передовыми технологиями животноводческих комплексов по всей России.

Подобная деятельность столичных властей демонстрирует определяющую роль государства в решении проблем обеспечения продовольственной безопасности региона, а также ведущую роль в решении данных проблем такого инструмента как слияния и поглощения. По данным этих процессов создаются агрохолдинги, которые позволяют решить множество насущных на сегодня проблем сельского хозяйства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Информационный бюллетень Министерства сельского хозяйства Российской Федерации [Текст]. – 2009. - №5.
2. Нобатова, М. Острые углы интеграции [Текст] / М. Нобатова // Слияния и поглощения. – 2006. - №3.
3. Патока, Л. Значимость концентрации капитала [Текст] / Л. Патока // Экономист. – 2006. - №8.
4. Скакунова, А.А. Проблемы интеграции России в мировое хозяйство [Текст] / А.А. Скакунова // Известия ОрелГТУ «Экономические и гуманитарные науки». – 2009. - №5. – С 18-22
5. <http://www.k-vedomosti.ru/newsshow.php?Nid=26212&Page={Page}>

Щербина Оксана Владимировна

ФГОУ ВПО «Северо-Кавказская академия государственной службы»

344019, г.Ростов-на-Дону, ул. Таганрогская, д. 145/5, к. 39

Аспирант

Тел.: 8(960)446-42-96

E-mail: Future-ksusha@yandex.ru



Журнал «Управленческий учет» входит в перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, определенных ВАК, для публикации трудов на соискание ученых степеней.

Периодичность журнала - ежемесячно.

Издательство «Финпресс».

Журнал «Управленческий учет» призван решать важные задачи информирования читателей о современных разработках в области управленческого учета, о результатах внедрения системы получения управленческой информации и о последних достижениях в области программного обеспечения, способствующих повышению эффективности функционирования системы управленческого учета.

ДАНИЛКИН В.В., АРТЕМОВА Е.Н.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОГНИТИВНОГО ИМИДЖА ТУРИСТСКИХ ЦЕНТРОВ «РОССИЯ» И «ГЕРМАНИЯ» НА ОСНОВЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОЦЕНОК НЕМЕЦКОЙ И РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

На основе метода потребительских оценок исследован когнитивный имидж туристских центров «Россия» и «Германия» по значимым для немецкой и российской молодежи показателям. Рассчитан индекс туристской привлекательности обеих стран. В ходе сравнения профилей туристской привлекательности изучаемых стран с профилями идеальных турцентров определены недостатки и конкурентные преимущества России и Германии на международном рынке молодежного туризма.

Ключевые слова: туристский центр, Россия, Германия, имидж, когнитивный компонент имиджа, туристская привлекательность, молодежный туррынок, потребительская оценка

The cognitive image component of the destinations “Russia” and “Germany” was researched based on the method of consumer evaluation according to the factors which are important for German and Russian young people. The tourist attractiveness index of the both countries was calculated. Comparing the tourist attractiveness profiles of the researched countries with the profiles of the ideal destinations weaknesses and competitive advantages of Russia and Germany at the international youth travel market were defined.

Key words: destination, Russia, Germany, image, cognitive image component, tourist attractiveness, youth travel market, consumer evaluation

Имидж страны является важным фактором, оказывающим влияние на выбор туристами цели путешествия. Имидж туристского центра представляет собой целостное впечатление, формирующееся в результате оценки потребителем индивидуальных характеристик определенного турцентра, которые могут иметь как аффективное (эмоциональное), так и когнитивное (познавательное) содержание [1, 2]. Именно когнитивный имидж являлся объектом многих зарубежных и большей части имеющихся российских исследований в области маркетинга территорий. Исследование когнитивного имиджа способно дать важную маркетинговую информацию, касающуюся наиболее приоритетных для туристов критериев в выборе турцентра, и позволяющую оценить данные критерии в числовом выражении в отношении изучаемого турцентра. Знание приоритетных критериев оценки турцентров и их выраженность у определенной территории будет полезным при составлении научно обоснованных стратегий по корректировке имиджа территории, выявлении ее сильных и слабых сторон.

На основе имеющихся в литературе подходов была разработана методика исследования когнитивного имиджа туристских центров «Россия» и «Германия» на молодежном сегменте немецкого и российского туррынков, которая включает в себя следующие этапы:

1. Составление на основе ассоциативного портфолио перечня значимых показателей, которые немецкая и российская молодежь учитывает при выборе туристского центра для совершения путешествия.
2. Оценка важности показателей, влияющих на выбор молодежью туристского центра.
3. Оценка туристских центров «Россия» и «Германия» с учетом показателей, составленных в ходе первого этапа исследования.
4. Расчет индекса туристской привлекательности турцентров «Россия» и «Германия» на основе оценок российской и немецкой молодежи, полученных на втором и третьем этапах исследования. Построение профилей туристской привлекательности турцентров «Россия» и «Германия» на основе рассчитанных индексов.

5. Расчет индекса и построение профиля туристской привлекательности идеального туристского центра и его сравнение с профилями туристской привлекательности турцентров «Россия» и «Германия» и выявление их сильных и слабых сторон.

Сбор первичный информации о потребительских оценках молодежи осуществлялся с помощью метода анкетного опроса. Всего было опрошено 410 представителей немецкой и 412 представителей российской молодежи, в основном учащиеся учебных заведений Бремена, Берлина и Орла.

На основе ассоциативных портфолио, полученных в ходе исследования аффективного компонента имиджа России и Германии [3], были выделены четыре группы компонентов, которые затем использовались для оценки когнитивного имиджа изучаемых туристских центров. Всего было выделено восемнадцать показателей (таблица 1).

Таблица 1 - Показатели оценки когнитивного имиджа турцентра

Агрегированный показатель	Единичные показатели
Характеристика туристского потенциала (Y_{mn})	Туристские аттракции (Y_{mn1}), Экзотика (Y_{mn2}), Открытость миру (Y_{mn3}), Уровень развития туристской инфраструктуры (Y_{mn4}), Предложения по проведению досуга (Y_{mn5})
Географическая характеристика (Y_{ex})	Климат (Y_{ex1}), Ландшафты (Y_{ex2}), Удаленность (Y_{ex3}), Экология (Y_{ex4})
Характеристика культурно-исторического наследия (Y_{kin})	Национальная кухня (Y_{kin1}), Культурное наследие (Y_{kin2}), Гостеприимство (Y_{kin3}), Отношение к иностранцам (Y_{kin4}), Понятность языка местных жителей (Y_{kin5}), Историческая значимость (Y_{kin6})
Социально-экономическая характеристика ($Y_{сэх}$)	Экономическое развитие ($Y_{сэх1}$), Политическая стабильность ($Y_{сэх2}$), Безопасность ($Y_{сэх3}$)

Методологической основой двух последующих этапов явились потребительские оценки предложенных показателей. Респондентам необходимо было вначале оценить каждый из приведенных в анкете показателей по пятибалльной шкале в зависимости от его важности в процессе принятия ими решения о выборе туристского центра. Решение данной задачи позволило определить значимость X_i исследуемого i -ного показателя туристского центра. В таблице 2 представлена балльная оценка значимости оцениваемых показателей для российской и немецкой молодежи.

Таблица 2 – Балльная оценка показателей характеристик турцентров «Россия» и «Германия» и их значимости для российской и немецкой молодежи

Показатель	Оценка значимости показателя (X_i)		Оценка показателя характеристик туристского центра (Y_i)	
	Немецкая молодежь	Российская молодежь	Россия	Германия
1	2	3	4	5
Туристские аттракции	4,16	4,64	4,30	4,69
Экзотика	3,03	3,23	2,88	2,12
Открытость миру	3,65	2,56	2,97	3,52
Уровень развития туристской инфраструктуры	3,09	3,28	2,83	3,51
Предложения по проведению досуга	4,04	4,07	3,34	3,50
Климат	4,35	4,77	2,47	2,86
Ландшафты	4,12	4,62	4,17	4,07
Удаленность	3,66	2,59	2,76	2,83
Экология	3,15	3,89	2,31	4,64
Национальная кухня	4,17	3,99	3,78	3,46
Культурное наследие	3,69	3,39	4,27	4,62
Гостеприимство	4,17	3,90	3,89	2,87
Отношение к иностранцам	4,14	3,98	3,36	3,42

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5
Понятность языка местных жителей	2,57	2,58	1,70	2,02
Историческая значимость	2,69	2,65	4,36	4,11
Экономическое развитие	2,10	1,98	2,44	4,05
Политическая стабильность	3,13	2,59	2,45	3,47
Безопасность	4,13	4,72	2,38	4,11

На третьем этапе исследования в рамках того же анкетного опроса респонденты должны были оценить представленные показатели в отношении туристских центров «Россия» и «Германия» по пятибалльной шкале. Оценка «5» означала, что данная характеристика наиболее ярко выражена у туристского центра, в то время как значение «1» указывало на то, что данная характеристика представлена незначительно или вообще отсутствует у изучаемого турцентра. Таким образом, получаем Y_i оцениваемого показателя для турцентров «Россия» и «Германия» (таблица 2).

Для определения суммарной оценки каждой характеристики туристского центра использовалась следующая формула:

$$J_i = \sum_{i=1}^n X_i Y_{ji} \quad (1)$$

где J_j – суммарная оценка j -ой характеристики турцентра;

X_i – значимость i -ного ($i = 1, \dots, n$) показателя j -ой характеристики турцентра с точки зрения респондентов;

Y_{ji} – оценка i -ного показателя j -ой характеристики турцентра.

Индекс туристской привлекательности турцентра – интегральный показатель суммарной оценки респондентами j -ой характеристики турцентра (J_j), которая складывается из частных оценок по i -ным ($i = 1, \dots, n$) показателя j -ой характеристики турцентра $J_{j1}, J_{j2}, \dots, J_{jn}$:

$$J_i = \sum_{i=1}^{ij} X_i Y_{ji} = \sum_{u=1}^m J_{ij} = J_{j1} + J_{j2} + \dots + J_{jn} \quad (2)$$

Используя данную формулу, были рассчитаны суммарные показатели характеристик туристских центров «Россия» и «Германия» (таблица 3).

Таблица 3 - Суммарные оценки характеристик туристских центров «Россия» и «Германия»

Характеристика	Туристский центр	
	Россия	Германия
Характеристика туристского потенциала (J_{mn})	59,69	63,38
Географическая характеристика (J_{zx})	45,30	57,82
Характеристика культурно-исторического наследия ($J_{кин}$)	77,78	70,37
Социально-экономическая характеристика ($J_{cэx}$)	22,63	36,4

Исходя из сравнения суммарных оценок характеристик турцентров, представленных в таблице 3 видно что Россия превосходит Германию лишь по показателю «Характеристика культурно-исторического наследия», уступая в остальных.

На основе оценок суммарных показателей характеристик турцентров был рассчитан интегрированный индекс привлекательности туристских центров «Россия» (J_p) и «Германия» (J_r), отражающий оценку молодежью когнитивного компонента их имиджа. Для туристского центра «Германия» данный индекс составляет $J_r = 227,97$, в то время как индекс туристской привлекательности России $J_p = 201,40$. Таким образом, туристская привлекательность Германии, а, следовательно, и ее когнитивный имидж у российской молодежи выше на 26,57

балла туристской привлекательности и когнитивного имиджа России, полученного на основе оценок, данных немецкой молодёжью.

С целью более наглядного выявления расхождений в имидже обеих стран для молодых туристов построим и сравним профили туристской привлекательности турцентров «Россия» и «Германия».

Из представленных на рисунке 1 профилей видно, что турцентр «Россия» уступает турцентру «Германия» в наибольшей степени по таким характеристикам как «Безопасность» и «Экология». В меньшей степени Россия уступает Германии по следующим характеристикам: «Ландшафты», «Политическая стабильность», «Экономическое развитие», «Климат», «Туристские аттракции», «Уровень развития туристской инфраструктуры». В свою очередь, туристский центр «Германия» уступает России по таким показателям как «Гостеприимство», «Экзотика», «Национальная кухня», «Открытость миру». Практически совпадает туристская привлекательность России и Германии в точках «Культурное наследие», «Удаленность», «Понятность языка местных жителей», «Предложения по организации досуга», «Историческая значимость», «Отношение к иностранцам».

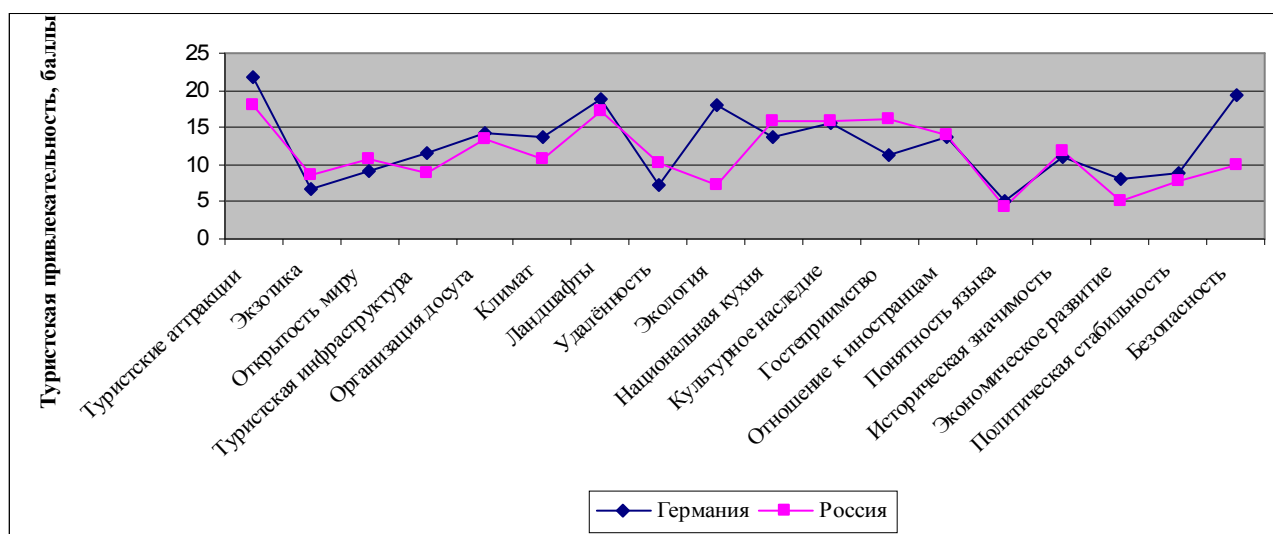


Рисунок 1 – Профили туристской привлекательности России и Германии

Весьма полезным при исследовании когнитивного компонента имиджа туристского центра является сравнение полученного результата с когнитивным имиджем идеального туристского центра, поскольку это позволит лучше понять, какие требования потребители предъявляют к туристскому центру и насколько данный турцентр соответствует этим требованиям, т.е. насколько он является конкурентоспособным. На основе такого сопоставления можно также выделить сильные и слабые стороны турцентра, знание которых будет полезным при разработке комплекса мер по корректировке имиджа в целом.

Индекс привлекательности идеального туристского центра по сопоставимым показателям рассчитывается, принимая во внимание данные респондентами оценки значимости сопоставимых характеристик, а также установив при оценке каждой сопоставимой характеристики максимально возможный пятибалльный показатель. В таблице 4 представлены индексы привлекательности реальных и идеальных туристских центров по сопоставимым характеристикам, полученных на основе оценок немецкой и российской молодежи.

Рассмотрим наглядно, по каким сопоставимым факторам туристские центры «Россия» и «Германия» отстают от идеального значения. Для этого необходимо построить в виде графиков профили привлекательности турцентров «Россия», «Германия» и идеального турцентра (рисунки 2, 3).

Таблица 4 – Оценки показателей характеристик туристских центров «Россия» и «Германия»

Показатель	Оценка реального показателя характеристик туристского центра (J_i)		Оценка идеального показателя характеристик туристского центра ($J_{ид}$)	
	Россия	Германия	Россия	Германия
Туристские аттракции	17,89	21,76	20,80	23,20
Экзотика	8,73	6,85	15,15	16,15
Открытость миру	10,84	9,01	18,25	12,80
Уровень развития туристской инфраструктуры	8,74	11,51	15,45	16,40
Предложения по проведению досуга	13,49	14,25	20,20	20,35
Климат	10,74	13,64	21,75	23,85
Ландшафты	17,18	18,80	20,60	23,10
Удалённость	10,10	7,33	18,30	12,95
Экология	7,28	18,05	15,75	19,45
Национальная кухня	15,76	13,81	20,85	19,95
Культурное наследие	15,76	15,66	18,45	16,95
Гостеприимство	16,25	11,19	20,85	19,50
Отношение к иностранцам»	13,91	13,61	20,70	19,90
Понятность языка местных жителей	4,37	5,21	12,85	12,90
Историческая значимость	11,73	10,89	13,45	13,25
Экономическое развитие	5,13	8,02	10,51	9,90
Политическая стабильность	7,67	8,99	15,65	12,95
Безопасность	9,83	19,39	20,65	23,60

Исходя из сравнения, представленных на рисунках 2 и 3 профилей, можно выделить сильные и слабые стороны туристских центров «Россия» и «Германия». Наибольшее расхождение между профилем идеального турцентра и турцентра «Россия» наблюдается в точке сопоставимого показателя «Климат». Разница здесь составляет 11,01 баллов. Большое расхождение также наблюдается по показателю «Безопасность» (10,82 балла). Наименьшее расхождение между профилем идеального турцентра и турцентра «Россия» наблюдается по сопоставимому показателю «Историческая значимость» (всего 1,72 балла). Расхождения по сопоставимым показателям «Культурное наследие», «Туристские аттракции» и «Ландшафты» также невелики и составляют 2,69, 2,91 и 3,42 балла соответственно.

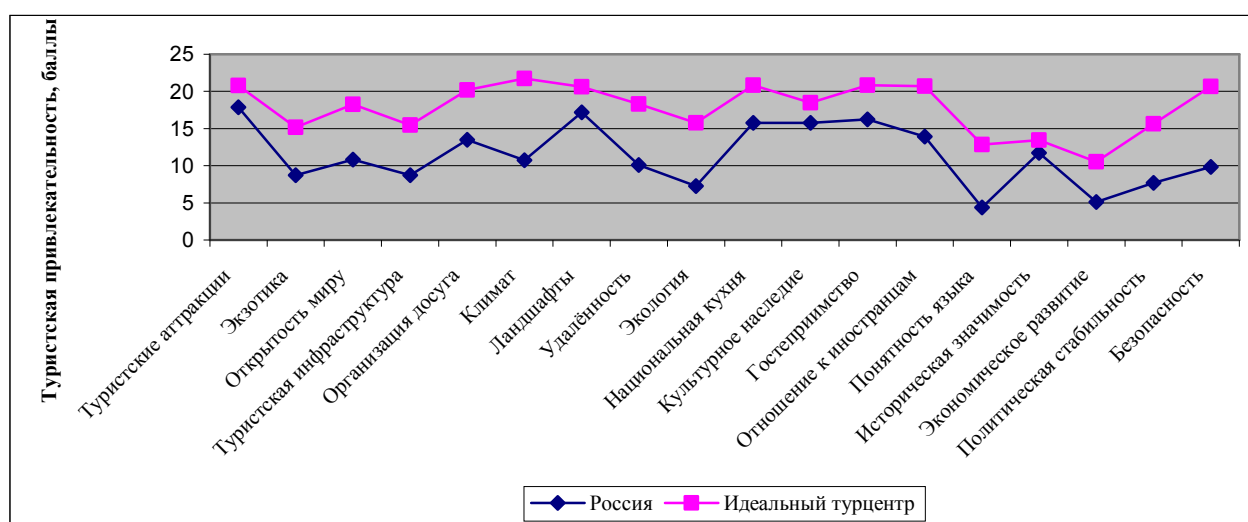


Рисунок 2 – Профили туристской привлекательности России и идеального турцентра

Наибольшее расхождение между профилем идеального туристского центра и турцентра «Германия» наблюдается по таким характеристикам как «Климат», «Экзотика», «Гостеприимство», «Понятность языка местных жителей». Разница здесь составляет 10,21,

9,30, 8,70, 8,31 и 7,69 баллов соответственно. Наименьшее расхождение между профилем идеального турцентра и турцентра «Германия» наблюдается по сопоставимым показателям «Культурное наследие» (1,29 балла) и «Экология» (1,40 балла).

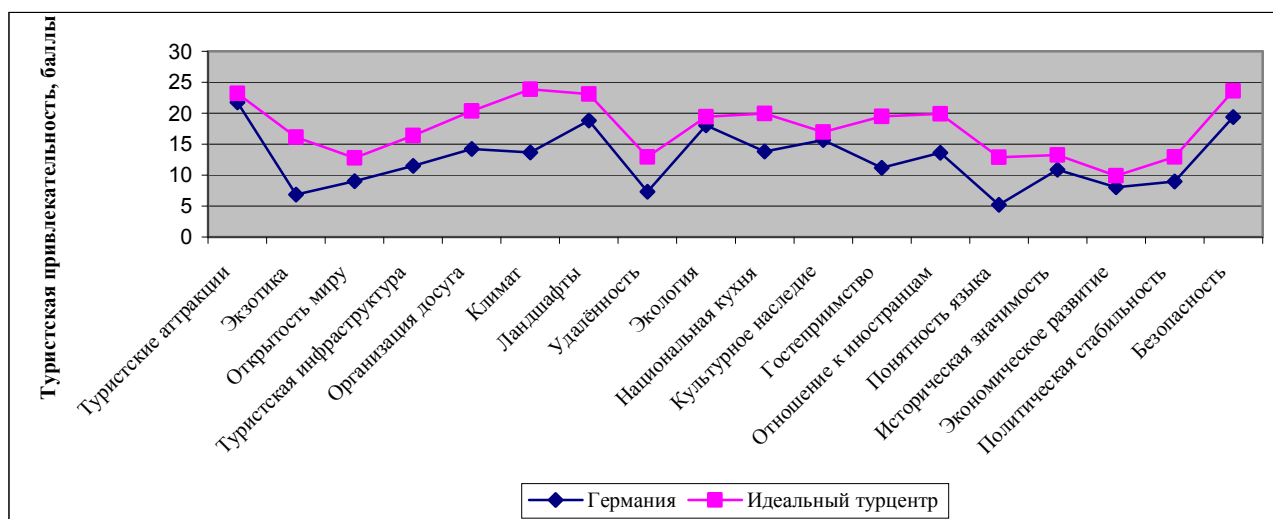


Рисунок 3 – Профили туристской привлекательности Германии и идеального турцентра

В таблице 5 представлены сильные и слабые стороны турцентров «Россия» и «Германия». Сильные стороны представлены в порядке их наименьшего расхождения с показателями идеального турцентра по сопоставимым характеристикам. Слабые стороны расположены в таблице в порядке наибольшего расхождения со значениями показателей идеального турцентра.

Сильные стороны туристских центров «Россия» и «Германия» представляют собой их конкурентные преимущества на рынке международного туризма. Наибольшей конкурентоспособностью Россия обладает по таким характеристикам как «Историческая значимость», «Культурное наследие», «Туристские аттракции». Конкурентными преимуществами Германии как туристского центра также являются такие характеристики как «Культурное наследие», «Туристские аттракции», а также «Экология».

Таблица 5 – Сильные и слабые стороны турцентров «Россия» и «Германия»

Турцентр	Стороны турцентра	Ранг	Характеристики	Расхождение со значением идеального турцентра, баллы
1	2	3	4	5
Россия	Сильные стороны	1	Историческая значимость	1,72
		2	Культурное наследие	2,69
		3	Туристские аттракции	2,91
		4	Ландшафты	3,42
		5	Гостеприимство	4,60
		6	Национальная кухня	5,09
		7	Экономическое развитие	5,38
	Слабые стороны	1	Климат	11,01
		2	Безопасность	10,82
		3	Понятность языка местных жителей	8,48
		4	Экология	8,47
		5	Удаленность	8,20
		6	Политическая стабильность	7,98
		7	Открытость миру	7,41
		8	Отношение к иностранцам	6,79
		9	Уровень развития туристской инфраструктуры	6,71
		10	Предложения по проведению досуга	6,71

Продолжение таблицы 5

1	2	3	4	5
		11	Экзотика	6,42
Германия	Сильные стороны	1	Культурное наследие	1,29
		2	Экология	1,40
		3	Туристские аттракции	1,44
		4	Экономическое развитие	1,88
		5	Историческая значимость	2,36
		6	Открытость миру	3,79
		7	Политическая стабильность	3,96
		8	Безопасность	4,21
		9	Ландшафты	4,30
		10	Уровень развития туристской инфраструктуры	4,89
	Слабые стороны	1	Климат	10,21
		2	Экзотика	9,30
		3	Гостеприимство	8,31
		4	Понятность языка местных жителей	7,69
		5	Отношение к иностранцам	6,29
		6	Предложения по проведению досуга	6,10
		7	Национальная кухня	6,14
		8	Удаленность	5,62

Таким образом, использование описанной методики позволило выявить оценку молодежью когнитивного компонента имиджа туристских центров «Россия» и «Германия», представленного в числовом выражении индексом туристской привлекательности. Сравнение индексов туристской привлекательности обоих турцентров с идеальными значениями позволило выделить их конкурентные преимущества, которые могут быть использованы турцентрами при продвижении своего национального туристского продукта на международном рынке молодежного туризма.

ЛИТЕРАТУРА

1. Oxenfeldt, A.R. Developing a Favorable Price-Quality Image [Text] / A.R. Oxenfeldt // Journal of Retailing. – 1975. – No 4. – P. 8-14.
2. San Martin H., Rodriguez I.A. Exploring the Cognitive-Affective Nature of Destination Image and the Role of Psychological Factors in its Formation [Text] / H. San Martin, I.A. Rodriguez // Tourism Management. - 2008. – No 29. - P. 263-277.
3. Данилкин, В.В. Ассоциативное портфолио как методологическая основа изучения аффективного компонента имиджа туристских центров «Россия» и «Германия» [Текст] / В.В. Данилкин, Е.Н. Артемова // Известия ОрелГТУ «Экономические и гуманитарные науки». – 2009. - № 5. – С. 3-10.

Данилкин Владимир Владимирович

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское ш., 29
Аспирант, инженер-лаборант кафедры «Технология и организация питания, гостиничного хозяйства и туризма»
Тел.: (4862) 41 98 61
E-mail: turizm@ostu.ru

Артемова Елена Николаевна

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское ш., 29
Доктор технических наук, зав. кафедрой «Технология и организация питания, гостиничного хозяйства и туризма»
Тел.: (4862) 41 98 61
E-mail: aln@ostu.ru

МАЛЯВКИНА Л.И., СЕРГЕЕВА И.И.

ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ КОНЦЕНТРАЦИИ И ЦЕНТРАЛИЗАЦИИ ТОРГОВЛИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Современная розничная торговля в России переживает этап бурного развития, главными отличительными чертами которого является переход от экстенсивного к интенсивному типу развития, заключающемуся в широкомасштабном проникновении в сферу ритейла глобальных зарубежных и отечественных торговых сетей, сокращении доли рыночной торговли, укрупнении и интенсификации розничных сетей, и существенном обострении конкуренции между крупными розничными сетями.

Ключевые слова: концентрация, централизация, розничная торговля.

The modern retail trade in Russia endures a rapid development stage, the main things distinguish-telnymi which lines transition from extensive development to intensive type is, I consistshchemu in large-scale penetration into sphere global foreign and domestic tor-govyh networks, reduction of a share of marketing, integration and an intensification of retail networks, and sushchest-vennom a competition aggravation between large retail networks.

Key words: concentration, centralisation, retail trade.

Концентрация и централизация капитала являются естественными процессами в рыночной экономике, неизбежно приводящими к формированию крупных масштабов производства. На фоне ожесточённой конкурентной борьбы осуществляется централизация капитала как в форме поглощения (покупки или передачи обесцененных активов) мелких капиталов крупными, так и путём образования акционерных обществ (слияния). Сосредоточение значительных денежных капиталов в кредитной системе и их участие в выпуске и размещении акций позволяют создавать крупные предприятия с широким масштабом операций, которые не под силу отдельным собственникам. Экономический кризис несет в себе определенные возможности, так как многие активы на фондовом рынке обесцениваются, что делает их весьма привлекательными для приобретения с надеждой на будущий рост экономики.

Концентрация и централизация тесно связаны между собой, поскольку ведут к укрупнению масштабов производства и капитала, однако они существенно различаются по способам достижения цели. Концентрация осуществляется за счет накопления капитала путем превращения полученной прибыли в инвестиции, которые обеспечивают увеличение масштабов производства и снижение затрат на производство единицы продукции, что дает выигрыш в конкурентной борьбе. Она реализуется через создание новых крупных предприятий и реконструкцию или расширение действующих. Централизация осуществляется за счет наращивания капитала путем соединения капиталов разных собственников, т.е. слияния производств. От расширения масштабов производства выигрывает не только владелец производства, но и общество в целом, давая возможность экономического роста, лидерования в техническом и социальном прогрессе. Процессы концентрации производства и капитала носят в целом прогрессивный характер, хотя и противоречивый по тем тенденциям, которые они порождают. Мировая практика на протяжении последнего столетия убедительно доказала высокую эффективность концентрации производства и капитала. Увеличение масштабов производства в процессе концентрации и централизации осуществляется по следующим направлениям: горизонтальная интеграция - слияние двух или более компаний, занятых в одной сфере производства; вертикальная интеграция - комбинация компаний, производство в которых связано единой целью; диверсификация - комбинация компаний, технологически не связанных между собой.

Начало нового тысячелетия отмечается стабильно высокими темпами роста торговли в сравнении с другими отраслями экономики, но в действительности в торговой отрасли можно выделить отдельные группы и секторы, демонстрирующие значительные отличия в тенденциях и динамике развития. Для одних групп характерны темпы роста, опережающие средне отраслевые, а для других, наоборот, развивающиеся менее динамично. Так, наиболее высокие темпы роста наблюдаются в группе крупных предприятий, что подтверждает усиление процессов концентрации и централизации в рассматриваемой сфере. Крупные предприятия занимают лидирующие позиции.

В оптовой торговле потребительскими товарами темпы роста оборотов крупных предприятий устойчиво держатся на уровне 40-45 %, продукцией производственно-технического назначения - 22 %. Оборот крупных предприятий розничной торговли растет в среднем на 40 %, в ресторанном бизнесе - на 30 %. Напротив, в секторе малых предприятий темпы значительно ниже: в розничной торговле - около 16 % (т.е. почти чисто инфляционный рост), несколько выше в ресторанах - 21 % [3] (таблица 1).

Таблица 1 - Степень концентрации российских торговых предприятий в 2008 г.

	Концентрация, %		Доля оборотных затрат в валовом доходе, %	Удельный среднегодовой оборот одного предприятия, млн.
	по доле крупных предприятий	по доле доходов крупных предприятий		
Розничная торговля	17,8	54,4	44,8	45,5
Рестораны	22,0	66,1	46,7	17,8
Оптовая торговля	9,8	37,2	39,6	92,4
Все предприятия торговли	12,5	40,9	40,8	64,2

Количество крупных предприятий в розничной торговле и ресторанах составляет пятую часть (около 20%). При этом 17,8 % крупных предприятий в сфере розничной торговли контролируют более 54 % всех доходов отрасли. Ещё большая концентрация капитала в ресторанном бизнесе - 66 % доходов на 22 % крупных предприятий. В оптовой торговле доля крупных предприятий почти в 2 раза ниже - около 10 %. Контролируют же они 37% рынка, что несколько ниже, чем в розничной торговле. В абсолютных цифрах - в секторе оптовой торговли функционируют порядка 34 тыс. крупных предприятий, в розничной торговле - 24 тыс., а в ресторанном бизнесе (самый малый - и по числу игроков, и по оборотам) - 4 тыс. предприятий. Эта тенденция характерна для различных регионов. Так по итогам переписи в Петербурге и пригородах было зафиксировано более 5,5 тыс. торговых точек. Половина всех розничных предприятий приходится на нестационарную торговлю (павильоны и киоски), более двух третей - на предприятия с площадью торгового зала до 100 кв. метров. Сетевые крупные магазины с площадью 400 кв. метров и более занимают всего 8% от общего количества, однако, по оценкам экспертов, они осуществляют 40^5% всех продаж продуктов питания. Усиление процессов концентрации торговли не является отличительной чертой России, этот процесс характерен практически для всех стран. Например, во Франции за последние 20 лет число компаний, входящих в Национальный синдикат продовольственных фирм, владеющих филиалами, сократилось в 1,8 раза, т.е. происходит слияние наиболее мелких компаний или же их поглощение более крупными.

Естественным толчком для процессов концентрации и централизации производства и капитала, происходящих в экономиках разных стран является мировой экономический кризис, который сопровождается нарастанием этих процессов. В настоящее время они наблюдаются и в оптовой и в розничной торговле. Одним из проявлений концентрации розничной торговли на российском потребительском рынке является широкое распространение корпоративных торговых сетей. Торговые сети на территории Российской Федерации начали появляться в последние десять лет. Крупные

масштабы позволяют им существенно повышать оперативность сбыта товаров, снижать издержки обращения на единицу реализуемого товара, более оперативно реагировать на изменение конъюнктуры рынка, а также шире использовать современные методы продажи, что значительно повышает их конкурентоспособность и устойчивость на рынке розничных продаж. Формат такого объединения позволяет сконцентрировать под эгидой одной компании большое число магазинов и дает возможность закупать для них товары более крупными партиями непосредственно у производителей или крупных оптовиков, сокращая тем самым издержки и снижая розничные цены за счет больших скидок, предоставляемых оптовыми продавцами. Укрупнение торговых предприятий осуществляется не только за счет их слияния, но и за счет значительного увеличения размеров сети с целью эффективного использования масштаба для обеспечения дальнейшего расширения и роста объема продаж без уменьшения рентабельности. Рост капитализации сети жизненно необходим для обеспечения возможности финансирования ее интенсивного развития. При этом для увеличения рыночной стоимости торговой сети необходимо создать устойчивое конкурентное преимущество по издержкам и потребительской ценности.

Современная торговля использует несколько различных форматов розничной торговли: гипермаркет, супермаркет, cash & carry (мелкооптовые предприятия розничной торговли), дискаунтер, магазин «у дома». Форматы - гипермаркет и cash & carry заимствованы у развитых крупных западных торговых сетей, они более демократичны по сравнению с супермаркетами и в основном обслуживают покупателей среднего и эконом класса. Гипермаркеты впервые появились на российском рынке двенадцать лет назад благодаря экспансии крупных зарубежных сетей, осваивающих новые территории. Первым свой гипермаркет открыл «Рамстор» в 1997 г. Наиболее развивающимся можно признать «Ашан», который появился на российском рынке позднее, а сегодня он возглавляет сегмент гипермаркетов благодаря своей агрессивной ценовой политике. Российские участники рынка в этом сегменте представлены такими сетями как «Мосмарт», «Седьмой Континент», «Перекресток», причем два последних ранее традиционно работали в формате супермаркетов и магазинов шаговой доступности «у дома». Типичными представителями формата мелкооптовой розничной торговли «cash & carry» являются сети «Метро» и «Лента». Компании, действующие в формате гипермаркетов, работают в основном в соответствии с западными стандартами [1].

Традиционный формат супермаркетов в настоящее время расширился за счет дополнительного вида предприятий торговли - «магазин у дома» (магазин шаговой доступности), в современной западной терминологии выступающий как «convenience store». Как правило, это торговое предприятие расположено в удобном месте (близко к пересечению транспортных артерий или в жилых массивах с высокой плотностью населения, иногда - на первых этажах жилых домов), имеет удлиненный рабочий день, но реализует несколько ограниченный ассортимент товаров повседневного спроса. Плата за удобства выражается в несколько более высокой ценовой категории, воспринимаемой как дополнительная услуга. При этом для российского рынка уровень цен существенно зависит от покупательной способности потребителей данного района и в ряде районов, не позиционирующих себя как элитные, реализуемые товары не имеют высокой наценки.

Значительный рост в последние годы характерен для такой формы организации торговли как дискаунтеры, которые в основном обслуживают российских потребителей с низким уровнем доходов, чувствительных к цене продукции. На этом рынке полностью доминируют российские компании: «Пятерочка», «Дикси» («Дисконтцентр»), «Копейка» и «Магнит», последняя сочетает формат дискаунтера и магазина «возле дома» и широко представлена во многих регионах. Глобальное проникновение иностранных компаний и жесткая конкуренция вынуждают дискаунтеров предпринимать серьезные шаги к стабильному расширению ассортимента и улучшению сервиса. В условиях кризиса дискаунтеры привлекают потребителей не только с низким уровнем дохода, как было

раньше, но и со средним и высоким доходом, переориентирующих свои предпочтения. Именно дискаунтеры и магазины «возле дома» постепенно вытеснят открытые рынки, киоски и другие традиционные форматы. Для новых форматов характерно использование таких форм организации торговли, как самообслуживание, использование смешанного ассортимента товаров, предложение потребителям сопутствующих товаров и услуг, а также объединение в сети под едиными торговыми марками. Использование информационных технологий в управлении и организации торговли и доставки, более широкие возможности закупки, транспортировки к месту продаж, возможности осуществления единой ценовой политики, возможности создания эффективной и оптимальной системы логистики, получение ценовых скидок на оптовые закупки продукции у производителей и предложение собственных торговых марок позволяют получать крупным торговым предприятиям значительные конкурентные преимущества [1].

Статистические данные подтверждают, что в настоящее время большая часть рынка розничной торговли сформирована за счет крупных торговых сетей, что является одним из показателей роста уровня концентрации розничного рынка. В частности, «X5Retail Group» («Пятерочка», «Перекресток», «Карусель») контролирует в Москве 10 % рынка, в Нижнем Новгороде и в Уфе - 20 %, а Санкт-Петербурге - 35 %. «Седьмой континент» занимает 5% московского рынка, доля сети супермаркетов «Ашан» в столице также составляет 5%, а в Нижнем Новгороде - 20 % [4].

Кризисные явления привели к усилению процессов концентрации и централизации, поглощению малых сетей крупными. «На плаву» остались только частные магазинчики с постоянным ранее сформировавшимся кругом покупателей (как правило, элитных) - преимущественно в регионах, а также неконтролируемые рынки и недалеко ушедшие от них мелкие сети, и, естественно, крупные сетевые ритейлеры. В этом смысле Россия, хоть и с отставанием, но двигается к стандартам Восточной Европы, где доля сетевой розничной торговли составляет до 60% рынка. Таким образом, средние и мелкие сети будут вынуждены преодолевать кризис самостоятельно, что может привести многих к продаже бизнеса. По аналитическим оценкам «ИНФОЛайн» в 2009 г. далеко не все ритейлеры смогут сохранить показатели выручки, количества магазинов и торговых площадей даже на уровне 2008 г. Так по состоянию на март 2009 г. более 50 федеральных и региональных ритейлеров находятся на грани банкротства и могут прекратить существование до конца III квартала 2009 г. [7].

Современный период характеризуется быстрым ростом ритейлеров, особенно таких крупных как «Магнит» (1987 магазинов, выручка за 9 месяцев 2008 г. составила 3,8 млрд. долларов) и «X5Retail Group» (1101 магазин, выручка за 2008 г. - 8,8 млрд. долл.). Они обладают доступом к международным рынкам капитала, имеют позитивный имидж и довольно высокий уровень доверия со стороны потребителей, дополнительные источники финансирования в рамках программы государственной поддержки. Объемы финансирования весьма существенны, так компания «X5Retail Group» получила кредитную линию ВТБ на 7 млрд. руб., лимит которой сейчас увеличен до 9 млрд. руб. при условии, что часть средств будет направлена на реализацию сделок по приобретению региональных и федеральных торговых сетей. Возможности дополнительного финансирования и лидирующее положение на розничном рынке позволили данным торговым сетям обеспечить 70% открытий новых торговых точек в первом квартале 2009 г. (более 140 точек из 200). Заметим, что кризис внес свои коррективы и «X5Retail Group» вынуждена пойти на значительное сокращение инвестиций по программе капитальных затрат на 2009 г. - до 14 млрд. руб. [6].

Несмотря на кризис, российские торговые сети ведут весьма успешную деятельность. Особенно выделяется российская торговая сеть «Магнит». По сообщениям пресс-службы этой компании чистая розничная выручка в I полугодии 2009 г. составила 76 461,1 млн. руб., что превысило результат аналогичного периода 2008 г.

(58 828,85 млн. руб.) на 33,37%. В долларовом выражении выручка снизился на 3,43% - до 2 372,73 млн. (в 2008 г. - 2 456,93 млн.). В январе-июне 2009 г. «Магнит» открыл 226 магазинов, увеличив общее их количество до 2808 (18 гипермаркетов и 2790 формата «магазин у дома»). Общая торговая площадь магазинов компании выросла за этот период на 26,67% (с 714 604 до 905 215 кв. м). При этом количество покупателей увеличилось на 15,97% и достигло 475,1 млн. человек (409,67 млн. человек за 6 месяцев 2008 г.).

Особенностью процессов концентрации розничного рынка на современном этапе является смещение акцентов: ввод в строй площадей в основном осуществляется не за счет строительства новых объектов, а за счет покупки и аренды имеющихся. По сведениям компании «ИНФОЛайн-Аналитика» 2008 г. стал переломным в динамике девелоперских проектов. Если в 2007 г. наблюдался рост численности вновь открытых гипермаркетов, то в условиях кризиса в 2008 г. ритейлеры несколько снизили темпы ввода в строй новых объектов, а по прогнозу на 2009 г. количество открытий практически достигнет уровня 2004 г., большая часть которых будет осуществлена за счет региональных и международных сетей [7].

Стоимость аренды торговых площадей и объектов логистической инфраструктуры демонстрирует тенденцию к снижению. По данным Гильдии управляющих и девелоперов арендная плата за торговые площади с сентября 2009 г. сократилась на 26% в рублях (или на 48% в долларах). В денежном выражении ставка сегодня в среднем составляет 1 тыс. руб. за 1 кв. м в месяц. Она может существенно отличаться в зависимости от регионов. Так, в Москве стоимость аренды 1 кв. м в торговом центре составляет в среднем около 5 тыс. руб. в месяц, в Новосибирске -1,5 тыс. руб., в Красноярске -1 тыс. руб., а в Томске - 800 руб. в месяц. К концу 2009 г. эти показатели могут снизиться на 10%, а для якорных арендаторов - на 30-50%, если продолжится падение розничного товарооборота. Эта ситуация привела к резкому снижению конкуренции [2].

Как уже ранее отмечалось, отличительной чертой современного этапа является усиление внимания к региональному уровню. В России еще есть регионы, в которых доля сетевой торговли не достигла 10% в совокупном обороте розничной торговли, что позволяет сделать вывод о неравномерной обеспеченности граждан РФ современными торговыми форматами. Это способствует не только ликвидации мелких и средних местных участников ритейлеровского рынка, но и замещению локальных (региональных или местных) сетей федеральными (национальные или общероссийские) торговыми сетями, а также и международными. Продвижение крупных российских сетей в регионы прослеживается с 2002-2003 гг. В основном экспансии подвергаются города «второго уровня» (с населением свыше 500 тыс. человек). Сейчас она осуществляется более высокими темпами. Хотя розничные сети первыми приняли на себя удар мирового кризиса но, по прогнозам экспертов, у них найдутся средства, в том числе, с учетом финансовой помощи государства, и в результате они поглотят банкротов по бросовым ценам. Некоторые сети отказываются от Москвы, выставляя на продажу объекты в столице и в области. В зависимости от формата и целей, стоящих перед сетями, используются несколько основных вариантов расширения в регионах: открытие фирменных магазинов, приобретение местных торговых сетей или франчайзинг. Таким образом, преобладающей на данном этапе для отечественной розничной сетевой торговли является тенденция на укрупнение и объединение и активная экспансия на региональные рынки.

Для международных торговых компаний кризис открывает новые возможности для роста, ведь деятельность на мировом рынке может компенсировать потери товарооборота на родине. Важность и значимость для глобальных сетей развивающихся ритейлеровских рынков в период кризиса возрастает еще и потому, что по оценкам аналитиков спрос на развитых рынках восстанавливается очень медленно. Согласно опубликованному международной компанией «A.T. Kearney» ежегодному рейтингу 30-ти самых привлекательных рынков для розничной торговли, Россия наряду с Индией и Китаем вошла в первую тройку. По данным аналитического исследования «Индекс развития

глобального ритейла-2009» (Global Retail Development Index) несмотря на то, что в 2009 г. наблюдалось падение роста ВВП, Россия все еще имеет огромный потенциал для развития ритейла и перешла с 3-ей позиции в 2008 г. на 2-ю в 2009 г. [9]. В следующие 5 лет в стране прогнозируется 15-ти процентное увеличение объема товарооборота розничной торговли. В 2009 г. для иностранных сетей на российском рынке сложилась наиболее благоприятная ситуация. Более низкая арендная плата (в среднем на 20-40%, а в некоторых регионах до 70%) и снижение себестоимости строительства торговых объектов (по разным оценкам, на 35-45% по сравнению с 2008 г.) привлекают большой объем инвестиций. В первой половине 2009 г. резко активизировался процесс слияния ритейлеров. Примеров, подтверждающих это направление, вполне достаточно. Французская компания Carrefour (второй по величине ритейлер мира) сделала предварительное предложение о покупке контрольного пакета (74,8%) акций российской сети супермаркетов «Седьмой континент» и более 95 % акций компании «МКонтинент». Шанс сделать такую покупку Carrefour предоставил margin call Александра Занадворова по кредиту Deutsche Bank на 560 млн. долл. Американская компания Wal-Mart Stores, оператор крупнейшей в мире сети магазинов розничной торговли, ведет переговоры о продаже российской компании «Копейка», которая объединяет 528 универсамов в 24 российских регионах. В свою очередь, Wal-Mart Stores управляет более чем 7 тыс. магазинов по всему миру. В самом начале 2009 г. стало известно, что эта компания зарегистрировала свое дочернее предприятие в России. Еще раньше, летом 2008 г., Wal-Mart проводил переговоры по покупке сети супермаркетов «Лента», но они сорвались из-за обвала на фондовом рынке. В 2009 г. переговоры возобновились, но об их результатах ничего не сообщалось.

С 2002 г. появилась новая тенденция - продвижение отечественных сетей за пределы России. Некоторые из них (например, «Перекресток», «Патерсон» и «Пятерочка») уже открыли новые магазины в странах СНГ. В период кризиса темпы этого распространения существенно снизились. Особенностью современного этапа является создание в 2001 г. Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ). В настоящее время ее членами являются 30 крупнейших операторов розничного рынка России: «Арбат Престиж», «Ашан», «Билла», «Представительство Wal-mart», «Вестер», «Виктория», «Глобус Гурмэ», «Дикси», «Евро-сеть», «Икеа», «Карфур Рус», «Лента», «Леруа Мерлен», «Магнит», «Медиа-Маркт-Сатурн», «Копейка», «Холдинг МАРТА», «М.Видео», «МЕТРО Кэш энд Керри», «Мосмарт», «Оби», «О'Кей», «Реал-Гипермаркет», «Спортмастер», «Снежная Королева», «Старик Хоттабыч», «Три толстяка», «X5 Retail Group», «Холидей классик», «Эльдорадо». Процессы централизации и концентрации прослеживаются и для ритейла Орловской области. Данные таблицы 2 демонстрируют, что рост крупных предприятий осуществляется более высокими темпами, чем рост мелких [8].

Таблица 2 - Концентрация розничной торговли в Орловской области в 2007-2008 гг.

	2007г.		2008г.		Отклонение		Темп роста, %	
	Крупные и средние предприятия	Мелкие предприятия	Крупные и средние предприятия	Мелкие предприятия	Крупные и средние предприятия	Мелкие предприятия	Крупные и средние предприятия	Мелкие предприятия
Организации розничной торговли и по ремонту бытовых изделий и предметов личного пользования, единиц, в том числе	175	858	217	857	42	-1	124	100
розничная торговля в неспециализированных магазинах	58	246	70	274	12	28	121	111

Продолжение таблицы 2

розничная торговля пищевыми продуктами и табачными изделиями в специализированных магазинах	11	193	16	187	5	-6	145	97
розничная торговля фармацевтическими и медицинскими товарами, косметическими и парфюмерными товарами	63	75	62	68	-1	-7	98	91
прочая розничная торговля в специализированных магазинах	29	229	59	227	30	-2	203	99

За 2007-2008 гг. введено в строй 42 крупных предприятия, в то время как количество мелких сократилось. При этом в сфере продаж фармацевтических, медицинских, косметических и парфюмерных товаров число предприятий сократилось, но даже в этом случае группа мелких предприятий уменьшилась на 7 единиц, а крупных - только на 1. Значимое место по темпам внедрения и развития в торговой инфраструктуре занимают региональные и федеральные корпоративные торговые сети: ООО «ТД «Орловский каравай», ООО «ЮНИТ», ООО «МАН», ООО «Август -91», ОПО «Союз Орловщины», ЗАО «Корпорация ГриНН», ООО «Европа», Орловский филиал ЗАО «Тандер», ООО «Гермес», ООО «Троена» и др., которые покрывает более 60,6% розничного товарооборота. На долю торгующих организаций и индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в стационарной торговой сети, приходится 89% общего оборота, на долю рынков и ярмарок - 11%.

В области в 2008-2009 гг. появились магазины, нацеленные на разноуровневые ценовые сегменты, демографические и возрастные группы: сеть магазинов - дискаунтеров «шаговой доступности»: «Сберегайка» ЗАО «Паллада торг», «Магнит» Орловского филиала ЗАО «ТАНДЕР»; сеть продовольственных гипермаркетов «ЛИНИЯ» и Мегакомплекс «ГРИНН» многопрофильного предприятия ЗАО «Корпорация «ГРИНН», супермаркет «Европа-24» - филиал ООО «Европа» динамично развивающейся розничной сети магазинов в форматах «супермаркет» и «гипермаркет», магазины «Уюттера», ООО «ПланетаСтрой» и т.д. В это время численность мелких предприятий снизилась по нашей оценке на 15%. Это дает возможность утверждать, что уровень концентрации и централизации в розничной сети Орловской области растет даже в период кризиса. Характеристикой степени развития кризисных явлений в области является то, что по итогам мониторинга социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, опубликованного Минрегионом России, в целом по Российской Федерации промышленный спад в мае 2009 г. составил 82,9%, а Орловская область вошла в число четырёх регионов страны с наибольшим снижением производства. Падение производства здесь составило 41,3%.

Процессы концентрации и централизация приводят к большей монополизации рынка розничной торговли. Лидирующее положение монополий позволяет им контролировать рынок, диктовать свои условия, в том числе и по уровню закупочных и розничных цен, а также манипулировать потребительскими настроениями. Во избежание ослабления конкуренции и предотвращения возможности сговора государственные органы усиливают контроль всеми возможными методами за действиями монополистов. В настоящее время в Государственную Думу РФ внесен новый отраслевой федеральный законопроект «О торговле». Основной идеей законопроекта является совершенствование нормативно-правового регулирования и создание механизмов реализации

государственной политики в сфере осуществления розничной торговли и предоставления услуг общественного питания в Российской Федерации.

Цели и задачи законопроекта сводятся к следующему:

- установление роли и разграничение полномочий органов власти разных уровней в реализации единой государственной политики в сфере потребительского рынка в России;

- формирование условий для развития современных форматов предприятий розничной торговли (крупных гипермаркетов, дискаунтеров, «шаговой доступности», рынков, объектов мелкорозничной сети) и предприятий в сфере общественного питания;

- формирование условий для обеспечения доступности населения к обслуживанию в предприятиях розничной торговли и общественного питания по ценовой категории и территориальному месторасположению, а также повышения качества реализуемой продукции и предоставляемых услуг;

- поддержка отечественных товаропроизводителей в сфере ритейла и общественного питания в Российской Федерации.

Проект закона разрабатывался Министерством экономического развития в течение двух лет, в апреле 2008 г. был отправлен на рассмотрение профильных ведомств, в июне 2009 г. возвращен на доработку. При этом в него было внесено по инициативе Федеральной антимонопольной службы (ФАС) России и первого вице-премьера Виктора Зубкова изменение, существенно ограничивающее развитие российских торговых сетей (статья 16). В нем говорится, что продуктовым торговым сетям запрещено расширять бизнес, если их годовой оборот превышает 1 млрд. руб., а доля в городских округах, муниципальных районах, Москве и Санкт-Петербурге превышает 25 %. В настоящий момент согласно антимонопольному законодательству порог доминирования компании в любой отрасли экономики на рынке составляет 35%. Разработчики предполагают, что введение подобного ограничения будет способствовать равномерному развитию торговых сетей по всей России, и малые торговые предприятия получат возможность развиваться более уверенно, без "подавления" со стороны крупных сетей. Владельцы розничных сетей остались недовольны данной поправкой, поскольку более 200 российских сетей имеют оборот в 1 млрд. руб., и, следовательно, новая статья законопроекта может ограничить их развитие.

Кризисные явления не обошли стороной ритейл. По прогнозу Министерства экономического развития на 2009 г. спад оборота розничной торговли составит 5,8% по отношению к показателю за 2008 г. По оценкам зарубежных европейских аналитиков в 2009-2010 гг. предполагается ежегодное снижение совокупного оборота отрасли на 30-40% в стоимостном выражении, усиление консолидации за счет банкротства мелких и средних игроков, увеличение доли товаров под частными марками сетей и дешевых товаров в ассортиментной матрице, а также снижение среднего чека на 15-30% в зависимости от формата торговли [7].

При этом по их прогнозам выход российской розничной торговли из кризиса предполагается на 2011-2012 гг. Российские специалисты из Министерства экономического развития ожидают, что уже во второй половине текущего года динамика оборота розничной торговли стабилизируется, а к концу года начнет медленно восстанавливаться.

По позитивному прогнозу Минэкономразвития РФ в 2010 г. ожидается рост оборота розничной торговли на 2,1% по сравнению с предыдущим годом, в 2011 г. и 2012 г. - рост на 3,2%. Однако, по консервативному сценарию, темпы роста оборота розничной торговли ожидаются ниже в среднем на 0,6 % по сравнению с умеренно-оптимистичным сценарием. В 2010 г. рост может составить только 1,5%, в 2011 г. - 2,3%, в 2012 г. - 2,8% [11].

На выходе из кризиса происходит передел собственности и передел рынков. Выживают те компании, которые смогли приспособиться к новым условиям, начинается

постепенное улучшение их показателей. При этом у слабых компаний положение продолжает ухудшаться, они уходят с рынка. Кризис - это одновременно и болезнь и лекарство, которое поможет российской экономике стать более эффективной и перейти на новую ступень развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Борисова, И. Супермаркет против дискаунтера, или какой торговый формат наиболее востребован [Текст] / И. Борисова // Российская торговля. - 2009. - № 5-6. - С. 54-66
2. Букина, Л.А. Диагностика резервов роста прибыли торговых организаций / Л.А. Букина // Управленческий учет. – 2008. - №10. С. 21-26.
3. Малышков, В. Экономические итоги развития потребительского рынка за 2008 год. [Текст] / В. Малышков.// Современная торговля. - 2009. - № 5. - С. 15-18.
4. <http://consulting.rbc.ru>. Розничные торговые сети по продаже продуктов питания и сопутствующих товаров (FMCG) в России. Аналитический обзор РосБизнесКонсалтинга. Москва, 2009.
5. <http://www.gks.ru> Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.
6. <http://express-obzor.ru> Продуктовый ритейл. Конкурентный анализ и стратегии лидеров (ТОП-10). 2009. Аналитический обзор «Экспресс-Обзор».
7. <http://www.advis.ru> Обзор Розничная торговля продуктами питания России 2008-2009 гг. Влияние кризиса. Анализ развития сетей FMCG. Аналитический обзор информационного агентства «INFOLine»
8. <http://www.adm.orel.ru> Официальный сайт Администрации Орловской области.
9. <http://www.profnavigator.ru> Food News Week. Исследования компании Business Intel
10. <http://www.retail.ru> Портал розничной торговли.
11. <http://www.prime-tass.ru> Официальный сайт Агентства экономической информации Прайм-Тасс

Малявкина Людмила Ивановна

Орловский государственный институт экономики и торговли
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12

Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Информационные технологии в экономике»

Тел.: (4862) 54-12-16

E-mail: fevr20@orel.ru

Сергеева Инна Ивановна

Орловский государственный институт экономики и торговли
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Информационные технологии в экономике»

Тел.: (4862) 47-33-72

E-mail: ogiet@orel.ru



Попова Л.В., Маслов Б.Г., Дрожжина И. А.

Налоговые системы зарубежных стран: учебно-методическое пособие. – М.: Дело и Сервис, 2008.

Гриф УМО

В учебно-методическом пособии представлены теоретические положения по действующим налоговым системам зарубежных стран.

Пособие содержит контрольные вопросы, тестовые и практические задания по проведению практических занятий для студентов очной формы обучения специальности 080107 «Налоги и налогообложение» по дисциплине «Налоговые системы зарубежных стран».

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ЛИЗИНГА

В статье рассмотрены методические подходы к оценке эффективности использования лизинга в инновационном процессе. При этом сравнительная эффективность лизинга по сравнению с другими вариантами финансирования инновационной деятельности рассмотрена как традиционным способом, то есть сравнением оттоков денежных средств, так и с точки зрения возможности использования инновационного потенциала организации.

Ключевые слова: лизинг, эффективность, инновации, потенциал организации.

In the article an estimation of efficiency of use of leasing in innovative process are considered. Thus in comparison with other variants of financing of innovative activity is considered as traditional way, that is comparison of outflows of money resources, and from the point of view of possibility of use of innovative potential of the organisation.

Key words: leasing, efficiency, innovations, organisation potential.

В настоящее время приоритетным направлением государственной политики является стимулирование инновационной активности хозяйствующих субъектов, внедрение в производство современного технологического оборудования, поскольку успешное освоение новых технологий является основой инновационного экономического роста. Однако для перехода РФ на инновационный путь развития недостаточно сформировать целостную систему, целью функционирования которой является эффективное и своевременное внедрение результатов инновационной деятельности. Не менее важной задачей является обеспечение инновационно - активных организаций необходимой материально-технической и сырьевой базой. Динамично развивающиеся лизинговые компании могут стать одним из неотъемлемых составных элементов, способствующих созданию инновационной системы, отвечающей перечисленным требованиям. Согласно сложившемуся представлению, механизм финансовой аренды используется в рамках процессов распространения инноваций [2]. Поэтому следует рассмотреть возможность применения лизинга хозяйствующим субъектом для оснащения инновационной деятельности специализированным оборудованием, необходимым для обеспечения качественного и своевременного инновационного процесса

Традиционное предложение по использованию лизинга базируется на оценке его эффективности по сравнению с приобретением имущества в кредит. В наиболее простой и доступной форме данная задача решается И.Я. Лукасевичем с позиции лизингополучателя с подразделением на следующие этапы [6].

1. Определяется современная стоимость посленалоговых платежей для каждого периода t в случае лизинга по формуле:

$$PV_n(L) = E_0 + \sum_{t=1}^n \frac{L_t \cdot (1-T)}{(1+r)^t}, \quad (1)$$

где $PV_n(L)$ - современная стоимость посленалоговых лизинговых платежей;

E_0 - авансовый платеж;

T - ставка налога на прибыль;

L_t - лизинговый платеж;

r - норма дисконта.

2. Определяется современная стоимость посленалоговых платежей для случая приобретения имущества за счет кредитных ресурсов по формуле:

$$PV_n(K) = E_0 + \sum_{t=1}^n \frac{K_t - P_t \cdot T - A_t \cdot T}{(1+r)^t} - \frac{SV_n}{(1+r)^n}, \quad (2)$$

где $PV_n(L)$ - современная стоимость посленалоговых платежей для случая покупки;

K_t - периодический платеж по погашению кредита;

P_t - процентная часть периодического платежа в периоде t ;

A_t - амортизационные отчисления в периоде t ;

SV_n - современная величина остаточной (ликвидационной) стоимости оборудования на конец срока операции.

3. Сравниваются полученные результаты. Для случая $PV(K) < PV(L)$ принимается решение о приобретении имущества, иначе выбирается лизинговый механизм.

В свою очередь, коммерческая организация, напрямую не занятая научной деятельностью, выступает одним из многочисленных потребителей инновации, получаемых из внешних источников или создаваемых собственными силами за счёт проведения • внутренних исследований и разработок. Следовательно, суть последовательной инновационной деятельности коммерческой организации состоит «в целенаправленном и организованном поиске перемен, а также в последовательном анализе тех возможностей, которые несут перемены для экономических и социальных нововведений» [7], с помощью которых достигаются поставленные перед организацией цели. Вместе с тем «исходный продукт» инновационной деятельности может быть создан не только научными организациями, но и любыми хозяйствующими субъектами. Для наглядности данное утверждение можно представить в виде следующей схемы:

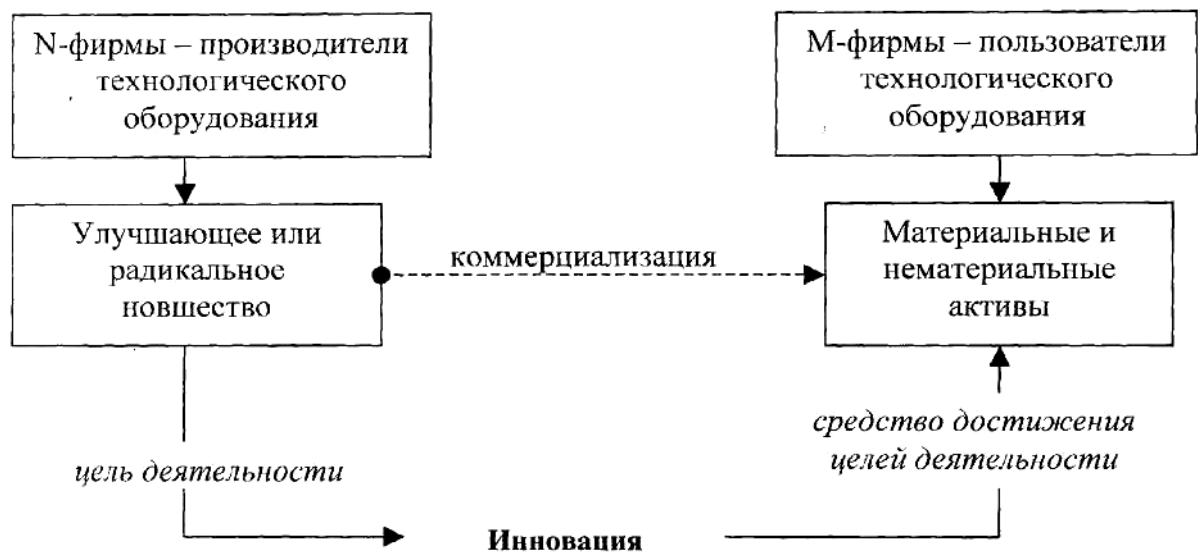


Рисунок 1 - Простая схема коммерциализации новшества

Предположим, имеется N -количество фирм, производящих технологическое оборудование. Покупателями данного оборудования выступают M -количество фирм, которые используют его для осуществления предпринимательской деятельности.

Инновационная деятельность для N-фирм будет направлена на улучшение существующей или разработку принципиально новой технологии, которая необходима в практической деятельности M-организаций. Полученная новая или улучшенная технология должна вносить определённые качественные изменения в производственный процесс M-фирм, позволяя им успешно конкурировать на рынке. Таким образом, инновация для N-фирм является в некоторой степени целью деятельности организации для обеспечения конкурентоспособности производимой технологии, а для M-фирм - средством достижения целей деятельности организации.

Инновационный процесс, как сложную категорию, можно рассматривать по крайней мере в трёх аспектах [3]:

- 1) параллельно-последовательное осуществление научно-исследовательской, научно-технической, инновационной, производственной деятельности и маркетинга;
- 2) временные этапы жизненного цикла нововведения от возникновения идеи до её разработки и распространения;
- 3) процесс финансирования и инвестирования разработки и распространения нового вида продукции и услуги.

Соответственно, в устоявшемся понимании инновационный процесс представляет собой комплекс взаимосвязанных действий, начинающийся с поиска и исследования инновационных идей, продолжающийся промышленным производством и диффузией нововведения и заканчивающийся её устареванием. Очевидно, что инновационный процесс потребует от хозяйствующих субъектов наличия инфраструктуры, в рамках которой происходит взаимодействие между техническими и информационными ресурсами организации, необходимыми для обеспечения инновационной деятельности, в частности, специального (уникального) технологического оборудования и квалифицированного, творчески активного персонала.

Объём инновационной деятельности во многом определяется функционированием инновационной инфраструктуры хозяйствующего субъекта, способствующей комбинированию ресурсных возможностей в инновационный продукт в минимально допустимое время осуществления инновационного процесса. В общем виде данную гипотезу можно представить в следующем виде:

$$Q_I = f(R_I; d), \quad (3)$$

где Q_I - объём инновационной деятельности хозяйствующего субъекта

R_I - ресурсы, выделяемые на инновационную деятельность;

d - коэффициент задержки (опережения) времени осуществления инновационного процесса.

Деятельность хозяйствующего субъекта представляет собой сложную систему процессов (производственного, организационного, информационного, инвестиционного, инновационного и т.д.), определяющих основные сферы предпринимательства и способы достижения целей создания организации. Последовательное, непрерывное и качественное исполнение процессов во многом обуславливаются теми ресурсными возможностями, которыми обладает организация.

С некоторой долей условности все ресурсные возможности организации можно свести к финансовым, производственным и рыночным. Так, финансовые возможности можно определить как совокупность собственных и привлечённых денежных средств, используемых организацией для осуществления предпринимательской деятельности и являющихся основным источником приобретения необходимых материальных ресурсов. Кроме того, от величины финансовых ресурсов во многом будет зависеть и потенциал инвестиционной, финансовой, инновационной, маркетинговой и других видов деятельности организации. В свою очередь, производственные ресурсы являются основой для деятельности хозяйствующего субъекта в сфере

материального производства. Они выражаются в виде основных средств производства, нематериальных активов, трудовых ресурсах и средств труда организации, потребляемых в процессе предпринимательской деятельности. Используя указанные возможности организация несёт издержки производства. Рыночные возможности непосредственно связаны с производственными и представляют собой набор средств, позволяющих успешно продавать потребителям продукт деятельности организации. На размер указанных возможностей будут влиять такие факторы, как наличие надежных каналов распространения продукции, доля рынка организации, наличие конкурентов и т.п. Использование рыночных возможностей ведет к образованию коммерческих издержек организации. Таким образом, финансовые, производственные и рыночные возможности образуют ресурсный потенциал организации, используемый в определённый момент времени в процессе производства и реализации конечного продукта деятельности организации:

$$R = \sum c_i \cdot q_i, i = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

где R – ресурсный потенциал организации;
 c_i – стоимость использования i – возможности;
 q_i – количество i – возможности.

Осуществляя инновационную деятельность, хозяйствующий субъект рассчитывает получить положительный эффект, дающий ему определённое конкурентное преимущество. Результатом инновационного процесса является получение прогрессивных, качественно новых изменений возможностей предприятия, позволяющих улучшить продукт деятельности организации, снизить издержки на его производство и реализацию и, как следствие, рассчитывать на получение более высокого дохода.

Любая инновационная деятельность затрат на и сопряжена с высоким риском неполучения дохода. Выполнение работ по проекту должно осуществляться квалифицированным персоналом с использованием специального оборудования, качественных материалов и сырья. В случае отсутствия у организации необходимого ресурсного потенциала возникает необходимость поиска возможностей для его получения. Кроме того, необходимо учитывать и качество используемых возможностей. Проблема применения морально и физически изношенного оборудования непременно вызывает дополнительные финансовые и временные издержки инновационной деятельности. При отсутствии финансовых возможностей на его замену и модернизацию организация может передать часть работ сторонней организации или использовать труд работников на морально устаревшем оборудовании, что непременно скажется на качестве работ, сроке их выполнения, а также ухудшит мотивацию персонала к труду.

Среди преимуществ, которые даёт лизинг при обеспечении инновационного процесса необходимым специализированным (уникальным) оборудованием, являются [6, 9]:

- 1) инвестирование в форме имущества в отличие от денежного кредита снижает риск невозврата средств;
- 2) к лизингополучателю по договору лизинга переходит только то оборудование, в котором он непосредственно нуждается;
- 3) банковский кредит выдается, как правило, на 70-80% стоимости приобретаемого оборудования, в то время как его лизинг предполагает 100%-ное кредитование и не требует немедленной выплаты (или начала цепочки платежей), что позволяет без резкого финансового напряжения обновлять материально-техническую базу предприятия;
- 4) условия договора лизинга более вариабельны, чем кредитные отношения, так как позволяют участникам выработать удобную для них схему выплат;
- 5) договор лизинга часто содержит в себе условия о технической поддержке оборудования лизингодателем, например осуществление ремонта, обновление в случае

появления более совершенных образцов, в результате чего уменьшается риск морального износа, и т.д. В случае если оборудование приобретает в собственность путем его покупки, указанные расходы организация должна нести самостоятельно;

б) объект лизинга может и не числиться на балансе лизингополучателя, в связи с этим он не платит по этому оборудованию налог на имущество; кроме того, улучшаются показатели, характеризующие его финансовое положение, поскольку степень финансовой зависимости вуалируется;

7) наличие амортизационных и налоговых льгот;

8) лизинговые платежи в полном объеме относятся на себестоимость;

9) возможность выкупа оборудования лизингополучателем по остаточной стоимости по окончании срока договора лизинга.

Инновационная деятельность затрат не только по ресурсам, но и по времени осуществления. Фактор времени может оказать как положительное (более качественное исследование и разработка новшества), так и отрицательное воздействие (опоздание в коммерциализации или использовании новшества и, как следствие, потеря инновационного дохода). Кроме того, возможна ситуация, когда риск и издержки по отдельному направлению инновационной деятельности со временем возрастают, а вероятность успешной реализации инновационного проекта снижается. От степени развития инновационной инфраструктуры хозяйствующего субъекта будет зависеть и время осуществления каждой стадии инновационного процесса. К. Аллен справедливо отмечает, что новая экономика основана на спросе на продукты более высокого качества, более быстром производстве и распределении и низких ценах. Чем больше времени занимает разработка нового продукта и его путь на рынок, тем меньше вероятность, что он удовлетворит потребности клиентов. Каждый аспект разработки продукта меняется так быстро, что любое опоздание в коммерциализации новой технологии может сделать её устаревшей ко времени поступления на рынок. Ускорение пути на рынок означает также возможность получения более высоких доходов [1]. Следовательно, инновационный процесс в организации идёт с опережающим или замедленным темпом:

$$d = \frac{t - t_{\min}}{t_{\min}} \quad (5)$$

где d - коэффициент задержки (опережения) времени осуществления; инновационного процесса;

t - фактическое время осуществления инновационного процесса;

t_{\min} - минимально допустимое время осуществления инновационного процесса.

Информацией для определения минимально допустимого времени осуществления инновационного процесса является период времени осуществления аналогичных инновационных проектов конкурентами организации, поскольку «конкуренция в наукоёмких или инновационных отраслях наилучшим образом соответствует понятию непрерывной гонки в развитии технологии» и «возникает как конкуренция за рынок и характеризуется постоянной гонкой за лидерством» [5]. Из формулы 5 следует, что при $d = 0$ инновационный процесс идет в соответствии с намеченным временем; при $d < 0$ инновационный процесс в организации идет опережающими темпами; при $d > 0$ инновационный процесс запаздывает и организация может потерять часть ожидаемого инновационного дохода, что можно выразить в следующем виде:

$$P_{I \min} = P_I \cdot (1 - d), \quad (6)$$

где $P_I(t)_{\min}$ — минимальный ожидаемый доход от инновационного проекта;

$P_I(t)$ - планируемый доход от инновационного проекта.

В целях обеспечения инновационного процесса мы предлагаем применять схему специализированного инновационного лизинга, который:

1) используется хозяйствующим субъектом для обеспечения инновационной деятельности специализированным (уникальным) оборудованием, необходимым для обеспечения качественного и своевременного инновационного процесса;

2) используется предприятием для организации сбыта инновационного технологического оборудования в условиях недостаточности средств у покупателя для его приобретения.

Для определения эффективности сделки специализированного инновационного лизинга определим показатель чистого дисконтированного дохода. Для его расчёта необходимо сопоставить сумму минимального ожидаемого дисконтированного дохода от инновационного проекта с объёмом первоначальных вложений по проекту:

$$NPV_I = \sum_{t=1}^n \frac{P_{I,\min} - R_t}{(1+r)^t} - IC, \quad (7)$$

где IC - первоначальные вложения по проекту

В общем случае, если $NPV_I > 0$, инновационный проект генерирует прибыль и его следует принять, в случае $NPV_I < 0$, проект убыточный и его следует отвергнуть. При $NPV_I = 0$ инновационный проект ни прибыльный, ни убыточный, а целесообразность его реализации зависит от дополнительных факторов.

Использование лизинга позволит снизить время осуществления инновационного проекта как при получении необходимых ресурсных возможностей, так и на этапе внедрения инноваций. Лизинговая компания, обладая необходимой информацией о ходе реализации инновационного проекта, аккумулирует ресурсы, необходимые в дальнейшем для коммерциализации новшества, способствует быстрой реализации лизингового договора, предметом которого выступают инновации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аллен, К. Продвижение новых технологий на рынок: Пер. с англ. [Текст] / К. Аллен. - М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2007 - 455 с.
2. Аюпов, А.А. Инновационный лизинг в банке [Текст] / А.А. Аюпов. - Казань: Издательский центр ТИСБИ, 2002.-160 с.
3. Балдин, К.В. Инвестиции в инновации. [Текст] / К.В. Балдин. - М.: «Дашков и Ко», 2008. - 238 с.
4. Друкер, П. Бизнес и инновации: Пер. с англ. [Текст] / П. Друкер. - М: ООО «И. Д. Вильямс», 2007. - 432 с.
5. Киселёва, В.В. Государственное регулирование инновационной сферы [Текст] / В.В. Киселев. - М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008.-402 с.
6. Лукасевич, И.Я. Анализ финансовых операций. Методы, модели, техника вычислений [Текст] / И.Я. Лукасевич. - М.: Финансы и статистика, 1998. - 400 с.
7. Тарнавский, Д.С. Роль государства в инновационной экономике [Текст] / Д.С. Тарнавский // Известия ОрелГТУ Серия «Социально-экономические и гуманитарные науки». – 2009. - №1. – С80-8.

Бельский Алексей Алексеевич

Орловский государственный университет

302026, Орел, Комсомольская, д. 95

Аспирант кафедры «Прикладных экономических дисциплин»

Тел.: (4862) 55-05-18

E-mail: bel_al@rambler.ru

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

УДК 657.471.7: 640.4-005

СУВОРОВА С.П., ХАНЕНКО М.Е.

ОЦЕНКА И АНАЛИЗ ЗАТРАТ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ ТАКТИЧЕСКОГО И СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

Рассматривается процедура корреляционно-регрессионного анализа в управленческом учете затрат организаций туристического бизнеса. На основании практических данных туристских организаций городов Москвы и Орла, полученных результатов анализа динамических рядов и корреляционно-регрессионного анализа уточняется состав и соотношение видов затрат. Синтез методов выбора счетов бухгалтерского учета и корреляционно – регрессионного анализа позволяет адекватно оценить затраты и спрогнозировать ожидаемые результаты деятельности туристской организации на будущее.

Ключевые слова: *затраты – прямые и косвенные (постоянные и переменные), корреляционная зависимость, оценка степени тесноты связи между факторами, вариации параллельных рядов, коэффициент парной корреляции.*

The procedure of correlation – regression analysis in management account of the expenseses tourist business organizations is considered (in this article). The composition and correlation of expenseses is elaborated basing on practical assumptions of tourist organizations of Moscow and Orel, results of analysis of dynamic rows and correlation – regression analysis. Combining the methods of choice of accounting asserts and correlation – regression analysis allows to evaluate the costs and forecast the results of tourist organization activity for future.

Key words: *expenses – direct and indirect (constants and variables), correlation dependence, an estimation of degree of narrowness of communication between factors, variations of parallel numbers, factor of pair correlation*

В современных условиях рыночной конкуренции между туристскими организациями все более актуальным становится вопрос формирования и предложения конкурентоспособного туристского продукта. Чтобы эффективно конкурировать, туристские компании должны формировать новые виды туристских продуктов при низких затратах, обеспечивая потребителям первоклассное обслуживание. Поскольку в основе выпуска конкурентоспособного туристского продукта лежит, в том числе, и низкий уровень его себестоимости, то становится очевидным, что именно управление затратами, а, следовательно, себестоимостью туристского продукта является приоритетной задачей современных туристских организаций, основой их сильных позиций на рынке. Решение такой задачи возможно путем внедрения и совершенствования управленческого учета в туристских организациях.

Концепции и методы анализа затрат в настоящее время получили достаточное освещение в экономической литературе. В условиях ценовой конкуренции возрастает важность цены туристского продукта, в связи с чем потребовалось перейти от устаревших методов распределения и анализа затрат «по факту» к современной концепции стратегического управления затратами. Это связано с тем, что менеджер должен не только оценить, как управленческое решение повлияет на финансовое состояние организации в целом и соответствует ли это решение стратегии, но и какое влияние оказывают результаты деятельности отдельных единиц бизнеса (центров ответственности) на процесс реализации стратегии. Обеспечивается это путем организации учета затрат в соответствии с системой их классификации. Данные по затратам подвергаются перекрестной классификации для удовлетворения практически всех потребностей, связанных с принятием управленческих

решений и регулированием финансово-хозяйственной деятельности организации.

Основание классификации затрат во многом определяется необходимостью создания информационной базы для принятия эффективных управленческих решений. Традиционно затраты классифицируют по способу включения в себестоимость услуг явные издержки (бухгалтерские) делят на прямые и косвенные. Прямые издержки в момент их возникновения можно непосредственно отнести на объект калькулирования на основе первичных документов. К таким издержкам относятся расходы, связанные с формированием себестоимости турпродукта и продажей туристских услуг. Прямые расходы обычно включают заработную плату работников, расходы на приобретение туристских услуг у сторонних организаций, оплату электрической и тепловой энергии и некоторые другие. Прямые затраты отражаются на счете 20 «Основное производство». Косвенные расходы связаны с формированием и продажей нескольких различных видов туристского продукта, которые в момент их возникновения не могут быть отнесены непосредственно на объект калькулирования. Косвенные расходы расчетным путем распределяются между соответствующими видам турпродукта, при этом за экономическую базу для распределения принимают отдельный вид прямых затрат, например заработную плату основных работников, то есть ту часть зарплаты, которая признана прямыми расходами. Либо итоговую сумму прямых затрат, или величину выручки от продажи туристских услуг. Если туристская фирма осуществляет различные виды деятельности: формирует и продает свои собственные туры, а также турпутевки других туроператоров, то косвенные затраты распределяются пропорционально размеру выручки, полученной от туроператорской и турагентской деятельности. Косвенные расходы обычно включают общепроизводственные и общехозяйственные расходы, которые собирают на счетах 25 «Общепроизводственные расходы» и 26 «Общехозяйственные расходы» и после соответствующего распределения относят на себестоимость отдельных видов оказанных услуг через счет 20 «Основное производство». Необходимо отметить, что такое распределение существует при традиционной системе учета затрат в финансовом учете. В управленческом учете, туристская организация самостоятельно определяет способ калькулирования туристского продукта, в зависимости от поставленных управленческих задач. Например, при использовании метода директ – костинг производственная себестоимость турпродукта определяется в части переменных затрат. В связи с этим, необходим детализированный подход к классификации затрат, четкое определение состав прямых и косвенных затрат в туристской организации. Деление затрат на прямые и косвенные зависит от отраслевых особенностей организации и принятого метода калькулирования себестоимости продукции. Если туристская фирма оказывает один вид услуг, то наибольшая часть расходов этой фирмы будут прямыми по отношению к оказываемой услуге. Например, турагентство, занимается только доведением турпродукта до конечного потребителя. Следовательно, все расходы связаны с продажей турпродукта и в учете отражается на одном счете 44 «Расходы на продажу». Следует отметить, что чем больше удельный вес прямых затрат в себестоимости, тем точнее она подсчитана [1].

Также в современной концепции управленческого учета, выделяют два основных подхода к классификации затрат – калькуляционный и целевой. Калькуляционный подход направлен в первую очередь на исчисление себестоимости. Целевой подход наиболее характерен для управленческого учета. Какие цели, такие и затраты. В свою очередь изменение величины затрат той или иной организации предполагает рассмотрение ряда проблем, связанных как с планированием их величины, так и с процессом ценообразования продукта (услуг) туристского бизнеса [3].

Одним из известных методов ценообразования является затратный метод основанный на исчислении издержек связанных, в частности, с оказанием туристских услуг.

В контексте данного метода определяется нижний предел цены, при этом выделяют следующие его преимущества:

- процесс ценообразования существенно упрощается при условии, если туристская организация может достаточно корректно определить структуру полной себестоимости туристского продукта;

- применение данного метода основными контрагентами бизнеса создает предпосылки для снижения ценовой конкуренции;

- появляется возможность нивелировать влияние изменений спроса на туристские продукты. При этом обоснованием продажной их цены служит нормативная калькуляция полной себестоимости туристских услуг. В процессе калькулирования прямые и косвенные затраты, нормативная прибыль, комиссионное вознаграждение и цена туристского продукта имеет стоимостное выражение. Влияние изменения затрат потенциально является достаточно широким, отсюда следует важность оценки затрат.

Одной из основных функций управленческого учета являются процессы бюджетирования, их исполнение и принятие решений. Таким образом, основная часть информации должна быть ориентирована на будущее, поскольку принятие решений и бюджетирование могут быть связаны только с будущим.

Основная задача финансового анализа, предполагает сопоставление планируемой величины с фактической, например, разница между бюджетной величиной выручки туристской организации и фактически полученной. Причины возникновения такой разницы должны быть установлены и не могут участвовать в процессах ценообразования и расчетов эффективности. Представляется невозможным составить бюджет на следующий период и должным образом сопоставить его с достигнутыми результатами, не учитывая следующие обстоятельства:

- какие затраты могут изменяться, а какие останутся без изменений, в зависимости от динамики объема производства туристского продукта и его продаж;

- факторное влияние на величину постоянных и переменных затрат в туристском бизнесе, не связанное с объемом производства.

Таким образом, управленческий учет не имеет возможности обеспечить полезной информацией для планирования, контроля и принятия решений, без элемента оценки и анализа затрат. Оценка затрат базируется на ретроспективе, если она признается обоснованным ориентиром на будущее. В экономической теории рассматривается множество методов оценки затрат. Одной из задач данного исследования является выбор с одной стороны наиболее точного, с другой – менее трудоемкого из них для оценки затрат крупных туристских комплексов [2].

В результате изучения методов оценки затрат, в данной работе рекомендованы два из них, для обоснования и использования которых приведена система доказательств.

Первый рекомендованный метод оценки затрат – это метод выбора счетов. Счета за предшествующие периоды исследуются по каждому виду затрат, которые подлежат оценки. Если это многопрофильная организация, имеется несколько видов деятельности (центров ответственности), то анализируются те затраты, которые непосредственно связаны с определенным объемом деятельности. На основе модели поведения затрат в прошлом и достигнутых уровней деловой активности вырабатывается суждение о поведении каждого вида затрат. Являются ли они полностью переменными по отношению к объему деятельности, или полностью постоянными – это основные вопросы для определения поведения каждого вида затрат, которые позволят получить оценку будущей величины затрат, корректируя на темп инфляции и изменения других параметров так, чтобы полученная оценка отражала перспективные условия. Данный метод с различными вариациями широко используется на практике.

Многие организации, составляя бюджетные расчеты на перспективу, опираются на данные отчетного периода, корректируя их на ожидаемые изменения (например, на темп инфляции, на динамику объема продаж и т. п.), что позволяет получать в определенной степени обоснованные оценки. Результаты такого анализа легко скорректировать с учетом ожидаемых изменений параметров обеспечивая, таким образом, некую гибкость реакции в

принятии управленческих решений. Кроме того, данный подход недорог и не требует знаний тонкостей поведения затрат. Для реализации данного метода в практике туристского бизнеса, необходимо соблюдения некоторых правил:

- ведение учета по подразделениям и туристским продуктам;
- четкую систему аналитических счетов по видам затрат.

Например, прямые производственные затраты в туристской организации учитывать на счете 20 «Основное производство», косвенные производственные затраты на счете 25 «Общепроизводственные расходы», периодические расходы, которые не включаются в производственную себестоимость, но влияют на размер финансового результата - на счете 26 «Общехозяйственные расходы».

В туристском бизнесе, каждые из этих видов затрат представляют собой комбинацию постоянных и переменных затрат. Например, заработная плата сотрудникам по обслуживанию туристов на канатной дороге – величина постоянная, а премия этим же работникам – это величина переменная, зависящая от сезонности, от общей выручки компании, от активности посещения туристами этого объекта. Поскольку зарплата и премия в бухгалтерском учете отражается по Дебету счета 20 «Основное производство» и Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», то целесообразно открыть субсчета к каждому из указанных счетов, где будут отражаться отдельно постоянные и переменные затраты в одной общей категории, в нашем примере – это прямые производственные затраты. Таким образом, такая схема предусматривает тесную взаимосвязь финансового и управленческого учета, где информационной базой для управленческого учета являются показатели финансовых отчетов. С использованием компьютерных технологий, в том числе, известных компьютерных бухгалтерских программ во взаимодействии с табличным процессором Excel, делает этот метод доступным и удобным.

Однако в данном подходе имеют место отдельные недостатки, которые снижают его привлекательность. Как показывает практика, большинство туристских организаций ведут бухгалтерский учет затрат «котловым» методом, где суммируют все затраты на одном счете и включают их в себестоимость туристского продукта на основании нормативных документов. При этом, затраты не классифицируют, и тем более не разбивают по субсчетам. Кроме того, если бухгалтер ведет раздельный учет по центрам ответственности, то отдельно не учитывает постоянные и переменные затраты. Одно из слабых мест данного метода оценки – это субъективность, лица выполняющего анализ счетов. Кроме того, сложившаяся практика финансового учета по занижению прибыли с целью уменьшения налоговых платежей приводит к искусственному завышению себестоимости туристского продукта. В связи с чем, возникают отличия между параметрами финансовой и управленческой отчетностью. Поэтому использование данных бухгалтерского учета для целей управления и в качестве информационной базы управленческого учета может быть рекомендовано с некоторыми оговорками [3].

Корреляционно - регрессионный анализ, позволяет нивелировать субъективности метода выбора счетов и основывается на расчете значений постоянных и удельных затрат. В соответствии с целями и задачами данного исследования имела место необходимость оценки соотношения постоянных и переменных затрат в процессе реализации туристического бизнеса. Оценка удельного веса отдельных видов затрат в расходах, является одним из основных показателей, включенных в информационную базу при формировании стратегии исследуемого бизнеса. В результате предварительного изучения известных и описанных в литературе методов анализа экономических процессов, в данной работе в основу изучения взаимосвязи затрат и результатов хозяйственной деятельности положен корреляционно-регрессионный анализ. Выбор данного метода обусловлен, с одной стороны, возможностью обнаружить и оценить тесноту связи между исследуемыми процессами и явлениями, с другой - определить форму зависимости между ними. Последнее обстоятельство позволяет прогнозировать изменение величины затрат на определенный временной интервал в зависимости от структурных ее составляющих, таких как переменные

и постоянные затраты. Приведенные посылки, в том числе возможность экстраполяции, предопределили выбор корреляционно-регрессионного метода для анализа затрат, производимых в туристском бизнесе.

На этапе предварительного теоретического анализа, исходя из экономической сущности исследуемых процессов и оценки их согласованного изменения, определялась причинно-следственная связь между ними. В результате такого анализа выявлялся признак-результат и признак-фактор. В данной работе в качестве признака – результата рассматривалась величина, произведенных затрат. Анализ производился на фактических данных бухгалтерского учета туристских организаций. Исследуемые туристские организации имеют несколько направлений в туристском бизнесе, предоставление услуг по обучению и коммерческому катанию на горных лыжах, гостиничные услуги, услуги общепита. Исходная матрица данных представлена показателями выручки и расходов туристского центра за девять лет в разрезе кварталов, начиная с 1999 года по 2007 год.

Для выявления корреляционной зависимости и оценки степени тесноты связи между выбранными факторами использовалось сравнение вариации параллельных рядов и расчет коэффициента парной корреляции по следующей формуле:

$$R = \frac{\sigma^2 xy}{\sigma x \sigma y}, \quad (1)$$

где $\sigma^2 xy$ - дисперсия факторного и результативного признаков x и y ;
 $\sigma x \sigma y$ - среднеквадратическое отклонение соответственно x и y .

$$\sigma xy = \sum xy - \frac{\sum x \sum y}{n}, \quad (2)$$

$$\sigma x = \sqrt{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}, \quad (3)$$

$$\sigma y = \sqrt{\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}}, \quad (4)$$

где x и y - соответственно факторный и результативный признаки;
 n – число переменных в выборке.

Выбор формулы по расчету тесноты связи между факторами, предопределен результатами графического метода и метода сравнения параллельных рядов. В соответствии с результатами анализа выявлено, что распределение корреляционного поля вышеназванных факторов имеет ярко выраженную прямолинейную зависимость и, следовательно, для определения тесноты связи между ними правомерно использование линейного коэффициента корреляции (таблица 1, 2).

Таблица 1 - Матрица исходных данных факторного признака x – выручка

Годы	Данные выручки (x) по кварталам, приведенные к 1999 году			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1	2	3	4	5
1999	0,07695	0,025651	0,02368	0,071034
2000	0,20167	0,067222	0,06205	0,186154

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
2001	0,37115	0,123716	0,1142	0,342597
2002	0,40613	0,135376	0,12496	0,374888
2003	0,55344	0,18448	0,17029	0,510868
2004	0,6259	0,208632	0,19258	0,577751
2005	0,86438	0,288127	0,26596	0,797891
2006	1,00943	0,336477	0,31059	0,931782
2007	0,9015	0,300501	0,27739	0,832157

Кроме того, в отличие от корреляционного отношения коэффициент корреляции характеризует не только степень тесноты связи, но и знак коэффициента корреляции. Рассчитанный в данной работе коэффициент корреляции характеризует взаимосвязь между затратами отраслевого бизнеса и результатами от него, как прямолинейную и равен 0,996.

Таблица 2- Матрица исходных данных результативного признака y – затраты

Годы	Данные затрат (y) по кварталам, приведенные к 1999 году			
	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1999	0,076953	0,025651	0,023678	0,071034
2000	0,194831	0,064944	0,059948	0,179844
2001	0,310875	0,103625	0,095654	0,286962
2002	0,403052	0,134351	0,124016	0,372048
2003	0,506087	0,168696	0,155719	0,467158
2004	0,582356	0,194119	0,179187	0,53756
2005	0,80853	0,26951	0,248778	0,746335
2006	0,84866	0,282887	0,261126	0,783378
2007	0,84909	0,28303	0,261258	0,783775

Аппроксимация эмпирических данных, предполагает поиск ее теоретического уравнения, другими словами расчет параметров модели, в данном случае линейной функции. Определение конкретных числовых значений параметров линейной модели осуществляется на основе критерия наименьших квадратов, в результате преобразования которого имеет место следующая система нормальных уравнений (5):

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum x = \sum y \\ a_0 \sum x + a_1 \sum x^2 = \sum xy \end{cases} \quad (5)$$

На основе данной системы уравнений, параметры модели рассчитываются по следующим формулам (6, 7):

$$a_0 = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (6)$$

$$a_1 = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (7)$$

В соответствии с рассчитанными параметрами модели по вышеприведенным формулам, теоретическое уравнение взаимосвязи между затратами и результатами туристического бизнеса запишется следующим образом:

$$y = 0,0064 + 0,896x \quad (8)$$

Полученная на основе регрессионного анализа однофакторная модель - адекватна, другими словами, достаточно точно описывает изменение произведенных затрат, поскольку, коэффициент детерминированности (R^2) равен почти единице (0,993).

$$R^2 = \frac{\sum (y_m - y)^2}{\sum (y - \bar{y})^2 + \sum (y_m - y)^2}, \quad (9)$$

где y_m - значение y , рассчитанное по модели;
 y - эмпирическое значение y (фактическое);
 \bar{y} - среднее значение y .

В контексте проведенного исследования параметры модели интерпретированы, как удельный вес постоянных и переменных затрат в общей их величине. Подбор модели осуществлялся на сопоставимых данных ежеквартальной отчетности за 9 лет. Основой приведения к сопоставимости являлся индекс инфляционного изменения цен и тарифов на услуги туристического бизнеса.

Данная модель позволяет создать один из возможных источников информационного обеспечения формирования стратегии и тактики управления затратами в процессе развития туристского бизнеса. То есть на основе полученной модели возможна оценка типичного перераспределения затрат по их видам, характерного для процесса реализации отраслевого бизнеса. Полагаем, что в полученной модели описывается полный круг затрат в виде суммы прямых и косвенных. В связи с этим предположим, что остаточное значение есть величина прямых затрат, или $[1-(a+b)]$, где a и b , параметры модели характеризующие соответственно удельный вес постоянных и переменных затрат на долю прямых затрат в общей их величине.

Руководствуясь общепринятой классификацией затрат, они делятся на прямые и косвенные. Косвенные, в свою очередь, на постоянные и переменные. В соответствии экономико-математической модели коэффициент постоянных затрат составляет 0,006, а переменных затрат - 0,895, следовательно недостающая сумма до единицы, в нашем случае 0,1, характеризует удельный вес прямых затрат в их общей величине (рисунке 1).

ЗАТРАТЫ	=	Прямые	+	К о с в е н н ы е	
				постоянные	+ переменные
1	=	0,1	+	0,006	+ 0,895

Рисунок 1 - Взаимосвязь структурных составляющих затрат

Для выявления временной закономерности изменения затрат, рассматриваемого бизнеса применялось аналитическое выравнивание по прямой. Данная форма выравнивания была установлена на основе теоретического анализа сущности изменений затрат и графического метода анализа. В соответствии с критерием наименьших квадратов и решением системы нормальных уравнений, определялись параметры тренда, характеризующего тенденцию изменения затрат в туристическом бизнесе за ряд лет.

Таблица 3 - Матрица исходных данных для расчета модели тренда

t=x	Y	ty	X2
1	2	3	4
1	0,076953	0,076953	1
2	0,025651	0,051302	4
3	0,023678	0,071034	9
4	0,071034	0,284135	16
5	0,194831	0,974153	25
6	0,064944	0,389661	36
7	0,059948	0,419635	49
8	0,179844	1,438749	64
9	0,310875	2,797875	81
10	0,103625	1,03625	100
11	0,095654	1,052192	121
12	0,286962	3,443539	144
13	0,403052	5,23968	169
14	0,134351	1,880911	196
15	0,124016	1,860242	225
16	0,372048	5,952773	256
17	0,506087	8,603486	289
18	0,168696	3,036525	324
19	0,467158	9,343153	400
20	0,582356	12,22948	441
21	0,194119	4,270613	484
22	0,179187	4,121291	529
23	0,53756	12,90143	576
24	0,80853	20,21324	625
25	0,26951	7,007257	676
26	0,248778	6,717016	729
27	0,746335	20,89738	784
28	0,84866	24,61113	841
29	0,282887	8,486597	900
30	0,261126	8,094908	961
31	0,783378	25,0681	1024
666	11,7447	280,5323	16206

Теоретическое уравнение тренда, построенного на основе имеющихся эмпирических данных, имеет следующий вид:

$$y = 0,25 + 0,016t, \quad (10)$$

где t – период времени (в нашем случае квартал).

В соответствии с принципом экстраполяции рядов динамики, возможно построение прогноза изменения затрат на определенный временной лаг. При этом рекомендуется для сохранения сопоставимости, корректировать прогнозные данные на инфляционную составляющую изменения цен и тарифов туристических услуг. Кроме того, коррекция затрат может быть проведена с учетом их изменения по странам, находящимся в сфере деятельности конкретной туристической организации.

Однако прогнозы, основанные на «механической» экстраполяции, не всегда удовлетворят требованиям достоверности и точности информации, в силу ряда причин,

связанных с объективными и субъективными обстоятельствами развития экономических процессов. Поэтому прогнозы, рассчитанные на основе тренда, всегда должны соотноситься с экспертными оценками. Учитывая классификацию затрат в туристских организациях необходимо осуществлять учет по соответствующим категориям затрат на отдельных счетах с присвоением каждому из подразделений организации субсчета.

Таким образом, будет сформирована информационная база для управленческого учета. При такой дифференциации затрат и отдельном их учете складывается благоприятная ситуация для бюджетирования, прогнозирования и дальнейшего анализа поведения затрат с использованием адекватной экономико-математической модели, построенной в настоящей статье.

В целом, синтез метода выбора счетов и корреляционно – регрессионного анализа позволяет адекватно оценить затраты и спрогнозировать ожидаемые результаты деятельности туристской организации на будущее. Это обеспечивает адекватную рыночным отношениям систему учетной информации, позволяющую принимать соответствующие управленческие решения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вахрушина, М. А. Бухгалтерский управленческий учёт [Текст] / М. А. Вахрушина.- 6-е изд., исп. – М.: Омега-Л, 2007.-570с.
2. Воронова, Е. Ю. Управленческий учёт на предприятии [Текст] /Е. Ю. Воронова, Г. В. Улина – М.: Проспект, 2006.-248с.
3. Данилкин, В.В. Ассоциативное портфолио как методолгическая основа изучения эффективного компонента имиджа туристических центров «Россия» и «Германия» [Текст] / В.В., Данилкин, Е.Н. Артемова // Известия ОрелГТУ «Экономические и гуманитарные науки». – 2009. - №5. – С. 3-10.
4. Каверина, О.Д. Управленческий учёт: Системы, методы, процедуры [Текст] / О.Д. Каверина. – М.: 2003. - 230 с.

Суворова Светлана Павловна

Орловский государственный институт экономики и торговли

302028 Орел, ул. Октябрьская, 12

Доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой управленческого учета и аудита

Тел.: 8(462)54-27-57 тел.м.б. 8-9103030116

E-mail: kaf_audit@ogiet.ru

Ханенко Мария Евгеньевна

Орловский государственный институт экономики и торговли

302028 Орел, ул. Октябрьская, 12

Кандидат экономических наук, доцент кафедры управленческого учета и аудита

Тел.:8(462)43-25-46, моб. 8-9103061600,

E-mail: kaf_audit@ogiet.ru

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА К ФОРМИРОВАНИЮ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье рассмотрена методика формирования учетно-аналитической системы на предприятии с применением системного подхода, так как все предприятия являются системами, так как к ним применимы все принципы системного подхода и производные от них принципы оптимального функционирования.

Ключевые слова: система, системный подход, учетно-аналитическая система

In the article the technique of formation of registration-analytical system at the enterprise with application of the system approach as all enterprises are systems as to them all principles of the system approach and principles of optimum performance derivative of them are applicable is considered.

Keywords: system, the system approach, registration-analytical system

Во второй половине 20-го века, в современной науке формируется направление, получившее название «системный подход» [3]. В наше время идеи системности получили всеобщее признание и широкое распространение. Созданы многочисленные системные концепции в различных сферах науки, в том числе и в учете.

Системный подход представляет собой подход к исследованию объекта как к системе, в которой выделены элементы, внутренние и внешние связи, наиболее существенным образом влияющие на исследуемые результаты его функционирования, а цели каждого из элементов, исходя из общего предназначения объекта [1].

Основные черты системного подхода представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Основные черты системного подхода

Центральной концепцией теории систем и всей системологии является понятие системы. Термин «система» произошел от греческого слова «systema», которое в переводе означает целое, составленное из частей; соединение.

Однако до настоящего времени не сложилось однозначного определения термина «система», что объясняется сложностью и многоплановостью содержания данной характеристики.

Трактовка понятия «система» различными исследователями представлены на рисунке 2.

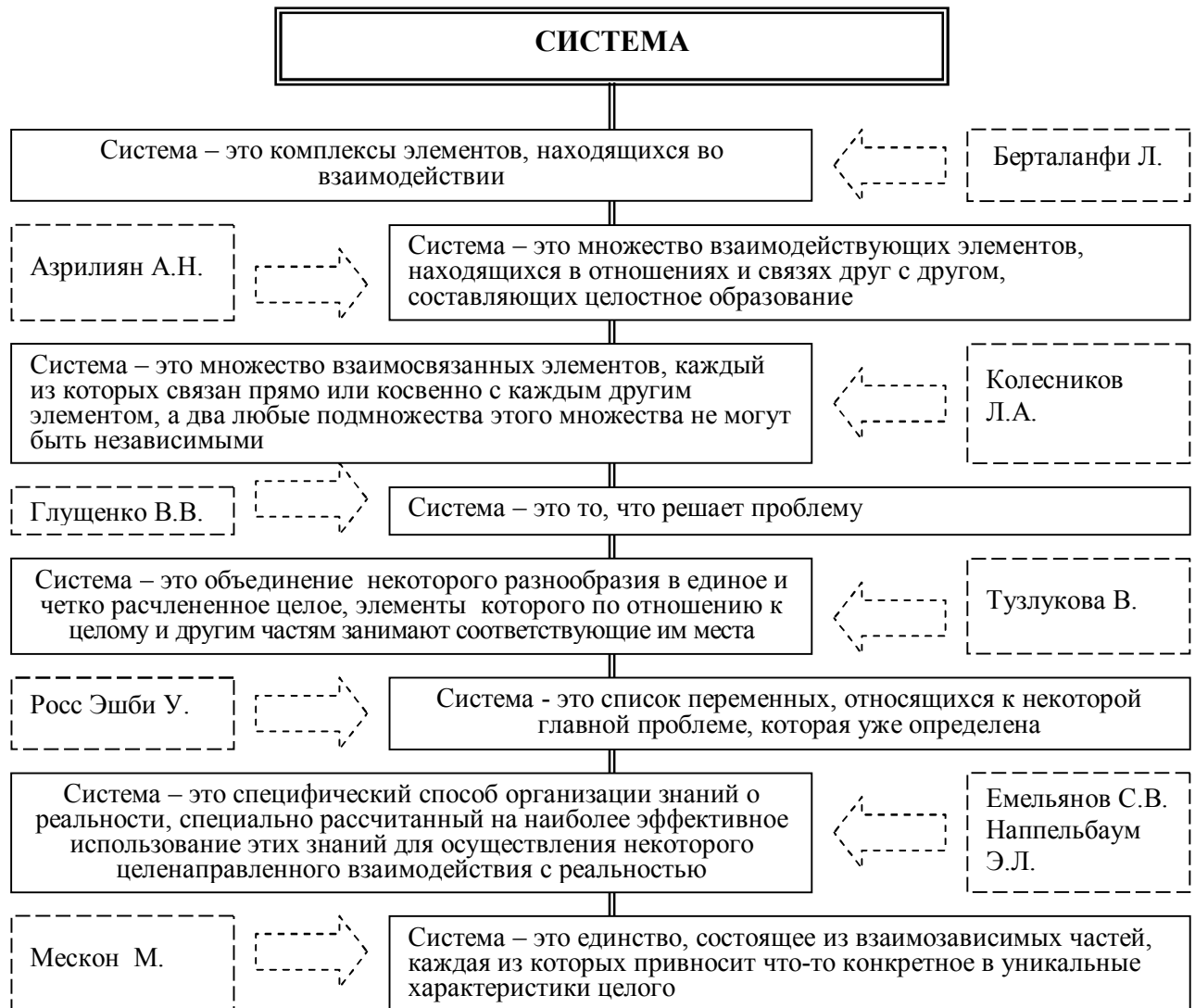


Рисунок 2 – Определения понятия «система» в трактовке различных авторов

С.В. Лукьянцев считает, что все определения понятия «система» можно разделить на три группы (рисунок 3) [2].

Таким образом, по нашему мнению определение системы должно звучать следующим образом: Система – это множество взаимодействующих элементов, объединенное в единое целое для достижения определенной цели.

Из приведенных определений, можно выделить основные свойства системы:

1. Целостность системы;
2. Неоднородность и большое число элементов в системе;
3. Взаимодействие элементов внутри системы;
4. Наличие цели существования системы.

Таким образом, исходя из понятия системы и ее свойств, можно сделать вывод о том, что предприятия являются системами, так как к ним применимы все принципы системного подхода и производные от них принципы оптимального функционирования: сложность, динамическая вероятностная природа, иерархичность построения, целенаправленность функционирования, выделение общего и локальных критериев оптимальности, ограниченность ресурсов, экономический выбор и многовариантность развития. Это позволяет рассматривать предприятие как кибернетическую систему, построить своеобразный «облик кибернетического предприятия» и применить к нему общие закономерности управления целенаправленными системами.

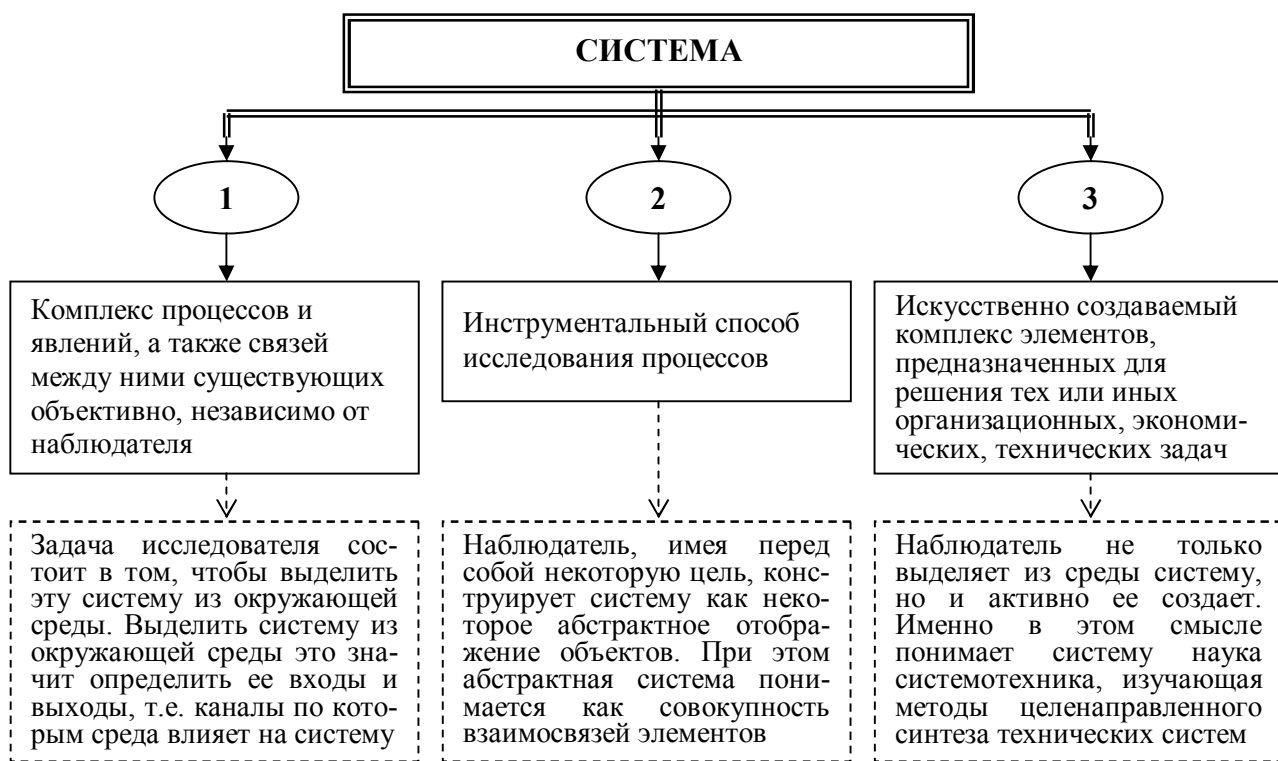


Рисунок 3 – Группировка определений понятия «система»

На основании принципов функционирования систем и модели взаимосвязи функций управления, предложенной Л.В. Поповой, И.А. Масловой и Б.Г. Масловым, нами была разработана структура предприятия как системы (рисунок 4).

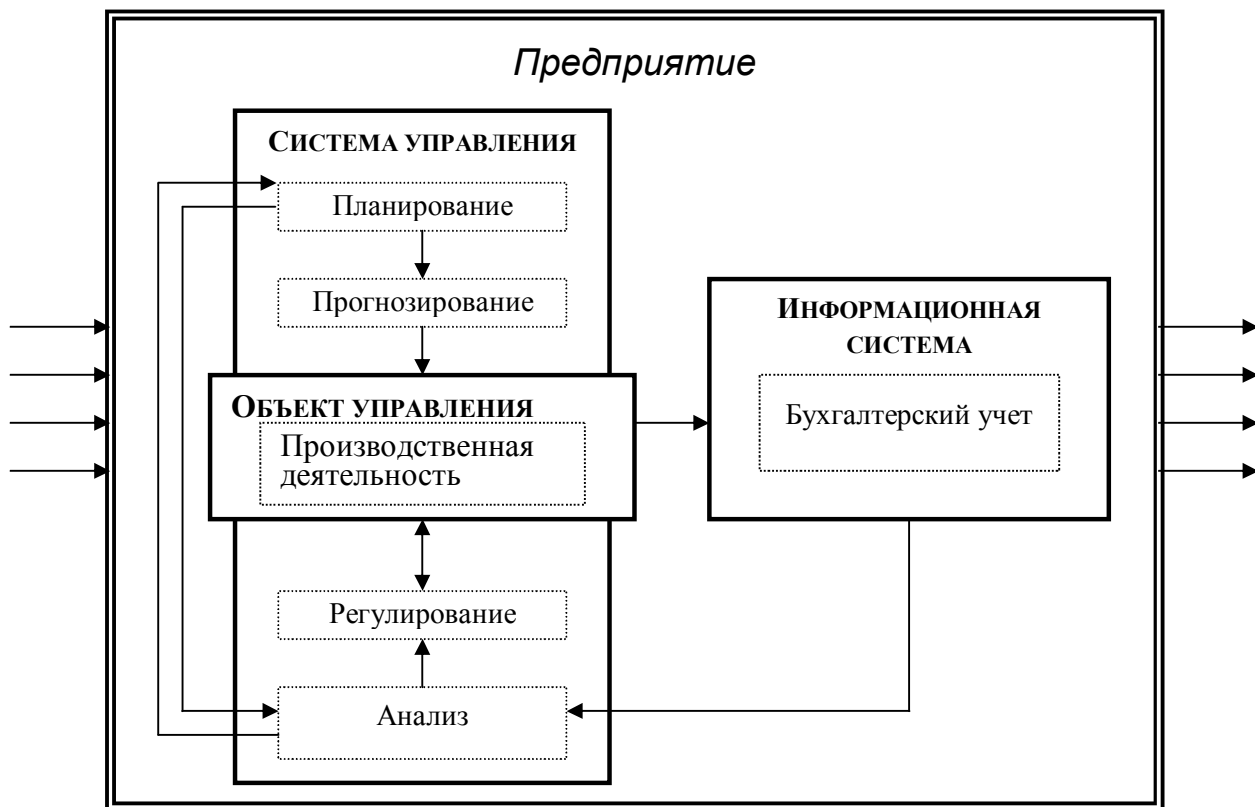


Рисунок 4 – Предприятие как открытая система

Из рисунка следует, что предприятие как единая система состоит из трех взаимосвязанных подсистем – системы управления, производственной системы и информационной системы.

Информационная система представляет собой систему бухгалтерского учета, который обрабатывает информацию о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, а затем поставляет ее в систему управления, которая принимает управленческие решения, воздействуя на процесс производства.

Выделение бухгалтерского учета в обособленную систему не случайно. Бухгалтерский учет представляет собой открытую и эволюционирующую систему, поскольку постоянно испытывает на себе влияние среды, в которой он осуществляется. Так, даже само слово «система» является неотъемлемым во многих определениях как учета, так и бухгалтерского учета (таблица 1).

Так, М.Ю. Медведев считает, что учет представляет из себя систему исчисления объектов хозяйственной деятельности.

Е.А. Боброва определила учет как информационную систему, которая имеет свои цели, элементы, качество и порядок соединения элементов в единое целое.

Таблица 1 – Определения бухгалтерского учета как системы

Автор	Определение бухгалтерского учета
ФЗ «О бухгалтерском учете»	Бухгалтерский учет представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении об имуществе, обязательствах организаций и их движении путем сплошного, непрерывного и документального учета всех хозяйственных операций
Амбарцумов А.А., Стерликов Ф.Ф.	Бухгалтерский учет – это система учета результатов финансовой и хозяйственной деятельности предприятия
Богатая И. Н., Хахонова И. Н.	Бухгалтерский учет это система непрерывного и взаимосвязанного отображения экономической информации с целью управления и контроля за финансовой деятельностью хозяйства
Глоссарии экономических терминов	Бухгалтерский учет – это система сбора и обработки финансовой информации о предприятии, дающая ее пользователям возможность выносить обоснованные суждения о финансовом положении организации и принимать экономические решения
Захарьина В.Р.	Бухгалтерский учет является самостоятельной подсистемой системы управления (менеджмента), которая представляет собой совокупность принципов, методов и средств управления факторами производства и ресурсами, предназначенную для повышения эффективности их использования
Кураков Л.П., Кураков В.Л., Кураков А.Л.	Бухгалтерский учет – это упорядоченная система наблюдения, обобщения и отражения финансово-хозяйственной деятельности предприятия с целью получения достоверных данных о его деятельности
Нидлз Б., Андерсон Х., Колдуэлл Д.	Бухгалтерский учет определяется как система, которая осуществляет измерение, обработку и передачу финансовой информации об определенном хозяйствующем субъекте

По нашему мнению, на основе представленных определений, бухгалтерский учет можно определить как упорядоченную подсистему системы управления, которая осуществляет сбор, регистрацию и обобщения финансовой информации о предприятии с целью получения достоверных данных о его деятельности для принятия на их основе обоснованных решений.

Основной задачей бухгалтерского учета на предприятиях, работающих в условиях рыночных отношений, является обеспечение многочисленных пользователей специфической экономической информацией. Так как достоверная экономическая информация помогает принимать ответственные и эффективные управленческие решения, способные самым существенным образом влиять на будущее финансовое положение предприятия.

Однако, учетная информация, сформированная в учетной системе предприятия, зачастую не обеспечивает выполнение своих функций вследствие низкой степени их аналитичности и достоверности.

По нашему мнению восполнить данный пробел позволит включение в информационную систему предприятия помимо подсистемы бухгалтерского учета, подсистемы анализа и подсистемы контроля (аудита) информации.

Следует отметить, что взаимосвязь учета, анализа и контроля (аудита) неоднократно отмечалась многими авторами.

Так, А.Д. Шеремет считает, что современный бухгалтерский учет в условиях развитой рыночной экономики можно назвать бухгалтерским учетом в широком смысле слова, включающим собственно бухгалтерский учет, анализ и контроль (одна из форм которого – аудит) хозяйственной деятельности.

С.Б. Барнгольц и М.В. Мельник отмечают, что экономический анализ деятельности хозяйствующих субъектов является логическим продолжением бухгалтерского учета.

Полякова С.И. отмечает, что экономический анализ и учет, как его информационная база, пронизывают все структурные элементы хозяйственного механизма.

Такой же позиции придерживается и Ивашкевич В.Б.: «Бухгалтерский учет и анализ хозяйственной деятельности рассматриваются как единая научная специальность... Единство их определяется общностью предмета исследования: хозяйственной деятельности, взаимосвязью цели и средств; учет и отчетность необходимы для анализа, а анализ хозяйственной деятельности - для управления, составной частью которого является бухгалтерский учет».

Н.Г. Щербакова и А.Д. Шеремет рассматривают экономический анализ как составную часть учета.

Большинство авторов, исследовавших эволюцию развития контроля, утверждают, что контроль зародился в недрах бухгалтерского учета и изначально существовал как *средство счетоводства*. Так, например, по мнению А. З. Попова, общим средством счетной науки является независимый контроль, или, иначе говоря, самостоятельное наблюдение.

И. А. Шоломович указывал, что учет есть *неотъемлемая часть системы* контроля на предприятии.

Н. Р. Вейцман рассматривал взаимосвязь учета и контроля следующим образом: «Учет всегда и во всем контроль. Каждый отдельный акт учета, равно как и учета в целом есть, прежде всего, проверка правильности предпринимаемых хозяйственных действий».

Таким образом, взаимосвязь учета, анализа и контроля является обоснованной и общепризнанной. Идея объединения учета, анализа и аудита в единую информационную (учетно-аналитическую) систему, функционирующую на предприятии, впервые была предложена Л.В. Поповой и И.П. Ульяновым в середине 90-х годов.

По их мнению, учетно-аналитическая система представляет собой систему, базирующуюся на бухгалтерской информации, включающей оперативные данные и использующей для экономического анализа статистическую, техническую, социальную и другие виды информации. Поэтому в широком плане учетно-аналитическая система представляет собой сбор, обработку и оценку всех видов информации, потребляемой для принятия управленческих решений на микро- и макроуровнях.

И.А. Маслова считает, что учетно-аналитическая система – это полностью или частично децентрализованная система, элементарные системы которой осуществляют собой сбор, обработку и оценку всех видов информации, потребляемой для принятия управленческих решений на микро- и макроуровнях.

Принципиальная схема взаимодействия элементов учетно-аналитической системы, разработанная Л.В. Поповой и И.П. Ульяновым представлена на рисунке 5.

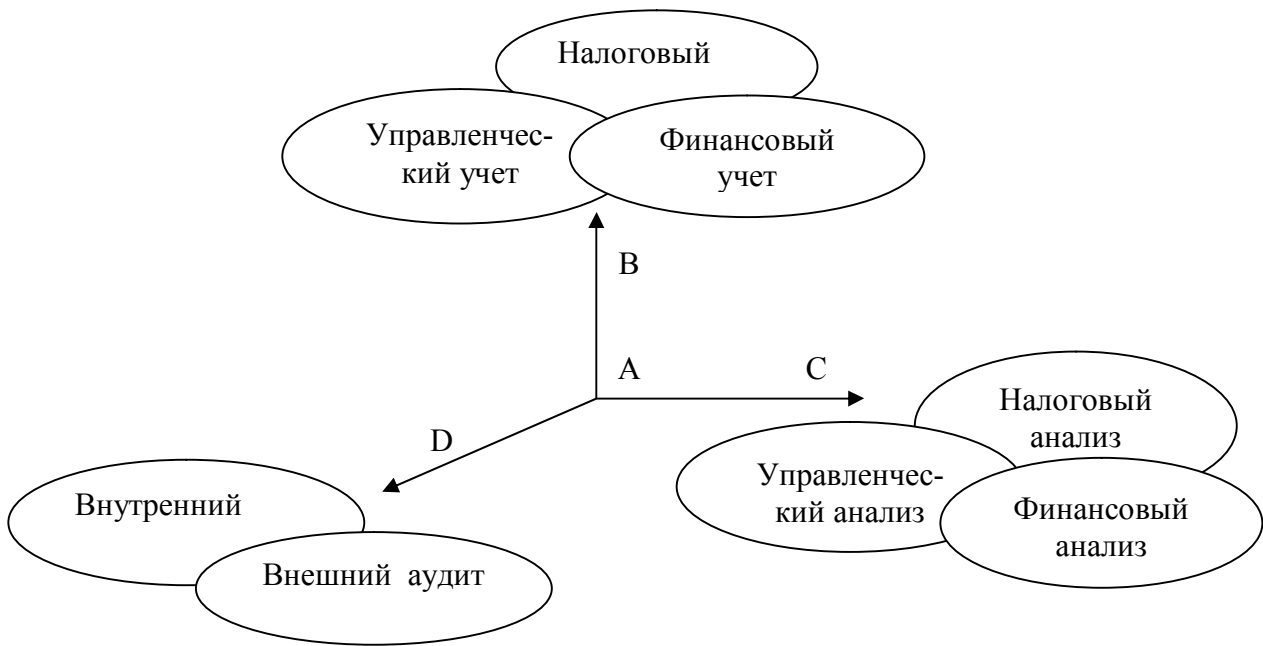


Рисунок 5 – Принципиальная схема взаимодействия элементов учетно-аналитической системы (УАС)

На представленной схеме показаны элементы, составляющие учетно-аналитическую систему. Точка А представляет исходную информационную базу УАС, то есть бизнес или хозяйственную деятельность предприятия. Прямая АВ — бухгалтерский учет, который представляет собой сочетание финансового, управленческого и налогового учета [4].

Прямая АС – анализ хозяйственной деятельности, представленный компонентами: финансовый анализ (традиционный вариант), управленческий анализ (контроллинг), налоговый анализ (выделяемый в отдельную категорию на основании налогового учета). Прямая АД представляет систему аудита внутреннего и внешнего [4].

По нашему мнению, модель учетно-аналитической системы необходимо дополнить, применив к нему принципы системного подхода (рисунок 6).

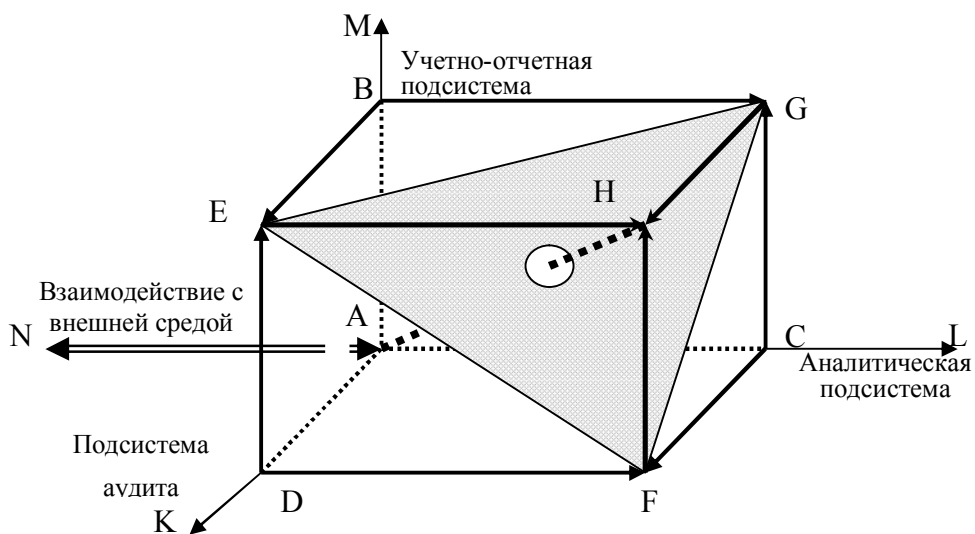


Рисунок 6 – Модель учетно-аналитической системы предприятия

Представленная на рисунке 6 схема учетно-аналитической системы отображает все процессы обмена информацией, происходящие на предприятии.

Так, через производственно-хозяйственную деятельность (точка А) происходит процесс взаимодействия предприятия с внешней средой (вектор AN), путем реализации продукции предприятия покупателям, а так же получения различных видов ресурсов от поставщиков.

Информация о финансово-хозяйственной деятельности предприятия поступает в подсистемы учетно-аналитической системы (отрезки АВ, АС, AD). Часть информации образующейся в каждой из подсистем поступает во внешнюю среду, в виде финансовой, налоговой отчетности, пояснительной записки к бухгалтерской отчетности, обязательного аудиторского заключения, различной аналитической информации (вектора DK, BM, CL).

Вся же учетно-аналитическая информация предприятия, выработанная каждой подсистемой учетно-аналитической системы и их взаимодействием, образует учетно-информационное поле (плоскость EGF). Информация, необходимая для управления и принятия управленческих решений поступает в аппарат управления (точка H) в виде отчетов, содержащих учетно-аналитическую информацию (вектора EH, GH, FH).

Аппарат управления на основе полученной информации вырабатывает решения, влияющие на финансово-хозяйственную деятельность предприятия (вектор HA). Далее учетно-аналитический процесс начинается заново, то есть он носит циклический характер.

Организованная таким образом учетно-аналитическая система будет способствовать повышению качества вырабатываемой системой информации, положительно влияя на качество подготавливаемой и представляемой отчетности и сами отчетные показатели, то есть на эффективность учетной информации для сторонних пользователей. Так же информация, формируемая в рамках учетно-аналитической системы, будет служить основой для принятия своевременных и обоснованных решений внутри организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Введение в системный подход //Internet resource: [http\ www.business-process.ru](http://www.business-process.ru)
2. Лукьянцев, В.С. Моделирование систем управления //Internet resource: [http\ www.lukanvas.ru](http://www.lukanvas.ru)
3. Моисеев, В.И. Философия и методология науки [Текст] / В.И. Моисеев // Internet resource: [http\ society.polbu.ru](http://society.polbu.ru)
4. Попова, Л.В. Основные теоретические принципы построения учетно-аналитической системы [Текст] / Л.В. Попова, И.А. Маслова, Б.Г. Маслов // Финансовый менеджмент. - 2003. - № 5.

Алимов Сергей Александрович

Орловский государственный технический университет

302020, г. Орел, Наугорское ш., 29

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

Тел.: (4862) 41-95-35

E-mail: alimov_sergei@mail.ru

ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО (УПРАВЛЕНЧЕСКОГО) УЧЕТА И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

В данной статье нами были рассмотрены актуальные вопросы формирования системы бухгалтерского (управленческого) учета и управленческой отчетности на предприятия малого бизнеса в современных экономических условиях.

Ключевые слова: бухгалтерский (управленческий) учет, отчетность, малый бизнес.

In this article we had been considered pressing questions of formation of system of the administrative account and the administrative reporting on the small-scale business enterprises in modern economic conditions.

Key words: the accounting (administrative) account, the reporting, small-scale business.

На современном этапе развития мировой экономики, в условия мирового финансового кризиса и политической нестабильности, в тяжелейших условиях рецессии отечественной экономики и нестабильности банковской сферы предприятиям требуется особый подход к организации своей деятельности. На настоящий момент отечественная экономика, отечественные предприятия и индивидуальные предприниматели нуждаются в поддержке. Поддержка может исходить от двух источников: внутренняя поддержка и внешняя. Внешнюю поддержку можно классифицировать по нашему мнению на два крупных направления: прямую поддержку в виде дотаций и компенсаций и косвенную: через снижение налогов и другие льготы. На сегодняшний момент государство сделало уже ряд попыток прямой и косвенной поддержки, среди которых снижение налогов, дотирование ряда крупных промышленных предприятий, частичной оплаты кредитов, предоставление отсрочек по платежам и т.д. То есть вывод – государство приняло ряд мер по поддержанию отечественной экономики. Достоинства и недостатки этих мер, мы рассмотрим ниже. К внутренним мерам поддержки относится мобилизация и реструктуризация финансовых, человеческих и управленческо - учетных ресурсов предприятия. На данный момент совершаются отдельные попытки по реструктуризации некоторыми предприятиями, но они не всегда дают хороший результат, либо данный результат носит временный положительный: На настоящий момент на многих предприятий сокращение затрат было произведено через сокращение работников предприятия, тем самым уменьшив расходы на оплату труда. Некоторые работодатели на данный момент еще фактически не сократили свой штат, а физически – штат сильно или полностью урезан – работники отправлены в отпуска. С одной стороны данное решение можно оправдать - решение экономических проблем предприятия, но с другой стороны данная мера имеет следующие недостатки:

- временное улучшение экономической ситуации предприятия приводит к возникновению социальных проблем на уровне государства, то есть растет социальная напряженность в обществе
- сокращение численности персонала отодвигает проблему нехватки финансовых ресурсов на некоторое время, но не решает ее
- сокращение работоспособности оставшихся рабочих на предприятии, так как «под волну» следующих сокращений могут попасть и они. То есть он, прямо или косвенно, рассматривают вариант об увольнении и занят поиском потенциальной работы и т.д.

Несмотря на относительную готовность экономики нашего государства к мировым финансовым потрясениям, кризис неспешно начинает оборот. Предприятия и банки объявляют себя банкротами, платежеспособность резко снижается и в целом показатели

финансово-хозяйственной деятельности начинают показывать спад. Самой незащищенной, но самой экономически главной силой любой экономики является малый и средний бизнес. Меры государственной поддержки однозначно недостаточны для поддержания малого бизнеса. В качестве рекомендации хотелось бы предложить:

1) снижение налогового бремени, что уже производит в налоговом законодательстве;

2) официальный зачет сумм перечисленных налоговых платежей в бюджет и во внебюджетные фонды предприятий малого и среднего бизнеса, которые были перечислены, но не получены адресатом в связи с отзывом лицензий у обслуживающих предприятия банков. То есть те денежные средства, направленные для уплаты квартальных налогов, которые были списаны со счетов предприятия должны быть официально быть зачтены. Так как незачет этих сумм сверх негативно скажется на финансовом состоянии предприятия и действительно ощутимой «пользы» от снижения налоговой ставки по тому или иному налогу не будет. Итак, выход из кризиса и развитие экономики невозможно без развития малого бизнеса. В рамках данной статьи мы рассмотрим организацию системы управленческого учета и отчетности предприятия малого бизнеса – парикмахерской. Система управленческого учета и отчетности малого бизнеса, занимающегося оказанием бытовых услуг, будет практически одинакова для предприятий данного сегмента бизнеса. Поэтому, опираясь на предлагаемый механизм внутреннего учета и контроля, несложно организовать систему внутреннего учета на других аналогичных предприятия. Итак, для обобщения информации о затратах парикмахерской «Х» мы предлагаем использовать счет 20 «Основное производство». По Дебету данного счета отражаются затраты на оказание парикмахерских услуг [1]. Для того, чтобы управленческий учет был обеспечен информацией о затратах парикмахерской рекомендуется открыть субсчета к счету 20 «Основное производство». Так как в парикмахерской работают 4 мастера-парикмахера, то к счету 20 будут открыты 4 субсчета:

- 20/1 – затраты первого мастера;
- 20/2 – затраты второго мастера;
- 20/3 – затраты третьего мастера;
- 20/4 – затраты четвертого мастера;
- 20/n - затраты n-го мастера;

В конце месяца все данные по субсчетам 20 счета списываются в дебет 20 счета. А потом списываются на себестоимость услуг, в дебет 90 «Продажи». Схема данного процесса представлена на рисунке 1.

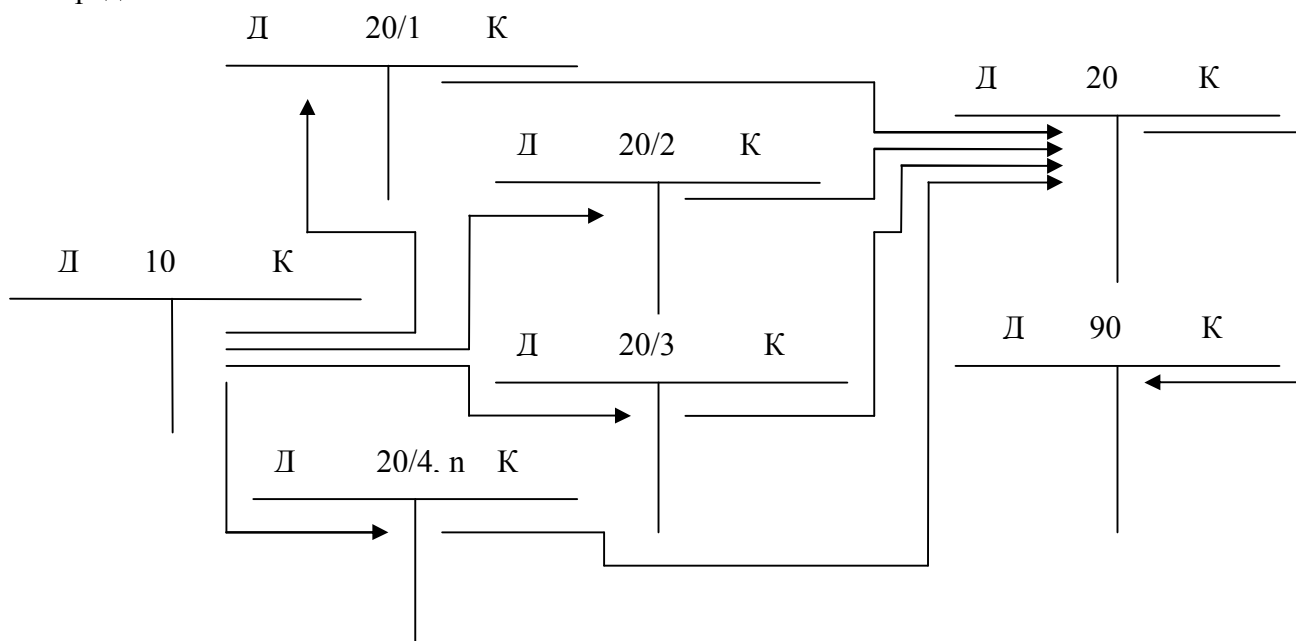


Рисунок 1 - Схема отнесения материальных затрат на себестоимость парикмахерских услуг

В конце каждого рабочего дня каждый мастер будет сдавать отчет (Таблица 1).

Таблица 1 - Форма отчета мастера

№ п/п	Время начала обслуживания, мин.	Время окончания обслуживания, мин.	Затраченное время, мин.	Сумма затраченных материалов, руб.	Сумма выручки, руб.
1	Например, 9-00	Например, 10-00	1 ч	Например, 560	Например, 2100
Итого					

В своем отчете каждый мастер отражает время начала и окончания обслуживания клиента, указывает сумму затраченных материалов, а также сумму выручки за обслуживание каждого клиента. В конце отчета подводится итог затрат и общая сумма выручки каждого мастера.

На основании отчетов мастеров администратор в конце каждой недели свой отчет, который предоставляет бухгалтеру (таблица 2).

Таблица 2 – Форма отчета администратора

Работник	Количество обслуженных клиентов	Затраченное время	Сумма затраченных материалов	Выручка	Заработная плата работника
Мастер №1	Например, 12	Например, 9ч	Например, 3400	Например, 14000	Например, 3000
Мастер №n	*	*	*	*	*
Итого	Σ	Σ	Σ	Σ	Σ

Администратор в своем отчете подводит итогу работы каждого мастера за неделю. Отражает количество обслуженных клиентов, затраченного времени и материалов, а также выручку мастера и причитающуюся ему заработную плату.

Управляющий в конце месяца будет составлять отчет, на основании которого можно будет принимать эффективные управленческие решения (таблица 3).

Таблица 3 - Форма отчета управляющего

№ n/n	Показатели	Сумма, руб.
1	Выручка за минусом НДС	Σ
2	Переменные затраты, в том числе:	Σ
	материальные затраты	Σ
	заработная плата работников и единый социальный налог	Σ
3	Маржинальный доход	Σ
4	Постоянные затраты	Σ
5	Прибыль (убыток)	Σ

В отчете бухгалтера отражается информация о выручке, постоянных и переменных затратах. В конце определяется прибыль или убыток за месяц.

На основании приведенных регистров администрация парикмахерской сможет оценить эффективность работы каждого мастера и принять решения по повышению эффективности их работы

Парикмахерской, ведущей расчеты с населением за оказанные косметические услуги, в качестве бланка строгой отчетности целесообразно также применять форму БО – 11 (01) «Листок учета выработки», которая утверждена Письмом Минфина России от 20.04.1995 года № 16-00-30-33 «Об утверждении форм документов строгой отчетности». Форма БО-11(01) «Листок учета выработки» применяется для учета услуг парикмахерских по каждому исполнителю мужского и женского залов, косметических, маникюрных и педикюрных кабинетов (таблица 4).

Таблица 4 – Листок учета выработки

№ п/п	Номер позиции по прейскуранту	Стоимость	Подпись администратора (кассира)
1	Например, 1204	Например, 300	*
...			
	Итого:		

«Листки учета выработки» заполняются ежедневно мастером и используются для контроля за поступлением выручки, начисления заработной платы исполнителям и списания израсходованных материалов. Кассир проверяет достоверность записи стоимости услуг и расписывается в соответствующей графе. Листки учета выработки ежедневно регистрируются в «Отчете кассира».

На всех контрольно-кассовых машинах в обязательном порядке применяется контрольная лента, и по каждой контрольно-кассовой машине ведется книга кассира-операциониста, заверенная в налоговом органе.

Контрольные ленты, книга кассира-операциониста и другие документы, подтверждающие проведение денежных расчетов с покупателями (клиентами), рекомендуется хранить в течение сроков, установленных для первичных учетных документов, но не менее 5 лет.

Прием наличных денег кассой парикмахерской производится по приходным кассовым ордерам, подписанным бухгалтером.

О приеме денег выдается квитанция к приходному кассовому ордеру за подписями главного бухгалтера и кассира, оттиском кассового аппарата.

Выдача наличных денег из кассы парикмахерской производится по расходным кассовым ордерам или надлежаще оформленным другим документам (платежным ведомостям (расчетно-платежным), заявлениям на выдачу денег, счетам и др.) с наложением на этих документах штампа с реквизитами расходного кассового ордера. Приходные и расходные кассовые ордера до передачи в кассу регистрируются бухгалтерией в журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов.

Все поступления и выдачи наличных денег предприятия учитывают в кассовой книге.

В соответствии с Положением по применению контрольно - кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением заказчик бытовых услуг будет получать за оказанную услугу чек с контрольно - кассового аппарата

Кассовая книга применяется для учета поступлений и выдач наличных денег организации в кассе. Каждый лист кассовой книги состоит из 2-х равных частей: одна из них (с горизонтальной линовкой) заполняется кассиром как первый экземпляр, вторая (без горизонтальных линеек) заполняется кассиром как второй экземпляр с лицевой и оборотной стороны через копировальную бумагу. Первые и вторые экземпляры листов нумеруются одинаковыми номерами. Первые экземпляры листов остаются в кассовой книге. Вторые экземпляры листов должны быть отрывными, они служат отчетом кассира и до конца операций за день не отрываются.

Авансовый отчет применяется для учета денежных средств, выданных подотчетным лицам на административно - хозяйственные расходы.

Составляется в одном экземпляре подотчетным лицом и работником бухгалтерии.

На оборотной стороне формы подотчетное лицо записывает перечень документов, подтверждающих произведенные расходы (командировочное удостоверение, квитанции, транспортные документы, чеки ККМ, товарные чеки и другие оправдательные документы), и суммы затрат по ним (графы 1 - 6). Документы, приложенные к авансовому отчету, нумеруются подотчетным лицом в порядке их записи в отчете.

В бухгалтерии рекомендуется проверять целевое расходование средств, наличие оправдательных документов, подтверждающих произведенные расходы, правильность их оформления и подсчета сумм, а также на оборотной стороне формы указываются суммы расходов, принятые к учету (графы 7 - 8), и счета (субсчета), которые дебетуются на эти суммы (графа 9).

Проверенный авансовый отчет утверждается руководителем или уполномоченным на это лицом и принимается к учету. Остаток неиспользованного аванса сдается подотчетным лицом в кассу организации по приходному кассовому ордеру в установленном порядке. Перерасход по авансовому отчету выдается подотчетному лицу по расходному кассовому ордеру. При сдаче авансового отчета подотчетное лицо должно будет приложить к нему товарный чек.

На основании данных утвержденного авансового отчета бухгалтерией производится списание подотчетных денежных сумм в установленном порядке.

Основным первичным документом по материально-производственным запасам является счет-фактура, в которой указывается поставщик, наименование товара, количество, цена, сумма налога на добавленную стоимость. К счетам-фактурам должны прикладываться товарные накладные [3].

Полученные материалы приходуются по приходному ордеру, в котором указывается наименование, цена, количество материалов, налог на добавленную стоимость. Передача материалов администратором мастерам оформляется накладной на внутреннее перемещение.

По заработной плате в парикмахерской бухгалтеру целесообразнее составлять штатное расписание и табель учета рабочего времени. Штатное расписание содержит такие данные как: должность, оклад, надбавка, заработная плата всего. В таблице учета рабочего времени отражается отработанное время, а так же неявки на работу.

Первичные документы для придания им юридической силы должны иметь следующие обязательные реквизиты:

- а) наименование документа (формы), код формы;
- б) дату составления;
- в) содержание хозяйственной операции;
- г) измерители хозяйственной операции (в количественном и стоимостном выражении);
- д) наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления, личные подписи и их расшифровки.

А также в первичном документе будут приведены дополнительные реквизиты: номер документа, название и адрес предприятия, основание для совершения хозяйственной операции, зафиксированной документом.

Разработанные регистры для персонала парикмахерской «Х» должны заполняться на основании первичной документации. Отчеты мастеров – парикмахеров будут составляться на основании формы БО – 11 (01) «Листок учета выработки», в которой отражается информация о количестве обслуженных клиентах, вид услуги предоставленной каждому клиенту и стоимость услуги. Сумма, которая отражается в строке «итого», графе «сумма затраченных материалов» в отчете каждого мастера должна соответствовать сумме отражаемой по дебету счета 20 «Основное производство» субсчета соответствующего каждому мастеру.

Отчет администратора составляется так же на основании формы БО – 11 (01) «Листок учета выработки», в которой отражается информация о количестве обслуженных клиентах, а

так же стоимость услуги. В отчете отражается информация о заработной плате каждого мастера, информация о которой берется из штатного расписания. Общая сумма выручки, отражаемая в отчете администратора, должна соответствовать суммам, отраженным в книге кассира - операциониста. Сумма затраченных материалов должна соответствовать сумме, отражаемой по дебету счета 20 «Основное производство».

Одним из наиболее значимых документов является отчет управляющего – бухгалтера, в котором подводятся итоги работы парикмахерской «Х» за месяц. В котором информация отражается на основании следующей первичной документации: отчета кассира - операциониста, штатного расписания, накладных на внутреннее перемещение, счет-фактурам. Сумма материальных затрат должна соответствовать суммам накладных на внутреннее перемещение и сумме затраченных материалов в отчете администратора. Сумма материальных затрат в отчете управляющего должна равняться сумме материальных затрат отражаемой по дебету 90 «Продажи» счета, которая относится на себестоимость услуг. Таким образом, своевременное и точное составление отчетов, позволит организовать эффективный управленческий учет, который позволит организовать дальнейшее развитие парикмахерской «Х»

Мы считаем только эффективная система управленческого учета в сочетании с бюджетированием и планированием (хотя бы в упрощенной форме) позволят предприятиям малого бизнеса получить дополнительный инструмент в противостоянии сложным финансово-экономическим реалиям. Также в заключении хотелось бы еще раз отметить, что без государственной поддержки малый бизнес развивать не сможет.

ЛИТЕРАТУРА

1. Попова, Л.В. Формирование учетно-аналитической системы затрат на промышленных предприятиях (учебно-методическое пособие) [Текст] / Л.В. Попова, И.А. Маслова, В.А. Константинов, М.М. Коростелкин. - М.: Изд-во Дело и сервис. - 2007.- 223с.
2. Попова, Л.В. Бюджетирование на микро- и макроуровне (учебное пособие) [Текст] / Л.В. Попова, В.А. Константинов. - М.: Изд-во Дело и сервис. - 2009.- 287с.
3. Попова, Л.В. Управленческий учет и анализ с практическими примерами (учебно-методическое пособие) [Текст] / Л.В. Попова, И.А. Маслова, В.А. Константинов, Е.Ю. Степанова. - М.: Изд-во Дело и сервис. - 2006.- 224с.

Попова Л.В., Головина Т.А., Маслова И.А.

Современный управленческий анализ: учебное пособие. – М.: Дело и Сервис, 2006.

Книга раскрывает современную концепцию управления деятельностью предприятия; рассмотрен комплекс вопросов, связанных с методикой управленческого анализа, изучением маркетинговых стратегий, оценкой эффективности инновационных проектов, применением различных вариантов анализа затрат предприятия; анализом экономического роста на микроэкономическом уровне, маржинальным анализом, анализом производительности, издержек и т.п.

Учебное пособие содержит контрольные вопросы и практические



ФИНАНСЫ, НАЛОГИ **И КРЕДИТ**

УДК 336.7

МЕРКУЛОВА Н. С.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ БАНКОВСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КАПИТАЛИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Межрегиональное банковское объединение может стать одним из перспективных направлений развития деятельности региональных коммерческих банков. Посредством создания такого объединения достигается повышение их капитализации и усиления конкурентных позиций на региональных рынках банковских услуг.

Ключевые слова: региональная банковская система, коммерческий банк, банковский капитал, банковское объединение, капитализация.

The interregional bank association can become one of the promising trends in development of the activity of regional commercial banks. By means of the creation of this association an increase in their capitalization and strengthening of the competitiveness on the regional markets for bank services is achieved.

Key words: regional banking system, commercial bank, bank capital, bank association, the capitalization

Современный этап развития экономики России и ее регионов, в частности, заключается в мощной концентрации капитала путем слияния и поглощения кредитных организаций, акционерных обществ, создания стратегических альянсов, образования корпораций. Этому способствовали такие факторы, как достижения научно-технического прогресса, сокращение объема вмешательства государства в экономику и финансы, рост международных потоков капитала.

Но структурные сдвиги в банковской сфере РФ нельзя оценивать однозначно как положительные. Несмотря на существенный количественный рост основных показателей банковской системы, конкурентные преимущества ее деятельности ограничены недостаточным уровнем капитализации и ростом рисков.

В последнее время в публикациях особенный интерес вызывают интегрированные корпоративные структуры. Надо отметить, что на данный момент в литературе нет однозначного толкования понятия «корпорация». Приведем несколько определений.

Так, Джерри М. Розенберг считает, что корпорация в общем смысле – это организация, которая имеет цель, декларирует, что работает на благо общества, располагает полномочиями, является юридическим лицом, существует продолжительное время и имеет ограниченную ответственность [3].

Грязнова А.Г. определяет корпорацию как совокупность лиц, объединившихся для достижения какой-либо цели и образующих самостоятельный субъект права – новое юридическое лицо. Как правило, корпорация предусматривает долевую собственность участников и осуществление функции управления профессиональными управляющими, работающими по найму [8].

По мнению Страховой Л.П. и Бартенева А.Е. корпорацию можно считать объединением акционерных обществ и других фирм различных сфер деятельности, цель которого состоит в разработке согласованной политики в области специализации и интеграции производства, объемов производства однотипной продукции, раздела рынков сбыта, распределения капитальных вложений, кооперирования в области НИОКР и освоения производства новой продукции [5].

Приведенные формулировки демонстрируют, что одни авторы делают акцент на юридическом аспекте, другие исследователи рассматривают преимущественно экономическую сторону данного понятия.

Слово «корпорация» (лат. *corporatio*) первоначально определяется как объединение, общество, союз. На первых порах корпорация соответствовала понятию крупного акционерного общества. Сегодня ключевыми признаками корпорации, выделяющими ее из множества акционерных обществ, являются крупные размеры, межотраслевой охват, транснациональная сфера деятельности. Масштабы деятельности и захват рынков однотипной продукции связывают понятие корпорации с монополизмом.

Таким образом, определение термина «корпорация» должно наиболее полно отражать ее суть и цели создания. Так, Курушина О.А. дает следующее определение. Корпорация – это не являющееся юридическим лицом объединение юридических лиц различных сфер деятельности (промышленной, коммерческой, научно-технической, маркетинговой, сбытовой и т.д.), имеющее целью соединить все стадии товародвижения однотипной продукции для достижения максимального результата [1].

Также необходимо отметить, что для корпорации характерно объединение всех активов вовлекаемых в сделку фирм.

Формирование корпораций в различных странах имеет свою специфику. Исследователи выделяют три основные модели, характерные для стран с развитой рыночной экономикой [6].

Англо-американская модель (США, Великобритания) создавалась с учетом рыночно ориентированной финансовой системы, на основе развитого рынка капитала, широкого набора различных финансовых инструментов. Уровень развития промышленных корпораций был изначально высокий, поэтому привлечение дополнительного капитала осуществлялось за счет эмиссии акций. Сегодня в США распространены два основных вида объединений: банковский холдинг и производственно-технологический комплекс. В первом случае консолидирующим ядром выступают крупнейшие банки. Во втором – мощная промышленная компания, которая в свою очередь владеет банками и финансовыми компаниями.

Характерная особенность немецкой модели (Германия, Франция, Бельгия, Нидерланды, Австралия) состоит в тесном взаимодействии банков с промышленностью. Банк в такой модели является долгосрочным акционером корпорации и играет в финансово-промышленной группе несколько ролей: выступает акционером и кредитором, эмитентом ценных бумаг, депозитарием и голосующим агентом на ежегодных общих собраниях акционеров.

Банки, являясь универсальными кредитно-финансовыми комплексами, осуществляют широкое обслуживание компаний своей группы, в том числе консультационных услуг, связанных с анализом и прогнозированием рынков.

Эффективность функционирования холдинга, образованного по японской модели, связана с рациональностью внутрихолдинговых связей, отлаженных прав собственности по отношению к самому холдингу. Финансово-промышленные группы Японии представляют собой самостоятельные, универсальные экономические комплексы, включающие в свою организационную структуру финансовые учреждения (банки, страховые и трастовые компании), торговые фирмы, а также промышленные предприятия, составляющие полный спектр отраслей экономики.

Банковский капитал зачастую является основой деятельности финансово-промышленных групп во всем мире. Объединение различных компаний, не связанных между собой сфер деятельности позволяет существенно снизить совокупный риск и придает значительно большую мобильность по сравнению с огромными корпорациями одной отрасли.

По определению Грязновой А.Г. холдинг – это головная компания, владеющая контрольными пакетами акций других компаний с целью контроля либо направления их

деятельности для проведения единой экономической политики. Включаемые в холдинг компании сохраняют юридическое лицо, но теряют финансовую самостоятельность. [8, с.1064] В настоящее время особую актуальность приобретает создание банковских холдингов. Фактически банковский холдинг как вид холдинга отличает присутствие в нем одной или более кредитных организаций. Эта форма интересна тем, что наличие близкого банка существенно упрощает движение денежных потоков, обеспечивает мобильность холдингу в целом и его устойчивость к внешним колебаниям. Включение в структуру холдинга коммерческого банка дает существенные преимущества. Данная практика уже давно сложилась и успешно функционирует в высокоразвитых странах, однако слабо развиваются в Российской Федерации.

Появлению банковских холдингов способствует множество факторов, основными из которых являются: концентрация производства, которая позволяет получить максимальную отдачу на вложенный капитал; устранение конкуренции и подчинение предприятий группы единым стратегическим целям; объединение интеллектуального потенциала и технических возможностей; снижение суммарных издержек производства; минимизация уровня предпринимательского рынка; обеспечение эффективного управления структурой. [1] Холдинговые компании в России изначально возникли как форма разгосударствления крупных объединений и предприятий и способ реорганизации несовместимых с рынком отживших государственных управленческих структур.

В соответствии с Федеральным законом «О банках и банковской деятельности» банковский холдинг представляет собой не являющееся юридическим лицом объединение юридических лиц с участием кредитной организации, в котором головная организация банковского холдинга имеет возможность прямо или косвенно оказывать существенное влияние на решения, принимаемые органами управления кредитной организации (кредитных организаций) [9].

Практика создания российских банковских холдингов свидетельствует о том, что на сегодняшний день их потенциальные преимущества проявляются не в полном объеме. В связи с этим разработка теории и методики создания банковских холдингов, формирование научно обоснованных подходов к процессу принятия решения о создании банковских холдинговых структур в России являются актуальными и своевременными.

Основное преимущество холдинговых компаний заключается в повышении конкурентоспособности группы связанных предприятий. Это становится возможным, прежде всего, за счет концентрации и быстрой мобилизации значительных ресурсов на необходимых направлениях и оптимизации использования привлеченных капиталов для всей группы предприятий.

В целях укрепления устойчивости российского банковского сектора одним из направлений дальнейшего развития банковских холдингов является их непосредственное участие в работе по финансовому оздоровлению кредитных организаций, оказавшихся в сложном финансовом положении, проблемы которых не связаны с грубыми нарушениями, и есть уверенность в том, что данные кредитные организации восстановят свою платежеспособность и в дальнейшем обеспечат выполнение требований законодательства и пруденциального надзора.

Устойчивым является банковский холдинг, построенный с учетом передового отечественного и зарубежного опыта, легко адаптирующийся к кризисным ситуациям, играющий активную роль в кредитовании отраслей хозяйства страны, обеспечивающий равные возможности для повышения качества и надежности каждого участника объединения, путем укрупнения структуры собственности, роста капитализации, улучшения системы управления и контроля за рисками, применения стратегического планирования. Универсальные функциональные возможности банковских холдингов отвечают базовым потребностям экономики и обеспечивают благоприятные исходные условия для развития банковского сектора, соответствующего потребностям экономического роста. Важным направлением дальнейшего развития банковских холдингов является развитие региональных

финансовых рынков через создание дочерних банковских учреждений в регионах, где их крайне мало или совсем нет. Целесообразно разработать региональные программы с учетом потребности экономики в целом, интересов отраслей хозяйства и регионов и на их основе выработать стратегическую линию развития региональных экономических систем.

Говоря об интегрированных корпоративных структурах, нельзя обойти вниманием такое понятие как банковская группа. Так, Миронова А.П. исследуя данный вопрос, формулирует такое определение. Банковская группа – это сложное объединение, не являющееся юридическим лицом юридических лиц, основным видом деятельности которого является банковский бизнес и в котором одна головная кредитная организация оказывает существенное влияние прямо или косвенно на решения принимаемые органами управления других юридических лиц. [2]

В современных исследованиях разрабатывается идея о создании в рамках региональной банковской системы корпоративной структуры. Так, Садков В.Г. и Овчинникова О.П. выдвинули идею о создании многофункционального губернского банка, учредителями которых могут выступать на паритетной основе региональные органы власти и частные инвесторы. Понятно, что в современных условиях создание новых банков в связи с увеличением минимального размера уставного капитала является для регионов и муниципальных образований делом крайне трудным. В этой связи, по мнению авторов, оптимальным решением является создание многофункциональных банковских структур на качественно новой основе (в виде холдинговой структуры). В данном случае речь идет о создании не нового банка, а головной (управляющей) компании многофункционального и многофилиального холдинга. [4]

Данный вид кредитного учреждения, как представляется, будет более гибким и жизнеспособным, так как, во-первых, отношения между подразделениями строятся на основе доверия, готовности к риску и взаимопомощи, предупреждению возможных конфликтов; во-вторых, подобная структура способна предоставлять синдицированные кредиты и, следовательно, способна к минимизации рисков на вложенный капитал; в-третьих, вхождение различных банков в данную структуру позволит оценить предлагаемый инвестиционный проект более квалифицированно вследствие того, что оценка может производиться несколькими кредитными учреждениями независимо друг от друга; в-четвертых, подобная структура позволит стандартизировать банковскую деятельность; в-пятых, головная компания будет работать на принципах обучающейся структуры, подталкивая к необходимости организационного обучения другие кредитные учреждения, входящие в холдинг. В качестве головной компании холдинга может быть задействован и уже существующий банк.

Однако выбор конкретного банка в качестве управляющей компании холдинга должен производиться строго на конкурсной основе и на конкретный срок (допустим, на 2,5 года). По истечении указанного срока после оценки результатов деятельности финансово-кредитных учреждений на основе специальной системы критериев социально-экономической эффективности, представленной в информационных паспортах банков, конкурс должен повторяться.

Региональные банки могут также стать мозговыми центрами по обеспечению экономической информацией, необходимой для оценки общеэкономического развития региона, а также отдельных клиентов, что очень важно и для самого банка при разработке стратегии и плана деятельности, как на перспективу, так и на более короткие сроки.

Особенностью предлагаемой авторами холдинговой структуры является то, что банки, входящие в нее, могут работать на рынке самостоятельно. Таким образом, в состав холдинга могут входить малые и средние банки, а также филиалы инорегиональных банков при условии расширения их самостоятельности.

Многофункциональный губернский банк способен выполнять функции расчетно-кассового обслуживания бюджетных счетов; консультационное и экспертное обслуживание; финансирование и кредитование региональных программ развития; участие в специальных программах по обслуживанию регионального бюджета.

Помимо того, в рамках взаимодействия региональной администрации и банка можно выделить такие направления как внедрение новых форм бюджетного финансирования; использование кредитных ресурсов коммерческих банков в целях краткосрочного кредитования местного бюджета; банковское обслуживание региональных инвестиционных программ и участие в этих программах; распространение крупных инвестиционных проектов банка на реализацию задач социально-экономического развития города.

Однако при создании губернских банков следует блокировать тенденции монополизма в отношении банковского обслуживания бюджета. Работа исключительно по схеме «бюджет — свой банк» чревата потерей стимулов к внедрению новых банковских технологий и повышению качества обслуживания у банка-монополиста, а также риском смены приоритетов. Финансовое состояние доверенного банка следует подвергать регулярному мониторингу со стороны исполнительных органов. Относительно доверенных банков необходимо отметить, что выбор последних должен осуществляться на конкурсной основе по законодательно установленным правилам на основе информации, позволяющей дать объективную оценку всем деловым качествам кандидатов.

Несомненно, рассмотренная методика при ее внедрении в практику банковского дела на региональном уровне даст свои результаты и приведет к повышению уровня капитализации региональной банковской системы. Однако, по нашему мнению, реализация данной методики требует от региональных органов власти определенной степени экономической ответственности, что является субъективным фактором. Кроме того, авторы не исключают участие в банковском холдинге филиалов инорегиональных банков, которые по сути своей и являются прямыми конкурентами региональных банков. Участие филиалов банков из других регионов в такой корпоративной банковской структуре представляется не целесообразным, в связи с тем что ее создание как раз призвано усилить конкурентную позицию региональных банков на рынке банковских услуг региона.

Авторы Ушвицкий Л.И., Малеева А.В. и Мануйленко В.В. полагают, что направлением усиления капитальной базы региональной банковской системы может стать централизация собственного банковского капитала региона путем создания банковской группы. [7]

Руководство банковской группы должно оценить ее возможности с точки зрения взаимозависимости бизнеса. Объединившись, банки дополняют друг друга по видам деятельности, дифференцируют номенклатуру услуг, что приведет к эффекту синергии.

На этапе разработки процедуры и порядка управления банковской группой принимается решение о структуре управления, которая, по мнению авторов, должна быть дивизиональной. При такой структуре высшее руководство головного банка осуществляет контроль по общекорпоративным вопросам, причем в условиях снижения общей доходности целесообразно усилить мониторинг за расходами банков. Функциональные отделы головного банка консультируют руководство дочерних банков и оказывают им поддержку на этапе подготовки решений. В дочерних банках сохраняется принятая ими организационная структура, они наделяются правом расходования ресурсов и получения доходов. Дочерние банки рассматриваются как центры прибыльности, за которую несет полную ответственность их руководство.

Преимуществами дивизиональной структуры управления являются быстрая адаптация к конкретным условиям региона и рынка, концентрация на стратегических вопросах развития группы; принятие оперативных решений на местах; тесная взаимосвязь материального стимулирования членов банковских групп с результатами их деятельности, что усиливает мотивацию работников.

Стратегия управления рисками группы должна основываться на соблюдении принципа безубыточности деятельности и направлена на обеспечение оптимального соотношения между прибыльностью и уровнем принимаемых на себя рисков, в связи с чем управление рисками необходимо осуществлять на комплексной основе.

Для учета внутренних и внешних факторов, влияющих на деятельность группы, авторами предложено создать гибкую систему многоуровневого планирования, позволяющую оперативно вносить коррективы в планы объединяющихся банков.

Настоящая методика при ее реализации на практике положительно повлияет на капитализацию региональной банковской системы. Но ее применение невозможно в регионах, в которых действует только один самостоятельный коммерческий банк. Именно таким регионом и является Курская область.

Межрегиональное банковское объединение как направление реализации стратегии повышения капитализации региональных коммерческих банков может быть реализовано на основе банковских систем двух регионов, одним из которых является Курская область. Для выбора второго региона, по нашему мнению, целесообразно провести анализ экономического развития областей Черноземья, а именно сравнить динамику показателей роста валового регионального продукта регионов и выбрать наиболее близкий к Курской области (таблица 1). Проведенный анализ показывает, что таким регионом является Орловская область. Кроме того, эти области по своему географическому положению граничат друг с другом, что значительной степени облегчит процесс создания межрегионального банковского объединения.

Таблица 1 – Валовый региональный продукт по субъектам Центрально-Черноземного региона Российской Федерации (в текущих основных ценах, млн. руб.)

	Валовый региональный продукт, млн. руб.						Сред. темпы роста, %	2006 / 2001
	2001г.	2002г.	2003г.	2004г.	2005г.	2006г.		
Белгородская область	49941	62404	76054	114409	147184	181008	127,9	3,6
Воронежская область	60614	83001	100143	117197	136152	163246	122,1	2,8
Курская область	36399	45309	56383	76506	87211	100482	122,3	2,7
Липецкая область	50574	70590	96241	141778	145932	187751	126,6	3,7
Орловская область	27624	35657	42073	46042	57983	62447	119,1	2,3
Тамбовская область	31086	38897	46877	56775	64538	78481	125,8	2,5

Рассчитано автором на основе статистической информации, представленной на сайте Федеральной службы государственной статистики [10]

На территории Орловской области действуют два самостоятельных коммерческих банка – ЗАО «Зенит Бизнес Банк» и ОАО «Орловский социальный банк».

Начальным этапом создания межрегионального банковского объединения является проведение комплексного анализа регионов на основе методики оценки уровня развития региональных банковских систем, предложенной нами выше.

В таблице 2 приведены показатели, характеризующие деятельность региональных банков Курской и Орловской областей до и после создания межрегионального банковского объединения.

Таким образом, разработанная нами модель межрегионального банковского объединения позволит усилить конкурентные позиции банков региона, давая им

возможность развивать наиболее перспективные направления своей деятельности, что продемонстрировано на примере региональных банков Курской и Орловской областей.

С точки зрения институционального аспекта в ближайшее время основной формой развития региональной финансовой инфраструктуры будет оставаться расширение сети филиалов инорегиональных коммерческих банков.

Поэтому межрегиональное банковское объединение, расширив свое присутствие на рынке банковских услуг с помощью общей сети точек продаж, сможет сделать перспективным направлением своей банковской деятельности оказание розничных услуг в целях оперативного обслуживания и удобного доступа для клиентов; специализированное обслуживание физических лиц в сегменте доверительного управления, брокерских и консультационных услуг.

Таблица 2 – Показатели, характеризующие деятельность региональных банков Курской и Орловской областей по состоянию на 01.01.2008г.

Банки	Собственный капитал банка, тыс. руб.		Активы, взвешенные по уровню риска, тыс. руб.	Норматив достаточности собственного капитала, %	Количество точек банковского обслуживания, ед.
ОАО «Курскпромбанк»	888162		6779862	13,1	23
ОАО «Орловский социальный банк»	133455		635500	21,0	6
ЗАО «Зенит Бизнес Банк»	37400		73047	51,2	-
Межрегиональное банковское объединение «Черноземье», в т.ч.	1059017	100,0	7488409	14,1	29
- ОАО «Курскпромбанк»;	888162	83,9			
- ОАО «Орловский социальный банк»;	133455	12,6			
- ЗАО «Зенит Бизнес Банк»	37400	3,5			

Расчитано автором на основе данных отчетности коммерческих банков, представленных на сайте ЦБ РФ [12]

Создание межрегионального банковского объединения также будет способствовать улучшению как институциональной, так и финансовой обеспеченности региона банковскими услугами посредством роста активов банковского сектора Курской области и расширения операций кредитования, что скажется на повышении роли банковской системы в развитии экономики регионов.

Проведенное исследование, затронувшее лишь самые общие методические и практические аспекты формирования и развития межрегиональных банковских объединений, показало несомненную актуальность и вместе с тем слабую научно-практическую разработанность данной проблемы, которая сегодня становится одной из важных в современной российской банковской науке и практике.

ЛИТЕРАТУРА

1. Курушина, О.А. Развитие банковских холдингов в России: предпосылки формирования и особенности функционирования [Текст] / О.А. Курушина // Финансы и кредит. – 2008. – №5(293). – С.34-40.
2. Миронова, А.П. Современные тенденции формирования и развития банковских групп в России [Текст] / А.П. Миронова // Банковские услуги. – 2008. – №11. – С.12-18.
3. Розерберг, Д. Словарь банковских терминов: Пер. с англ. [Текст] / Д. Розерберг. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 360с.
4. Садков, В.Г. Стратегические направления развития и перспективная модель региональных банковских систем [Текст] / В.Г. Садков, О.П. Овчинникова // Финансы и кредит. – 2006. – №5(209) – С.2-7.
5. Страхова, Л.П. Корпоративные образования в современной экономике [Текст] / Л.П. Страхова, Е.Я. Бартенева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – №6. – с.15-23.
6. Тюрина, А.В. О формах интеграции капитала в финансово-промышленных группах [Текст] / А.В. Тюрина // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №3. – с.135-152.
7. Ушвицкий, Л.И. Создание банковской группы как направление капитализации региональной банковской системы [Текст] / Л.И. Ушвицкий, А.В. Малеева, В.В. Мануйленко // Финансы и кредит. – 2007. – №3 (243). – С.2-9.
8. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Под общ. ред. А.Г.Грязновой. [Текст] / А.Г. Грязнова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 1165с.
9. Федеральный закон «О Центральном Банке Российской Федерации (Банке России)» №86-ФЗ от 10.07.2002г. (с изменениями и дополнениями) [Текст].
10. www.gks.ru – сайт Федеральной службы государственной статистики
11. www.cbr.ru – сайт Банка России

Меркулова Наталия Сергеевна

Курский государственный технический университет
 305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94
 Старший преподаватель кафедры финансов и кредита, аспирант
 Тел.: 8 (4712) 58-60-58; моб. 8-905-158-32-62
 E-mail: nat-merkulova@yandex.ru

Попова Л.В., Дрожжина И.А., Маслов Б.Г.

Оценка и налогообложение недвижимого и другого имущества предприятий: методика и практика: учебно-методическое пособие. – М.: Дело и Сервис, 2009. – 512 с.

Гриф УМО

В учебно-методическом пособии представлены теоретические и практические аспекты оценки недвижимого и другого имущества предприятий различных форм собственности доходным, сравнительным и затратным подходами. На примерах показаны современные методы проведения оценки различных объектов. Рассмотрена методика исчисления имущественных налогов с организаций в историческом разрезе и на современном этапе, а также проведен анализ зарубежного опыта налогообложения имущества.



МАСЛОВ Б.Г.

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЕДИНОГО СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЛОГА

В статье автором рассмотрены возникновение и этапы развития единого сельскохозяйственного налога, а также проведен анализ концептуальных основ современной системы налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей в России.

Ключевые слова: *единый сельскохозяйственный налог, налогоплательщики, критерий перехода*

In the article the author considers occurrence and stages of development of the uniform agricultural tax, and also the analysis of conceptual bases of modern system of the taxation of agricultural commodity producers in Russia is carried out

Key words: *the uniform agricultural tax, tax bearers, criterion of transition*

В настоящее время одним из наиболее благоприятных налоговых режимов для сельскохозяйственных товаропроизводителей является единый сельскохозяйственный налог, трактуемый Налоговым кодексом РФ как специальный налоговый режим.

Идея единого сельскохозяйственного налога в России восходит к новой экономической политике с ее заменой продразверстки продналогом. В 1920 – е годы введение продналога дало высокий положительный результат. Однако такой налог вводился, во – первых, в мелкокрестьянской стране, где разветвленная форма налоговой системы была просто невозможна. Кроме того, продналог казался более эффективным на фоне непомерно большой продразверстки.

Второй всплеск интереса к продналогу возник в конце 1920 – 1930 – х годов в период активного реформирования советской системы сельского хозяйства, что так же было отчасти вызвано поисками решений в условиях НЭПа. Тогда для повышения стимулирования сельскохозяйственных производителей государственные поставки были разбиты на государственный заказ и продналог, но эта система не дала абсолютно никакого эффекта [1].

Принципиальная схема современного налогообложения сельского хозяйства в России была введена еще в 1992 году, но с тех пор претерпела существенные изменения. С самого начала реформ сельскому хозяйству был предоставлен ряд налоговых льгот: сельхозпроизводители не платили налог на прибыль и налог на имущество, сборы в Пенсионный и Дорожный фонды платились по пониженной ставке, фермерские хозяйства первые 5 лет с момента создания были освобождены от земельного налога.

В результате сельхозпроизводители привыкли к налоговым льготам. Более того, в попытке (хотя и тщетной) повысить залоговый потенциал своих фондов они искусственно завышали их балансовую оценку, так как налог на имущество предприятий с сельского хозяйства не взимался. Однако, с другой стороны, налоговый режим уплаты остальных налогов для аграрного сектора был такой же, как и для других секторов экономики, что совершенно не учитывало сезонность сельскохозяйственного производства. Это приводило к накоплению штрафов и пени по платежам в бюджеты всех уровней, которые многократно списывались и реструктуризировались, что ослабляло налоговую дисциплину в секторе [8].

На сегодняшний момент главой 26.1 части II Налогового Кодекса РФ устанавливается система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог). Основной задачей введения данной системы было упрощение системы налогообложения в секторе, а также недопущение резкого роста налогового бремени вследствие отмены основной части налоговых льгот для сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН) применяется наряду с общим режимом налогообложения. Переход на уплату ЕСХН или возврат к общему режиму налогообложения

осуществляется организациями и индивидуальными предпринимателями добровольно в порядке, предусмотренном гл. 26.1 НК РФ.

Плательщиками ЕСХН являются организации и индивидуальные предприниматели, признаваемые налоговым законодательством сельскохозяйственными товаропроизводителями, т.е. организации и индивидуальные предприниматели, производящие сельскохозяйственную продукцию и (или) выращивающие рыбу, осуществляющие ее первичную и последующую переработку и реализующие эту продукцию и (или) рыбу, при условии, что в общем доходе от реализации товаров (работ, услуг) таких организаций или индивидуальных предпринимателей доля дохода от реализации произведенной ими сельскохозяйственной продукции и (или) выращенной ими рыбы, включая продукцию ее первичной переработки, произведенную ими из сельскохозяйственного сырья собственного производства и (или) выращенной ими рыбы, составляет не менее 70%. На ЕСХН так же могут перейти градо - и поселкообразующие российские рыбохозяйственные организации [3].

На уплату ЕСХН не вправе перейти организации и индивидуальные предприниматели, которые:

- 1) занимаются производством подакцизных товаров;
- 2) имеют филиалы и (или) представительства;
- 3) осуществляют предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса;
- 4) являются бюджетными организациями [4].

Отличительной чертой единого сельскохозяйственного налога является то, что он замещает собой уплату следующих налогов, представленных на рисунке 1.

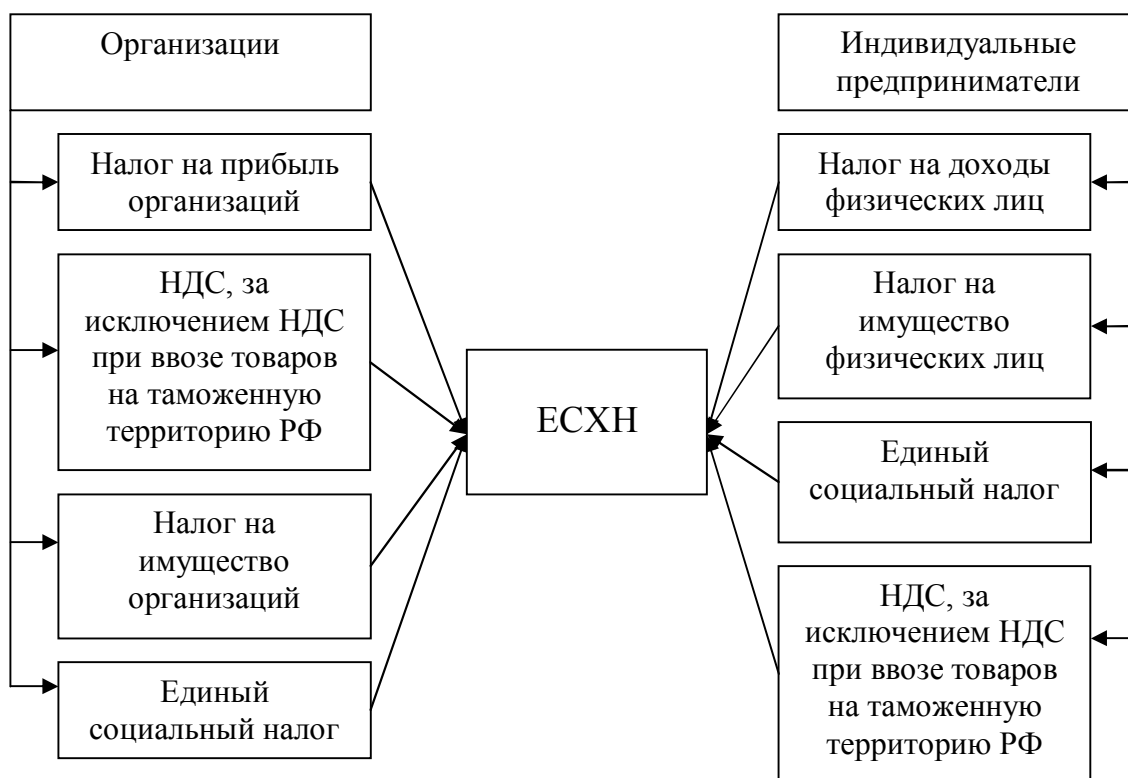


Рисунок 1 – Налоговые платежи, замену уплаты которых предусматривает ЕСХН

Налоги, не указанные на рисунке 1 организации и индивидуальные предприниматели уплачивают в соответствии с налоговым законодательством. В частности, к ним относятся налог на доходы физических лиц, удерживаемый предприятиями в качестве налогового агента, земельный, водный налог, государственная пошлина, транспортный налог.

Объектом налогообложения и налоговой базой единого сельскохозяйственного налога являются доходы, уменьшенные на величину расходов. Доходы и расходы для целей определения налоговой базы во многом определяются так же, как для исчисления налога на прибыль организаций, но существуют особенности, заставившие перечислить в главе о сельхозналоге отдельно все виды доходов и расходов для определения налоговой базы, а не просто сослаться на главы о налоге на прибыль. Например, доходы уменьшаются на сумму приобретаемых основных средств и относятся на затраты в момент их ввода в эксплуатацию. Причем осуществляется это в следующем порядке: стоимость основных средств, сроком службы до 3-х лет, списывается на расходы в первый год уплаты ЕСХН. При сроке службы от 3 до 15 лет в первый год на расходы списывается 50% стоимости, во второй – 30%, и в третий – оставшиеся 20% стоимости. При сроке службы свыше 15 лет остаточная стоимость списывается на расходы равными долями в течение 10 лет. Такая схема амортизации основных средств является льготной для сельхозпроизводителей [2].

В случае если продавец выделил отдельной строкой суммы налога на добавленную стоимость, то предприятие, поскольку оно не является плательщиком данного налога, обязано отнести соответствующие суммы на счета прочих расходов. Лизинговые платежи также учитываются в расходах. Список расходов, на которые можно уменьшать налогооблагаемую базу, постоянно расширяется поправками в Налоговый кодекс. Так, если изначально в перечне расходов было 28 пунктов, то на начало 2007 года их число возросло до 41. С 2006 года к расходам можно относить и расходы на различные виды добровольного страхования имущества, на приобретение молодняка скота и птицы, мальков рыбы, на сертификацию продукции, проведение оценки имущества при определении его рыночной стоимости с целью залога. Это также делает систему еще более льготной [2].

Налогоплательщик может уменьшить налоговую базу на сумму убытка, полученного по итогам предыдущих налоговых периодов. При этом под убытком понимается превышение расходов над доходами. Убыток не может уменьшать налоговую базу более чем на 30%, при этом сумма убытков, превышающая это ограничение, может быть перенесена на следующие налоговые периоды, но не более чем на 10 лет. Следует отметить, что налоговые органы могут отказать в применении данного специального налогового режима тем организациям, которые соответствуют критериям, указанным в п. 6 ст.346.2 НК РФ, а так же имеющим задолженность перед бюджетом по ранее уплачиваемым налогам. В некоторых аспектах исчисление ЕСХН похоже на исчисление налога на прибыль организаций, тем не менее, для рассматриваемого специального налогового режима существует ряд отличий. Так, для того, чтобы перейти на уплату ЕСХН организации и индивидуальные предприниматели обязаны в период с 20 октября по 20 декабря года, предшествующего году, начиная с которого они планируют перейти на уплату ЕСХН, подать в налоговый орган соответствующее заявление.

Формирование налоговой базы происходит согласно учетной политике предприятия со счетов учета доходов и расходов, признаваемых для целей налогообложения. Далее происходит исчисление налога и уменьшение его на величину ранее уплаченных авансовых платежей. Не менее важной особенностью является то, что окончание применения данной системы налогообложения возможно в двух случаях: добровольный отказ от уплаты ЕСХН, он происходит, когда руководство предприятия посчитало экономически невыгодным применение такого способа налогообложения. Другой случай – это превышение критериев, дающих право на применение системы налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (например, доля дохода от реализации произведенной ими сельскохозяйственной продукции составляет менее 70% в общем объеме доходов) [4].

В последние годы система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей становится все более популярной.

Представим динамику перехода сельхозпредприятий на режим уплаты единого сельхозналога в таблице 1.

Обращает на себя внимание высокий процент убыточных предприятий среди перешедших на ЕСХН. Для таких предприятий это способ перестать платить налоги вообще.

Кроме того, в будущих периодах убытки прошлых лет можно списывать по расходам в течение следующих десяти лет. Это усугубляет и без того крайне мягкие бюджетные ограничения в сельском хозяйстве.

Таблица 1 – Динамика перехода сельскохозяйственных предприятий на уплату единого сельскохозяйственного налога [6]

Показатель	2005г.	2006г.	2007г.	2008г.
Количество организаций, перешедших на ЕСХН, всего	13899	15070	19880	24645
в % от общего числа сельскохозяйственных предприятий		55	63	65
в том числе убыточных, %	45	34	30	27
Начислено ЕСХН к уплате, тыс. руб.	321259	457872	635412	856214
в % от общей суммы налогов, начисленных сельхозпредприятиям, %		4	18	36

Таблица 1 не отражает динамики перехода на уплату единого сельхозналога индивидуальных предпринимателей – такая статистика не проводится. Однако и среди фермерских хозяйств, судя по всему, около половины перешли на уплату единого сельхозналога. Нужно отметить, что ЕСХН, как льготная система, заменяющая уплату основных налогов, в наибольшей мере адекватен именно малым формам ведения сельского хозяйства, каковыми в своем большинстве и являются фермерские хозяйства.

Представим динамику перехода на уплату единого сельскохозяйственного налога, а так же начисления по нему на рисунке 2.

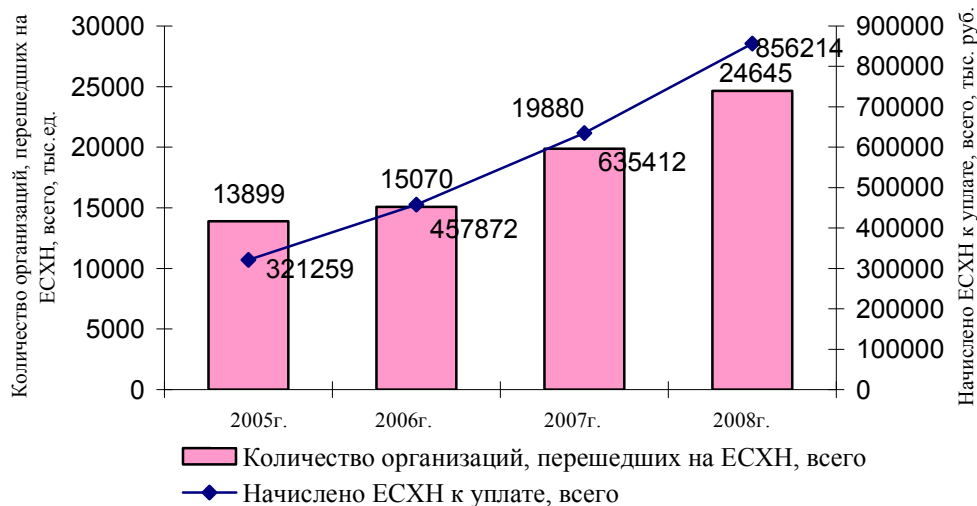


Рисунок 2 – Динамика роста количества организаций, перешедших на уплату единого сельскохозяйственного налога, а так же сумм начислений ЕСХН в целом по Российской Федерации

Рисунок 2 показывает, что наблюдается устойчивая тенденция к росту числа организаций, выбравших в качестве системы налогообложения уплату единого сельскохозяйственного налога. Об этом свидетельствует и плавный рост начислений единого налога к уплате. Однако, как было сказано выше, рост числа неплательщиков данного налога существенно снижает уровень его поступления в бюджет.

Кроме того, система позволяет уже перешедшим на систему ЕСХН вернуться к общему режиму налогообложения, а такие случаи статистика не позволяет отследить.

Далее рассмотрим структуру продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств в целом по Российской Федерации на рисунке 3 [9].



Рисунок 3 – Структура продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств в 2000 – 2008 гг.

Несмотря на активное развитие экономики страны, доля хозяйств населения в общем объеме сельхозпродукции была и остается весьма весомой. Данные хозяйства не платят никаких налогов, т.к. налоговым законодательством это не предусмотрено, но тем не менее составляют существенную конкуренцию по производству сельхозпродукции предприятиям отрасли (в части продукции, не требующей больших технологических затрат). Отчасти и поэтому многие предприятия недополучают прибыль, в связи с чем уплачивают меньший размер ЕСХН в том числе. Одной из проблем исчисления налогов в сельском хозяйстве, особенно на крупных предприятиях, является множественность обособленных подразделений предприятий, выполняющих сходные функции. Зачастую на таких предприятиях существуют проблемы информационного обмена между таким подразделениями, которые ведут к искажению данных хозяйственной деятельности, занижению или завышению налогооблагаемой базы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дуканич, Л.В. Налоги и налогообложение: учебное пособие [Текст] / Л.В. Дуканич. – Ростов на Дону: «Феникс», 2006. – 416с.
2. Коваль, Л.С. Налогообложение коммерческих организаций: учебное пособие [Текст] / Л.С. Коваль. – М.: Гелиос АРВ, 2001. – 304с.
3. Лермонтов, Ю.М. Внесение исправлений и представление уточненных деклараций [Текст] / Ю.М. Лермонтов // Налоговый вестник. – 2007. – № 3. – С. 9 – 11
4. Методические рекомендации по применению Налогового кодекса РФ [Текст]. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 321с.
5. Перов, А.В. Налоги и налогообложение [Текст] / А.В. Перов, А.В. Толкушкин. – М.: Юрайт – Издат, 2005. – 720с.
6. Российский статистический ежегодник. 2006.:Статистический сборник [Текст]. – М.: Росстат, 2006. – 806с.
7. Сельскохозяйственные организации Орловской области. Статистический сборник [Текст]. – Орел: Орелстат, 2007. – 150с.
8. Серова, Е.В. Направления совершенствования налогового законодательства в части налогообложения сельскохозяйственных товаропроизводителей [Текст] / Е.В. Серова, О.Д. Шик // Бюллетень центра АПЭ. – 2006. - №2 (28). – С. 14 – 25
9. Internet resource: <http://www.nalog.ru>

Маслов Борис Григорьевич

Орловский государственный технический университет

302020, г. Орел, Наугорское ш., 29

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

Тел.: (4862) 41-95-35

E-mail: konfer_buh@mail.ru

КАРАТАЕВ А.С.

НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА В РОССИИ

Являясь специалистом в области налогообложения, автор рассматривает в данной статье понятие налогового бремени, рассказывает о проблемах и изменениях налогового законодательства, сравнивает существующую фискальную систему РФ с системами других стран.

Ключевые слова: *Налоговое бремя, континентальная модель учета, англосаксонская модель учета, налоговая нагрузка, налоговая инспекция, автоматизация, специальные налоговые режимы.*

Being a specialist in the field of taxation, in this article the author examines the concept of tax load, tells about the problems and changes in tax legislation, and compares the existing fiscal system of Russian Federation with the systems of other countries.

Key words: *tax burden, continental accounting model, anglo-saxon accounting model, tax load, tax inspectorate, automation, special tax treatments.*

Оптимальный размер налогового бремени - центральная макроэкономическая проблема любого государства. Чем ниже уровень налогового бремени, тем стремительней и динамичней развивается экономика государства: чем меньше налоги, тем выше экономика. Снижение предельных ставок может побудить людей работать более напряженно, что в свою очередь приведет к росту предложения рабочей силы и увеличению производительности труда. Кроме того, при низких налогах растут сбережения и появляется стимул к инвестированию. Общепризнанной в теории налогообложения выступает кривая Лэффера (Laffer curve), показывающая связь между налоговыми ставками и объемом налоговых поступлений в бюджет. В соответствии с этой кривой снижение ставок до предельной точки налогообложения вызывает прямое снижение поступлений в бюджет. В то же время повышение ставок после предельной точки влечет за собой сокращение налоговых доходов. Представляется, что именно этот аспект следует учитывать в первую очередь, рассматривая вопрос о влиянии размера налогов на темпы экономического развития [1].

На макроэкономическом уровне налоговое бремя (налоговый гнет) - это обобщенный показатель, характеризующий роль налогов в жизни общества и определяемый как отношение общей суммы налоговых сборов к совокупному национальному продукту. Иными словами, налоговое бремя отражает ту часть произведенного обществом продукта, которая перераспределяется посредством бюджетных механизмов.

Некоторые зарубежные экономисты определяют налоговое бремя как меру экономических ограничений, создаваемых отчислением средств на уплату налога или налогов [1,2].

Налоговая нагрузка как экономическая категория отражает соотношение общей массы налогов и сборов, уплачиваемых предприятием в фискальные органы, с показателями его деятельности.

Так как же менялось налоговое бремя на протяжении последних лет? За прошедшие годы отменены многие малопродуктивные налоги (например, сбор за использование наименования «Россия») и обременительные «оборотные» налоги (налог на пользователей автодорог, налог с продаж). Некоторые налоги подверглись существенной трансформации или были "поглощены" другими (налог с владельцев транспортных средств и прочие "дорожные" налоги - в транспортный налог; платежи, связанные с использованием природными ресурсами, - в налог на добычу полезных ископаемых; налог на рекламу - в единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности). В целом общее число налогов, установленных Налоговым кодексом Российской Федерации (НК РФ), сократилось в два раза (с 28 налогов в 2001 г. до 14 налогов в 2007 г.).

Также положительным результатом налогового реформирования является введение специальных налоговых режимов в виде упрощенной системы налогообложения и единого налога на вмененный доход для определенных видов деятельности, а также для сельскохозяйственных товаропроизводителей, направленных на снижение налогового бремени для налогоплательщиков, упрощение процедуры налогообложения и администрирования.

Действительно, важное значение имели корректировки основных видов налогов. Так, ставка НДС снижена с 20 до 18%, введены в действие такие важные нормы, как переход на обязательное определение даты возникновения обязанности по уплате этого налога всеми налогоплательщиками по методу начисления, принятие к вычету налога по объектам капитального строительства по мере осуществления затрат до завершения строительства и другие. С 1 января 2007 г. осуществлен переход от разрешительного к заявительному порядку возмещения НДС, уплаченного экспортерами по материальным ресурсам. С 2008 г. планируется переход от месячного к квартальному налоговому периоду по НДС, что приведет к разовому увеличению финансовых ресурсов организаций.

Со времени введения в действие гл. 23 НК РФ «Налог на доходы физических лиц» систематически повышались размеры всех видов налоговых вычетов (например, с 2007 г. социальные налоговые вычеты на лечение и обучение увеличены до 50 тыс. руб., что в два раза больше, чем их величина в 2002 г.) и расширялись сферы их использования [3].

Однако, говоря о налоговой нагрузке, не следует ограничиваться лишь количеством и размером взимаемых налогов, все более очевидными становятся и другие ее составляющие, определяемые налоговым климатом или налоговой средой в значительной мере. По мнению автора, налоговая нагрузка представляет собой:

1. собственно налоговые платежи;
2. расходы на внутрифирменное налоговое планирование и администрирование-приобретение, поддержание и обновление бухгалтерских и правовых компьютерных программ; расходы на подготовку копий истребованных документов в рамках камеральных проверок, - расходы на предоставление помещений и документов проверяющим в ходе выездных проверок; расходы на ведение налогового учета по налогу на прибыль и отдельные элементы такого учета по другим налогам, так как данных бухгалтерского учета иногда недостаточно для исчисления налогов; расходы на составление налоговой отчетности (заполнение налоговых деклараций и представление деклараций в налоговые органы); трудозатраты компании на сверку налоговых платежей и постановка на учет по ряду оснований, сообщения об открытии счетов, внесение изменений в учредительные документы, расходы на обучение и поддержание профессионального уровня сотрудников бухгалтерских и налоговых служб;
3. судебные расходы;
4. услуги консультантов, аудиторов;
5. резервирование средств в рамках отдельных компаний - «закладка» на возможные налоговые риски, как один из способов управления налоговыми рисками;
6. отвлечение оборотных денежных средств налогоплательщика в результате «замораживания» денег на счетах налоговой инспекции.

Расходы бизнеса на мероприятия, обозначенные выше, кроме собственно налоговых платежей, можно условно назвать дополнительной налоговой нагрузкой, далее подробно остановимся на каждом из этих элементов.

Так, объем информации, которую должен использовать бухгалтер для каждодневной работы представляется собой более 200 000 страниц рекомендаций по налогам и сборам; свыше 30 000 нормативно-правовых документов в полной редакции. Сегодня объем бухгалтерского отчета в налоговую инспекцию составляет от 60 до 100 листов, инструкция по заполнению отчета умещается на 600 страницах. Книга покупок и книга продаж с трехкратной записью каждой продажи, налоговый учет, который надо вести параллельно с бухгалтерским учетом, оформление возмещения НДС за экспорт, расчеты состоящего из

четырёх налогов ЕСН с учетом возраста и пола сотрудников, регрессивной ставкой и уплатой в три бюджета - вот неполный перечень трудностей, с которыми сталкивается бухгалтер. В сравнении с европейскими странами (например, Германией), где многие малые и средние предприятия своих бухгалтеров не имеют вообще и их обслуживают специализированные фирмы, в которых один бухгалтер вполне справляется с ведением отчетности 50 - 150 предприятий, при нашей системе учета больше это практически невозможно.

Особенно остро стоит вопрос об использовании данных бухгалтерского учета и отчетности для налоговых целей. В ряде стран с так называемой континентальной моделью учета (Германия, Франция, Швеция, Бельгия, Испания, Италия, Швейцария, Аргентина, Бразилия, Перу, Уругвай, Боливия, Чили и др.) именно данные бухгалтерского учета являются основой для формирования налогооблагаемой базы. Другими словами, например, бухгалтерская прибыль одновременно является и налогооблагаемой прибылью. Эта модель существенно сокращает расходы предприятий, связанные с подготовкой налоговой отчетности, исчислением налоговых платежей и т.п., а также расходы государства на налоговое администрирование. Однако эта модель либо не позволяет в полной мере использовать стимулирующую функцию налогов (например, делает невозможным использование налоговых льгот по налогу на прибыль и т.п.), либо приводит к тому, что бухгалтерский учет и отчетность утрачивают самостоятельность и независимость и фактически превращаются в подсистему-базу, формируемую для целей налогообложения. В ряде случаев возможен своеобразный компромисс - бухгалтерские данные "корректируются" для целей налогообложения [4].

В условиях англосаксонской модели (Великобритания, США, Нидерланды, Австралия, Канада, ЮАР) формируются два независимых вида учета и отчетности - бухгалтерский и налоговый. Эта модель лишена недостатков, присущих континентальной модели, однако затраты на ведение учета, составление, представление и обработку отчетности удваиваются. Кроме того, даже в этих условиях бухгалтерский учет и отчетность продолжают подвергаться критике со стороны пользователей. Так, например, разницу между данными бухгалтерского и налогового учета объяснять все же приходится (МСФО 12, ПБУ 18/02 МСФО 14, ПБУ 12/2000). А если принять во внимание еще и необходимость ведения управленческого и статистического учета, расходам налогоплательщиков нет конца.

Еще одна проблема - недостаточно продуманный курс на автоматизацию, взятый разработчиками налогового и бухгалтерского учета, который ведет к увеличению его трудоемкости, необходимости привлечения организациями и налоговыми инспекциями дополнительных специалистов, а также к увеличению числа конфликтных ситуаций между налогоплательщиками и налоговыми органами.

Жизнь налогоплательщиков существенно усложнило введение двадцатизначных кодов бюджетной классификации (КБК) для каждого налога, штрафа или пени назначен свой код, который постоянно меняют. Ошибка в КБК при оформлении платежного поручения или при обработке информации в налоговой инспекции ведет к тому, что платеж попадает в группу «невыясненных», а за якобы несвоевременную уплату налога начисляются пени за каждый день просрочки. Чтобы прояснить ситуацию, необходимо провести сверку данных налогоплательщика и налоговой инспекции. В связи с перегруженностью инспекций работой попасть на сверку не так-то просто, а до прояснения нередко приходится платить вторично.

Представляется также логичным и целесообразным платить каждый налог одним платежным поручением. Распределение по фондам и бюджетам в долях, установленных Налоговым кодексом РФ, следует поручить Федеральному казначейству, в адрес которого сегодня перечисляются все налоги (или налоговой службе, как во всех развитых странах мира). Ему же следует поручить и указание кодов бюджетной классификации, необходимых Минфину России.

Кроме того, негативно воспринимается бизнесом обязательный переход с 2007 г. на сдачу отчетности в электронном виде для всех организаций с численностью свыше 250

человек, а начиная с 2008 г. это должны будут делать и фирмы со среднесписочной численностью сотрудников свыше 100 по итогам предшествующего года. По прогнозам представителей налоговых инспекций, к 2010 г. до 50 процентов всех организаций должны будут перейти на сдачу отчетности через Интернет. Это приведет к дополнительным затратам налогоплательщиков.

Нестабильность и сложность нормативной базы диктуют необходимость помимо всего прочего в дополнительном обучении сотрудников в связи с постоянными изменениями налогового законодательства, процедур налогообложения и т.д. К этой категории затрат можно отнести расходы на посещение семинаров, профессиональной литературы, включая периодические издания. Кроме того, правильное понимание требования налогового законодательства требует дополнительных трудозатрат на изучение судебной практики и разъяснений государственных органов, подготовку различных запросов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильева, М.В. Модели налогового планирования и управления прибылью предприятия в современных условиях экономики [Текст] / М.В. Васильева // Управленческий учет. – 2009. - №3. – С. 56-64.
2. Майбуров И.А. Федеральные налоги и сборы [Текст] / И.А. Майбуров. – М.: Питер, 2006.
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть 2). Принят Законом РФ от 05.08.2000г., №117 – ФЗ с последующими изменениями и дополнениями [Электронный ресурс]
4. <http://fd.ru>

Каратаев Александр Сергеевич

Орловский государственный технический университет

302020, г. Орел, Наугорское ш., 29

Аспирант кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

Тел.: 41-95-35, +7 (495) 987-32-30

E-mail: finman7@rambler.ru



Попова Л.В., Маслова И.А.

Учет и анализ банкротств: учебное пособие. – М.: Дело и Сервис, 2009.

Гриф УМО

Учебное пособие содержит теоретический материал для проведения лекционных занятий, указания по проведению практических занятий по дисциплине «Учет и анализ банкротств», тестовые задания, тематику теоретических вопросов и практические задачи.

Данное издание служит учебным пособием для студентов, аспирантов и преподавателей по специальности 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», а также других экономических направлений.

ГЕРНЕС А.В.

НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ СИСТЕМ ГОСУДАРСТВ-ЧЛЕНОВ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА

Налоговое администрирование национальных налоговых систем государств членов Евразийского экономического сообщества направлено на сбалансированность интересов всех участников налогового процесса, способствует динамичному развитию национальных экономик. Налоговое администрирование требует существенно изменить формы работы с налогоплательщиками, повысит качество оказываемых налогоплательщикам информационных услуг, снизит влияние субъективных моментов при взаимодействии тех, кто взимает налоги, и тех, кто их платит.

Ключевые слова: *налоговое администрирование, государства-члены Евразийского экономического сообщества, налоговые отношения, налоговые системы, налоговая нагрузка, стабильность и предсказуемость налоговой системы, налоговый контроль, консультационные услуги, досудебное разбирательство, единые стандарты обслуживания налогоплательщиков.*

The purpose of the study is exploration of the fiscal relations administration of EAEC at the terms of substantive analysis fiscal relations transformation processes and exploration of stable, duplicate connections, that form internal and external factors of cross-national fiscal mesosystem.

Key words: *tax administration, member states of the Eurasian Economic Community, tax ratio, tax systems, tax burden, stability and predictability of the tax system, tax control, consultancy, pretrial, uniform standards of taxpayers` service.*

В последние годы в государствах-членах ЕврАзЭС, так и во всех развитых странах, серьезной проблемой стало все большее усложнение налоговых процедур и правил. Налоговое администрирование - это комплексное понятие, требующее системного подхода. Отсюда весьма широко понимание его содержания: от управления налоговой системой и налогообложением в целом (наиболее широкое понимание) до деятельности налоговых органов по контролю за правильностью исчисления и уплатой налоговых платежей (более узкое понимание). Но в любом случае налоговое администрирование должно быть эффективным [4].

Управление постепенно выходит из статичного состояния и начинает оперативно реагировать на различные изменения налоговых правоотношений. В силу разобщенности, разноместности национальных органов власти, занимающихся управлением налоговыми процессами, возникают противоречия в нормативно-правовом обеспечении процессов налогообложения между экономическими, социальными и политическими целями государств-членов ЕврАзЭС и возможностями финансового обеспечения их достижения. Нам представляется, что причины обособления процессов управления налогообложением носят более объективный и долговременный характер, чем несогласованность действий национальных структур, образующих систему управления налоговыми процессами. Налоговое администрирование – это деятельность уполномоченных органов власти и управления, направленная на исполнение законодательства по налогам и сборам, обеспечение эффективного функционирования налоговой системы и налогового контроля. Таким образом, налоговое администрирование – это определяющая часть управления налоговой системы, внутренний фактор ее развития. Гармонизация процессов налогового администрирования государств-членов ЕврАзЭС основывается на фундаментальных познаниях политических, экономических, юридических и других наук, обогащенных современной национальной и мировой практикой. Это совокупность методов, приемов и средств информационного обеспечения, посредством которых органы власти и управления придают функционированию налогового механизма заданное законом направление и координирует налоговые действия при существенных изменениях в экономике и политике. Необходимость налогового администрирования национальных налоговых систем государств-членов Евразийского экономического сообщества (далее – ЕврАзЭС) объективно

обусловлена тенденциями сближения национальных экономик, необходимостью реализации положений международных договоров, заключаемых в развитие интеграционных процессов. Эффективная реализация функций государств-членов ЕврАзЭ в налоговой сфере требует учета существенных характеристик процесса налогового реформирования, который в отличие от отдельных поправок к существующей налоговой системе, подразумевает коренной пересмотр ее концептуальных и методологических основ и представляет собой протяженный во времени, динамично развивающийся, многовариантный и многоцелевой процесс, имеющий определенный набор унифицированных по назначению и специфических по исполнению и уровню принятия решений последовательных стадий развития.

В действительности, не смотря на всю «мозаичность» и множественность национальных налоговых систем, всех их объединяет фискальная направленность, реализующаяся в стремлении государств добиться максимально полной фискальной наполняемости налоговой системы. При этом основным инструментами администрирования налоговых отношений, выступали правовые механизмы, поскольку главным критерием оптимизации данных процессов являлась правовая унификация и координация национальных таможенной и налоговой политики-участниц международных объединений [1]. Однако, по нашему мнению, проблема гармонизации налоговых отношений должна учитывать регулирующую, стимулирующую и распределительную функции налогов и налоговых систем, гармонизацию интересов не только государственных органов, но и налогоплательщиков государств-членов ЕврАзЭ. Учет интересов государственных органов и широких народных масс населения этих стран возможен, поскольку все заинтересованы в устойчивом развитии экономики и развитии расширенного воспроизводства на основе передовых технологий [5]. Симптоматичен тот факт, что рассмотрение устойчивых ориентиров для среднесрочных и долгосрочных целей налоговых реформ, возникло только в последнее время. Структурные процессы реформирования налоговой сфер национальных экономик обуславливают функционирование как многоуровневой и многоаспектной социально-экономических систем на основе объективно складывающихся и постоянно возобновляющихся устойчивых связей между внешней и внутренней средой субъектов налоговых отношений. Вместе с тем налоговое администрирование должно предусматривать на первых этапах сохранение определенных особенностей регулирования и объективно должна ставить своей целью в среднесрочной перспективе приведение к полной стандартизации систем налогообложения и порядка взимания налогов и сборов (пошлин) в ЕврАзЭС.

Современный этап процесса реформирования налоговых систем государств-членов ЕврАзЭС имеет противоречивый характер, связанный с неоднозначностью и отсутствием системности, проводимых преобразований. В результате налоговые системы государств-членов ЕврАзЭС сталкиваются с решением принципиально новых, нередко прямо противоположных, задач, что связано с усложнением, как самой налоговых систем, так и функциональных особенностей механизма их управления. Данные обстоятельства предопределяют необходимость осуществления процессов администрирования налоговых отношений посредством научно-обоснованного выбора стратегических целей и основных параметров и инструментов функционирования налоговых систем направленных на сбалансированность интересов всех участников налоговых процессов всех стран. В свою очередь, гармонично построенная система налогообложения способствует динамичному развитию национальных экономик [2]. Данные обстоятельства предопределяют необходимость осуществления процессов администрирования налоговых отношений посредством научно-обоснованного выбора стратегических целей и основных параметров и инструментов функционирования налоговой реформ направленных на сбалансированность интересов всех участников налогового процесса экономического сообщества государств-членов ЕврАзЭС. Процесс обеспечения гармоничного и устойчивого развития национальных экономик требует изменения вектора их развития от фискальных ориентиров в сторону рыночных приоритетов развития, направленных на формирование благоприятного

предпринимательского и инвестиционного климата, создание стимулов для производительной деятельности, ориентированной на нововведения во всех секторах экономики. В этой связи становится весьма своевременным рассмотрение фундаментальных проблем функционирования налоговой системы как составной части внешней среды хозяйствования экономических субъектов, а также целевых ее ориентиров, зависящих как от достигнутого уровня социально-экономического развития этих стран, так и от адекватных методов, инструментов и механизмов регулирования этих процессов. Полиструктурность налоговых систем как особых форм сложно-организационных образований предопределяет целесообразность исследования процессов администрирования с позиции декомпозиционного подхода применительно к внешним и внутренним факторам их функционирования. Достоинством декомпозиционного подхода является возможность получения новых механизмов межуровневого взаимодействия организационно-управленческой, функциональной и финансовой подсистем сложноорганизационных образований, что позволяет рассматривать налоговые инструменты в качестве эффективного элемента рыночной трансформации национальных экономических систем. Налоговое администрирование осуществляется исполнительными органами власти и налоговыми органами государств-членов ЕврАзЭС. Текущий и последующий мониторинг позволяет принимать управленческие решения, направленные на поддержание и развитие налоговой системы в целом и налоговых органов как ее части. Управление предполагает выработку цели, задач, механизма реализации цели и задач; обеспечение согласованного развития отдельных частей целой системы. Задачи налогового администрирования предопределяются налоговой политикой государств-членов ЕврАзЭС. Налоговое администрирование государств-членов ЕврАзЭС ставит самостоятельные, более конкретные задачи - существенно изменить формы работы с налогоплательщиками. Ее основной задачей становится повышение качества оказываемых налогоплательщикам информационных услуг, снижение влияния субъективных моментов при взаимодействии тех, кто взимает налоги, и тех, кто их платит. Именно на достижение этих стратегических целей должны быть направлены мероприятия по улучшению обслуживания налогоплательщиков, расширению сферы предоставляемых им услуг при одновременном упрощении исполнения налоговых обязательств. Регламентация прав налогоплательщиков и налоговых органов тесно связана со справедливостью налоговой системы. Одним из главных составляющих налогового администрирования выступает налоговый контроль. Сложившаяся система налогового администрирования, направленная на учет и жесткий контроль налогоплательщиков, уже не соответствует современным требованиям. Налоговый контроль является одним из важнейших институтов налогового законодательства, закрепленных в налоговых кодексах государств-членов ЕврАзЭС. Единым для всех государств-членов ЕврАзЭС является условие осуществления налогового контроля налоговыми органами. Вместе с тем в республиках Беларусь, Казахстан, Таджикистан в соответствии с нормами налоговых кодексов такой контроль осуществляют и таможенные органы (пункту 2 статьи 64 НК Республики Беларусь, пункт 3 статьи 517 НК Республики Казахстан, часть 3 статьи 36 НК Республики Таджикистан).

Налоговый кодекс РФ предусматривает проведение налогового контроля исключительно должностными лицами налоговых органов. Вместе с тем, налоговые органы, таможенные органы, органы государственных внебюджетных фондов и органы внутренних дел в порядке, определяемом по соглашению между ними, информируют друг друга и осуществляют обмен необходимой информацией (пункт 3 статьи 82). В Налоговом кодексе Кыргызской Республики отсутствует понятие «налоговый контроль», а также формы осуществления такого контроля. Контроль за полнотой, правильностью и своевременностью внесения местных налогов и сборов, а также перечисления их в бюджет осуществляется налоговыми органами (часть 4 статьи 204). Следует отметить, что проект Налогового кодекса Кыргызской Республики, по аналогии с НК Республики Казахстан, предусматривает, что функции по осуществлению налогового контроля могут выполнять как органы налоговой

службы, так и таможенные органы в пределах своей компетенции. Единными формами (методами) для республик Беларусь, Россия, Казахстан и Таджикистан являются: 1) учет плательщиков (согласно НК Российской Федерации данная стадия не является формой (методом) налогового контроля, однако учет налогоплательщиков, согласно пункту 1 статьи 83, предусмотрен в целях проведения налогового контроля); 2) налоговые проверки (в налоговых кодексах Казахстана и Таджикистана в качестве самостоятельной формы налогового контроля предусмотрена форма камерального контроля, тогда как в налоговых кодексах Беларуси и России данная форма налогового контроля является элементом налоговых проверок). Так, идентичными формами налогового контроля для Беларуси и России, помимо выше указанных, являются: опрос плательщиков (получение объяснений налогоплательщиков в Российской Федерации); проверки данных учета и отчетности; осмотр движимого и недвижимого имущества, помещений и территорий; создание налоговых постов. В свою очередь, в налоговом законодательстве Казахстана и Таджикистана дополнительно можно выделить следующие идентичные формы налогового контроля: учет объектов налогообложения и объектов, связанных с налогообложением; учет поступлений в бюджет; учет плательщиков налога на добавленную стоимость; установление правил применения контрольно-кассовых машин с фискальной памятью; маркировка отдельных видов подакцизных товаров и установление акцизных постов; контроль над уполномоченными по взиманию налоговых платежей органами. Особенностью налогового законодательства Казахстана является осуществление налогового контроля в форме мониторинга финансово-хозяйственной деятельности налогоплательщиков и в форме проверки соблюдения порядка учета, оценки и реализации имущества, обращенного в собственность государства, а также полноты и своевременности передачи имущества, обращенного в собственность государства. Следует отметить, что налоговыми кодексами Казахстана и Таджикистана предусмотрен исчерпывающий (закрытый) перечень форм(методов) налогового контроля, тогда как в налоговых кодексах Беларуси и России этот перечень является открытым. Что касается Кыргызской Республики, то в действующем Налоговом кодексе закреплены некоторые элементы, которые налоговые кодексы иных государств-членов ЕврАзЭС относят к формам (методам) налогового контроля. Однако, как уже отмечалось выше, действующий кодекс не содержит определения понятия «налоговый контроль», и, как следствие, не определяет формы (методы) его осуществления.

В то же время проект Налогового кодекса Кыргызской Республики предусматривает осуществление налогового контроля органами налоговой службы за исполнением законодательства о налогах и сборах в формах, аналогичных формам, предусмотренным Налоговым кодексом Республики Таджикистан [3]. Мы считаем, что налоговый контроль должен быть настолько эффективен, чтобы противодействовать незаконному уклонению от налогообложения. «Это важно не только с фискальной точки зрения, но и с позиции обеспечения равных конкурентных условий. В то же время налоговый контроль не должен быть слишком жестким, чтобы не заставлять налогоплательщиков уходить «в тень», слишком обременительным, чтобы не создавать излишних проблем для добросовестных налогоплательщиков (затраты на соблюдение налогового законодательства должны быть разумны и сопоставимы с суммами уплачиваемых налогов)» [6].

По нашему мнению, эти затраты должны полностью возмещаться. В совершенствовании налогового администрирования заявлено несколько приоритетных направлений. Для начала необходимо существенно снизить налоговую нагрузку, далее обеспечить четкую регламентацию полномочий и действий налоговых органов и придерживаться ее. Особая задача налогового администрирования – обеспечение стабильности и предсказуемости налоговой системы. Налоговое администрирование должно не ужесточать, а постоянно улучшать систему налогообложения государств – членов ЕврАзЭС. Налоговый контроль должны осуществлять органы налоговой службы государств – членов ЕврАзЭС совместно с таможенными органами в пределах их компетенции. С целью администрирования налогового законодательства государств – членов ЕврАзЭС,

регламентирующего вопросы осуществления налогового контроля, представляется оправданным унифицировать: - формы (методы) осуществления налогового контроля; - виды налоговых проверок, осуществляемых в государствах членах ЕврАзЭС, а также основания их классификации по видам; - периодичность проведения налоговых проверок и сроков их проведения. Для администрирования отношений, возникающих при обжаловании решений налоговых органов, действий (бездействия) их должностных лиц в государствах - членах ЕврАзЭС, необходимо унифицировать нормы, регламентирующие последствия подачи жалобы (заявления) в компетентные органы, установив требования о возможности либо невозможности приостановления исполнения обжалуемых решений налоговых органов или действий (бездействия) должностных лиц в случае подачи жалобы, а также конкретизировав вопросы взыскания штрафов (пени) за период рассмотрения жалобы налогоплательщика.

Совершенствование налогового контроля в настоящее время является важнейшей задачей модернизации налогообложения, которое должно постоянно преследовать цель приведения к тождественности значений суммы поступлений в бюджеты суммам налоговых обязательств (% от ВВП), определенных налоговым законодательством. Целью налогового контроля является не обеспечение дополнительных средств для выполнения фискальных функций, а соблюдение налогового законодательства. Среди основных направлений по совершенствованию налогового контроля отдельно следует выделить обеспечение налоговой безопасности. Для этого необходимо: наличие методологии предпроверочного анализа; борьба с противозаконным уклонением от налогов, осуществляемым путем проведения ряда хозяйственных операций наличными деньгами, не учитываемыми в официальной бухгалтерии; проведение ряда мер по борьбе с так называемыми «коротко живущими предприятиями», которые специализируются на оказании фиктивных услуг (возврате заказчику наличных денег за вычетом комиссионных, вместо предоставления оговоренных в договоре услуг), через которые осуществляется нелегальный оборот наличных денег; введение процедур специальной регистрации в налоговых органах поставщиков, осуществляющих выведение средств в нелегальный наличный оборот через заключение фиктивных сделок на оказание услуг (маркетинг, консалтинг, реклама, НИОКР и пр.); автоматизация налогового контроля, позволяющая осуществлять 100% налоговую проверку; Для эффективного применения автоматизированных процедур контроля и анализа требуется предварительное преобразование входной информации в электронные форматы. Эти проблемы будут решаться за счет применения взаимоувязанного комплекса мероприятий по развитию и широкомасштабному внедрению системы формирования и сдачи в налоговые органы в электронном виде деклараций, счетов-фактур и других документов, систем автоматизированной камеральной проверки, внедрения прогрессивных, научно обоснованных, автоматизированных методов планирования и сопровождения выездных налоговых проверок. Закрепление налогоплательщиков за конкретными работниками налоговых органов создает предпосылки для злоупотреблений, нарушения профессиональной этики, в целях ее обеспечения необходимо: 1) разработать концепцию оказания налогоплательщикам консультационных услуг; 2) осуществлять обработку деклараций в центрах обработки данных, что позволит освободить персонал налоговых инспекций для более качественной информационно-консультационной работы с налогоплательщиками и снизить риск возможного влияния налогоплательщиков на процедуры налогового контроля и ведения лицевых счетов; 3) развивать систему досудебного разбирательства в налоговых органах спорных вопросов с налогоплательщиками с целью сокращения числа их обращений в судебные инстанции. При организации этой работы необходимо разработать механизм досудебного разбирательства спорных вопросов в налоговых органах, а также внести изменения в существующий технологический процесс разбора жалоб и решения спорных вопросов. По существу, указанная система досудебного разбирательства должна стать альтернативой судебному разбирательству; 4) внедрять в практику работы налоговых органов прогрессивные формы и методы информационно-разъяснительной работы с налогоплательщиками с использованием

современных технических средств, в том числе организацию порталов сайтов ФНС государств – членов ЕврАзЭС с целью размещения материалов по актуальным вопросам налогового законодательства; 5) изучать опыт и разрабатывать предложения по организации сети телефонного консультирования МНС государств – членов ЕврАзЭС; путем создания телеканалов учебно-информационной программы по проблемам налогообложения; разрабатывать сценарии рекламных и информационных роликов.

Для решения этих задач, по нашему мнению, необходимо провести ряд комплексных мероприятий, которые включили бы в себя следующие позиции:

1. Разработка и внедрение единых стандартов обслуживания налогоплательщиков (режим приема, информационно-разъяснительная работа, программные продукты, привлечение «третьих лиц» и др.)

2. Улучшение условий приема налогоплательщиков (создание удобных мест по обслуживанию плательщиков, операционных залов, офисов);

3. Разработка форм и методов работы с налогоплательщиками по категориям (крупнейшим и основным, сельскохозяйственным товаропроизводителям, предпринимателям, применяющим специальные налоговые режимы и др.);

4. Внедрение в практику работы электронного документооборота (представление отчетности в электронном виде, обмен информацией с налогоплательщиком, рассылка информации для плательщиков, подключенных к системе представления отчетности по каналам связи);

5. Расширение сферы услуг по консультированию, формированию и представлению отчетности в налоговые органы (предоставление выбора налогоплательщику);

6. Поиск и разработка новых эффективных форм взаимодействия.

Представляется, что все эти цели и задачи должны быть сформулированы в рамках налогового законодательства государств – членов ЕврАзЭС, а методы и средства их решения – в общей концепции национальной налоговой политики государств – членов ЕврАзЭС и основных направлений развития налоговой системы. В этих документах можно будет не только обозначить и закрепить основные направления развития налоговой службы, затрагивающие процесс модернизации и совершенствования ее структуры, но и сформировать условия, обеспечивающие наиболее полное и эффективное выполнение возложенных на нее действующим законодательством задач с учетом тенденций развития налогово-бюджетной системы и национальной экономики в целом. Для разрешения проблем налогового администрирования необходима масштабная перестройка всего налогового процесса, изменение системы управления налоговыми процессами и налоговыми органами, реализация мер по упрощению и совершенствованию отношений с налогоплательщиками.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брызгалин, А.В. Налоги и налоговое право [Текст] / А.В. Брызгалин. - М.: 2006. - С.62.
2. Дрожжина, И.А. Реализация инструментария налогового администрирования на муниципальном уровне [Текст] / И.А. Дрожжина // Управленческий учет. – 2008. - №11. - С.74-86.
3. Межпарламентская Ассамблея Евразийского экономического сообщества [Электронный ресурс] www.ipaeurasec.org
4. Мельникова, Н.П. Развитие налогового администрирования в России [Текст] / Н. П. Мельникова. - Финансы и кредит. – 2006. - № 5. – С. 60.
5. Налоговые системы зарубежных стран [Текст] /Под ред. Князева Д. Г. - М.:1997. - С.47
6. <http://www.ipaeurasec.org>

Гернес Алексей Владимирович

Ростовский государственный строительный университет
344022, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Социалистическая, 162.
Старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит»
Тел.: 8-928-914-90-75
E-mail: rgsu@rgsu.donpac.ru .

ВАСИЛЬЕВА М.В.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ НА ОСНОВЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ НА МИКРО-МАКРО УРОВНЯХ

Налоговое прогнозирование представляет собой процесс определения объема той части финансовых ресурсов, которая за прогнозируемый период может быть мобилизована в государственный бюджет и использована на общие государственные цели. В статье рассмотрена методика прогнозирования налоговых поступлений по налогу на доходы физических лиц с применением элементов моделирования.

Ключевые слова: прогнозирование, бюджет, моделирование, доход.

The tax prediction is the process of determination of that financial resources part, which can be mobilized into the government budget for predictable period and can be used on the impressments. The article deals with the methodology of tax income prediction on personal income using modeling elements.

Key words: forecasting, the budget, modeling, income.

Налоговая система, являясь основой реализации государственных функций, должна функционировать на базе научно обоснованной системы налогового планирования и прогнозирования. Налоговое планирование играет организующую роль по отношению к государственным планам экономического и социального развития.

Эффективное прогнозирование налоговых поступлений имеет особое значение, т.к с одной стороны, завышенный прогноз налоговых поступлений может вызвать трудности с мобилизацией налоговыми органами объема налоговых поступлений, запланированных в бюджетах различных уровней, с другой стороны, при заниженном прогнозе налоговых поступлений может возникнуть ситуация неоправданно высокого превышения доходов бюджетной системы над расходами, что в свою очередь может привести к снижению эффективности расходования бюджетных средств.

Одним из базовых путей развития в этом направлении является совершенствование налогового планирования и прогнозирования.

Налоговое планирование и прогнозирование занимают одно из центральных мест в управлении налоговой системой.

Процесс налогового администрирования начинается с момента прогнозирования поступлений налогов и сборов в бюджетную систему, на котором дается оценка уровня мобилизации налогов в условиях существующего налогового законодательства и экономических факторов, влияющих на размер мобилизации налогов.

В зависимости от целей налоговой политики на основе полученных данных о прогнозируемом объеме поступлений налогов и сборов в процессе налогового планирования принимаются меры по налоговому регулированию путем маневрирования налоговыми ставками и льготами, в том числе по определению контингента плательщиков тех или иных налогов. Меры по налоговому регулированию законодательно регламентируются путем внесения изменений в Налоговый кодекс РФ и другие нормативные акты, регламентирующие налоговые правоотношения. На этапе налогового планирования оценивается налоговая база, создаваемая в различных отраслях экономики, выявляются потенциальные возможности для ее расширения, для преодоления возникающих диспропорций, планируются мероприятия по мобилизации доходов в бюджет, определяются основные формы и методы воздействия регулирующей функции налогов на увеличение производства и другие тактические и стратегические управленческие решения в системе налогового администрирования, направленные на оптимизацию налоговой системы, адекватно настроенной на решение стоящих перед государством задач.

В результате осуществления иных функций налогового администрирования, включающие в себя контрольную работу налоговых органов, мероприятий по урегулированию задолженности налогоплательщиков, контроля за поступлением налогов и сборов в бюджетную систему осуществляется анализ и оценка работы по этим направлениям и осуществляется корректировка прогноза поступлений.

Оценки налоговых прогнозов предназначены для составления налоговых планов при заданных социально-экономических целях. Вместе с тем, варианты налоговых прогнозов разрабатываются не один раз, а неоднократно обновляются в течение года. При этом, фундаментальные налоговые прогнозы рекомендуется готовить в трех вариантах; пессимистическом, вероятном и оптимистическом.

Налоговое прогнозирование представляет собой вероятностный расчет налоговыми органами объемов мобилизации налоговых доходов в бюджетную систему в предстоящих периодах.

Налоговое планирование представляет собой процесс принятия конкретных управленческих мер по решению тактических и стратегических задач, стоящих перед налоговыми органами исходя из прогнозируемого уровня налоговых поступлений.

Таким образом, налоговое прогнозирование всегда предшествует процессу налогового планирования, а не наоборот и в абстрактной модели налогового администрирования не может осуществляться одновременно.

Налоговое прогнозирование делится на текущее и перспективное (рисунок 1).

Налоговое прогнозирование регулируется нормами бюджетного процесса и представляет собой деятельность органов государственной власти, местного самоуправления и участников налоговых отношений по определению структуры и объема государственных доходов, процесса их формирования; корректировке действующей системы налогов и сборов; оценке содержания объектов налогообложения; состава налогооблагаемой базы и размеров налоговых ставок; формированию налогового законодательства; разработке и исполнению планов мобилизации налоговых поступлений в бюджет.



Рисунок 1 – Виды налогового прогнозирования

В настоящее время в мировой практике при построении прогнозов используются методики, основанные на микроимитационном, макроэкономическом и экстраполяционном моделировании.

Микроимитационные и эконометрические (макроэкономические и экстраполяционные) модели в некоторой степени схожи между собой, однако есть и значительные различия, основное из которых заключается в требованиях к данным. В микроимитационном прогнозировании используются данные уровня физических лиц и домохозяйств, в то время как в эконометрическом - данные макроуровня или уровня

секторов производства, что делает их более доступными для реализации. На основе микроимитационных моделей осуществляется прогнозирование налоговых поступлений в США, Канаде, Великобритании, Франции и Германии[1]. Формальные эконометрические методы в практике развитых стран используются намного реже микроимитационных.

Микроимитационные модели строятся на большой выборке налоговых деклараций конкретного периода, данные которых агрегируются посредством специально определенных весовых коэффициентов таким образом чтобы отображать поведение и структуру всех налогоплательщиков рассматриваемой территории. Рассмотрим применение элементов моделирования для построения прогноза по поступлениям отдельным налогам.

Реальные поступления налога на доходы физических лиц (*NDFL*) характеризуются относительно стабильной динамикой и повторяющейся сезонностью: регулярными пиками в декабре (выплата вознаграждений и премий по результатам года), июле (выплата отпускных) и снижением поступлений в январе (новогодние каникулы, невысокие поступления после декабря в условиях роста инфляции) [3].

При проверке с помощью теста Дикки-Фуллера (с добавлением от 1 до 4 запаздывающих разностей согласно правилу $T^{1/3}$, где T – количество наблюдений), гипотеза о наличии единичного корня в рассматриваемом временном ряду на исследуемом интервале отвергается. При этом результаты проверки указывают на то, что данный ряд является стационарным относительно тренда. Следует отметить, что в итоговую TS-модель тренд не включен, хотя временной ряд и рассматривается как стационарный относительно тренда. Это связано с тем, что в случае одновременного включения тренда и авторегрессионных членов коэффициент при тренде, как правило, не значим, а исключение авторегрессионных членов приводит к снижению качественных характеристик модели.

Модель 1. TS-модель поступлений налога на доходы физических лиц (AIC=16,84; BIC=17,03; $R^2=0,97$)

$$NDFL = 7256,961 - 6780,504 \times d^{01.05} + 0,844 \times AR(3) + 1,152 \times SAR(12) - 0,939 \times MA(3)$$

(1,294) (-6,083) (22,414) 28,331 (-30,3426)

Модель 2. DS – модель поступлений налога на доходы физических лиц (AIC=16,97; BIC=17,18; $R^2=0,97$)

$$d(NDFL) = -141,627 - 3693,209 \times d^{01.05} + 5651,660 \times d^{02.05} + 1,173 \times d(NDFL(-12)) -$$

(-0,894) (-4,923) (7,525) (32,066)

$$- 0,614 \times MA(1) + 0,707 \times MA(3)$$

(-13,888) 15,146

Несмотря на высокие объясняющие свойства моделей, характеристики качества прогноза поступлений налога в 1-м полугодии 2008 года оставляют желать лучшего, причем основные расхождения между фактическими и прогнозными значениями наблюдаются в январе 2008 года. Качество прогноза зависит в основном от типа модели (TS или DS), а не от выбранного метода. Можно отметить, что DS-модели в целом дают более качественный одношаговый прогноз.

Таблица 1 – Характеристики одношаговых прогнозов поступлений по налогу на доходы физических лиц в консолидированный бюджет

Показатель	Модель 1 (TS)		Модель 2 (DS)		Модель 3	
	Метод 1	Метод 2	Метод 1	Метод 2	Метод 1	Метод 2
Среднее квадратическое отклонение	2530,47	2562,32	2032,62	2000,63	906,34	1030,28
Среднее абсолютное отклонение	19,49	2097,50	1880,53	1879,23	779,56	913,44
Среднее абсолютное отклонение	7,69	8,21	7,20	7,22	2,92	3,37

Фактические значения и одношаговые прогнозы поступлений по налогу на доходы физических лиц в консолидированный бюджет в 1-ом полугодии 2008 года приведены на рисунке 2.

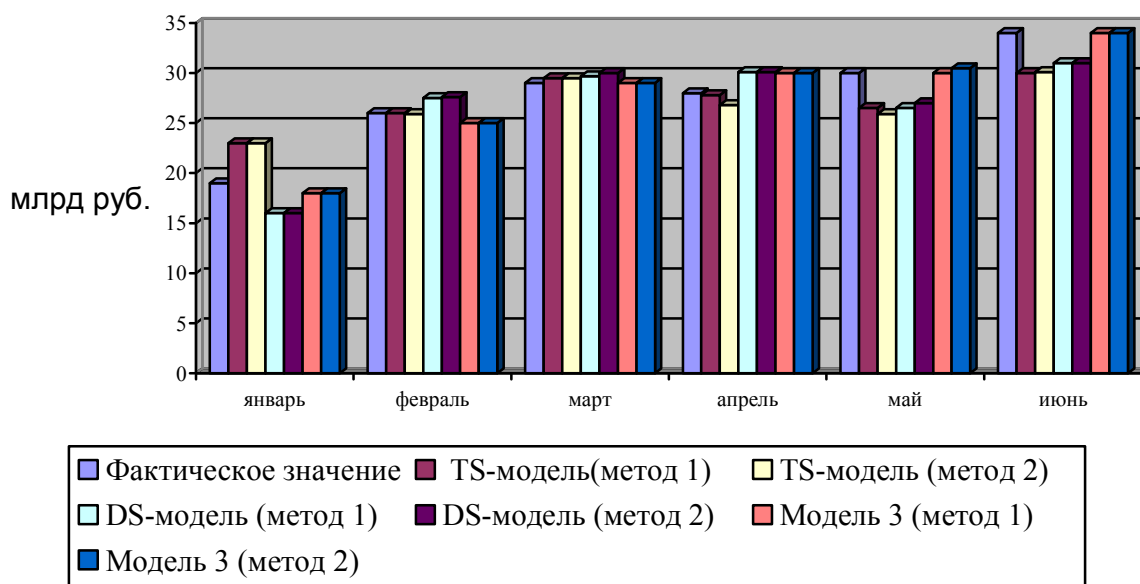


Рисунок 2 – Фактические значения и одношаговые прогнозы поступлений по налогу на доходы физических лиц в консолидированный бюджет в 1-ом полугодии 2008 года

При моделировании поступлений налога на доходы физических лиц следует учесть различия ставок обложения заработной платы и прочих видов доходов, т. е. рассмотреть модель, в которой оценка налоговой базы разбивается на две составляющие: фонд реальной фактической заработной платы ($FZP + \Delta ZZZP$) и реальные денежные доходы населения, уменьшенные на величину фонда реальной фактической заработной платы ($DDN - (FZP + \Delta ZZZP)$). По результатам оценивания оба фактора являются статистически значимыми. Кроме этого, данная модель является предпочтительной (не только с точки зрения структурной спецификации, но и с точки зрения статистических критериев) по сравнению с моделями, построенными на основе одного объясняющего фактора [2].

Макроэкономические модели поступлений налога на доходы физических лиц основываются на показателях, которые в соответствии со статистическими критериями содержат детерминированный тренд, что может привести к проблеме «ложной» взаимосвязи. Для ее устранения либо включают тренд в модель, либо производят детрендрование рядов и оценивают регрессию «очищенной» от тренда объясняемой переменной на «очищенные» объясняющие переменные [2].

Модель 3. Макроэкономическая модель поступлений налога на доходы физических лиц в t-м месяце (оценка базы на основе двух показателей) ($AIC=16,67$; $BIC=16,92$; $R^2=0,98$)

$$\begin{aligned}
 NDFL_t = & 10175,470 + 263,338 \times Trend - 3049,872 \times d_t^{01.05} + 2655,849 \times sd_t^{07} + \\
 & + 0,126 \times (FZP_t + \Delta ZZZP_t) + 0,063 \times (DDN_t - (FZP_t + \Delta ZZZP_t)) + 0,515 \times MA(1) + 0,458 \times MA(3)
 \end{aligned}$$

(21,891) (23,945) (-4,085) (7,562)
(9,899) 14,905 (4,711) (4,286)

где $(FZP_t + \Delta ZZZP_t)$ - остатки регрессии реальной фактической заработной платы на константу и тренд;

$(DDN_t - (FZP_t + \Delta ZZZP_t))$ - остатки регрессии реальных денежных доходов населения, уменьшенных на величину реальной фактической заработной платы, на константу и тренд.

Одним из факторов, определяющих динамику налоговых поступлений, является отклонение от налогообложения. Наиболее распространенной прокси-переменной для отслеживания масштабов отклонения является доля наличных денег (MO) в структуре

денежной массы ($M2$). Однако включение показателя $M0/M2$ в модели поступлений по налогу на рассматриваемом интервале не дало значимых результатов [1].

Точность прогнозов поступлений по макроэкономической модели (таблица 1) выше, чем точность прогнозов, полученных по авторегрессионным моделям скользящего среднего. Так, в январе 2008 года расхождения между фактическими и прогнозируемыми по ARIMA-моделям значениями составляют 15-20 %, они выпадают из общей динамики поступлений, но могут быть учтены при оценке зависимости между макропоказателями.

Таким образом, выбор моделей для прогнозирования является неоднозначным процессом и зависит, с одной стороны, от качественных статистических характеристик моделей, с другой - от глубины прогноза. В силу своей прозрачности макроэкономические модели в большинстве случаев предпочтительнее, так как отражают реальные экономические связи. Однако хорошо специфицированную макроэкономическую модель не всегда можно построить и тем более оценить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баткибеков, С. Оценка налогового потенциала регионов и распределение финансовой помощи из федерального бюджета [Текст] / С. Баткибеков, П. Кадочников, О. Луговой, С. Синельников, И. Трунин // Совершенствование межбюджетных отношений в России: Сб.ст. М.: ИЭПП, 2000.
2. Васильева, М.В. Налоговое прогнозирование налог на прибыль организаций [Текст] / М.В. Васильева // Управленческий учет. – 2009. - №9. – С. 60-67.
3. Кадочников, П. Моделирование динамики налоговых поступлений, оценка налогового потенциала территорий [Текст] / П. Кадочников, О. Луговой, С. Синельников С., Е. Шкробела // М.: ИЭПП, 1999.

Васильева Марина Владимировна

Орловский государственный технический университет

302020, г. Орел, Наугорское ш., 29

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

Тел.: (4862) 41-95-35

E-mail: vita_977@mail.ru



Попова Л.В., Константинов В.А.

Бюджетирование на микро- и макроуровне: учебное пособие.
– М.: Дело и Сервис, 2009. – 281 с.

Цель учебного пособия – показать механизм формирования бюджета на микро- и макроуровне.

Бюджетирование представлено, как распределенная система согласованного управления деятельностью подразделений предприятия, когда в начале отчетного периода бюджет может быть показан в виде формального плана, а в завершении отчетного периода бюджет играет роль измерителя.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ **ПРЕДПРИЯТИЕМ**

УДК 005.93:658.51

КРАСНОБОКАЯ И.А.

ОБОСНОВАНИЕ УРОВНЯ ГИБКОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ МИНИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ

Рассмотрены вопросы выбора оптимального уровня гибкости производственных систем на основе обеспечения минимальных производственных потерь при их использовании.

Ключевые слова: *промышленность, производственная система, гибкость, устойчивость, адаптивность, оптимизация, снижение затрат.*

In this article questions of the choice of the optimum level of flexibility of industrial systems on the basis of maintenance of the minimum industrial losses at their use are considered.

Key words: *the industry, industrial system, flexibility, stability, adaptability, optimization, decrease in expenses.*

Функционирование гибких производств в системе предприятий обостряет решение проблемы системной оценки эффективных вариантов организации, так как в противном случае локальный учет требований только гибкого производства может привести к ухудшению экономических показателей всего предприятия в целом. Например, распространена точка зрения, что за счет сокращения времени переналадки экономичный размер партии снижается до минимума, в отдельных случаях – до одной шутки. При таком подходе совершенно игнорируются связи гибких производственных систем с подразделениями, поставщиками заготовок и потребителями продукции гибких производственных систем, календарно-плановые нормативы движения продукции и организационные условия работы которых обусловлены большим числом факторов (и не менее важными), чем только согласование с гибкими производственными системами.

За величиной календарно-плановых нормативов, т.е. размерами партий и периодичностью их повторения, стоит экономика гибких производственных систем, частота их перестроек, а, следовательно, снижение их надежности по организационным причинам (при меньшей партионности) и возрастание простоев в ожидании обслуживания модулей или наладчиком при смене партий обрабатываемых предметов. Так, по данным шестимесячного наблюдения простоев оборудования с числовым и программным управлением, являющегося основным компонентом гибких производственных систем, установлена следующая зависимость (таблица 1)/

Таблица 1 – Зависимость простоев от количества переналадок оборудования

Количество переналадок в месяц на единицу оборудования	8	10	12
Простои оборудования, в % от действительного фонда времени	2,08	5,92	7,6

Именно поэтому ориентация организационных условий функционирования гибких производств только на технические возможности производственных модулей гибких производственных систем с позиций экономических интересов далеко не достаточна. Нужен комплексный подход, позволяющий не только обосновать оптимальные показатели эффективной организации гибких производственных систем с позиций всего предприятия по критерию минимума производственных затрат, но и обеспечить на основе работы по этим показателям достижения заданной эффективности.

Методику расчета системы показателей эффективной организации производства, широко используемую в настоящее время в подразделениях, оснащенных универсальным оборудованием и станками с числовым и программным управлением, целесообразно распространить и для обоснования наиболее экономичных организационных условий устойчивой работы гибких производств. Устойчивость и гибкость - это два основных принципа организации производства, рожденные объективной необходимостью эффективного функционирования современного производства.

Под устойчивостью организации будем понимать ее способность сохранять движение по намеченной траектории (поддерживать заданный режим функционирования), несмотря на воздействующие на систему возмущения. Под гибкостью организации имеется в виду ее способность легко (без значительных затрат) подстраиваться (адаптироваться) с целью сохранения движения по заданной траектории или перестраивать структуру элементов (при значительных затратах) для перехода на новую траекторию.

Для целенаправленного и конкретного изложения методологии анализа и развития гибких производственных систем укажем, что базой для всего последующего построения является тип производства и характеризующая его величина коэффициента закрепления операций ($K_{зо}$). В таблице 2 представлены точки зрения различных специалистов на границы коэффициента закрепления операций, присущие каждому из типов производства.

Таблица 2 - Диапазон изменения коэффициента закрепления операций [4]

Источник	Значения коэффициента закрепления операций для производства				
	массового	крупносерийного	среднесерийного	мелкосерийного	единичного
По стандарту	1	1-10	10-20	20-40	>40
К.Т. Джурабаев	1-2	3-6	7-20	>20	
Л.И. Итин и др.	1-2	1-2	3-8		
Е.Г. Либерман	1-2	3-5	5-20	20-40	>40
К.Г. Татевосов	1	3-12	14-35	21-57	
В.А. Петров	1	2-4	5-22	23-70	>70
Г.И. Самборский	1-3	3-10	10-25	25-200	>200

Из таблицы 2 виден достаточно широкий разброс числа переналадок. Во многом это связано с тем, что степень конструктивно-технологической схожести продукции, использование групповых процессов и другие факторы влияют непосредственно на переход от отдельных операций к производственным работам, а, следовательно, и к величине коэффициента закрепления операции подразделения.

Сформированные выше адекватные понятия гибкости (мобильности, подвижности) не раскрывают, на наш взгляд, внутреннего содержания, организации производственных систем, а отражают скорее ее форму. Однако без раскрытия содержания нельзя понять и сущности, которая в первую очередь обусловлена адаптацией производственной системы к изменениям внешних и внутренних факторов [1].

На современном уровне развития понятийного аппарата способность любой системы к изменению своего состояния связывают с понятием адаптации. Адаптация - способность системы обнаруживать целенаправленное приспособляющееся поведение в сложных средах, а также сам процесс такого приспособления. При формировании гибких производственных систем возникает задача создания адаптивных систем, ориентированных на эффективную мобильную перестройку, обусловленную изменением внешней среды, и, прежде всего, параметрами продукции (конструкция, объем выпуска, экономический цикл жизни и др.). Производственные системы массового типа, как правило, не обладают способностью обнаруживать целенаправленное приспособляющееся поведение. Наличие специального автоматического и автоматизированного оборудования, жестких производственно-технологических, пространственных и временных связей практически

исключает адаптацию таких систем. Некоторые изменения, правда, и в этих системах допустимы. Например, увеличение выпуска за счет небольшого возрастания скорости движения конвейеров. Лишь по мере расширения номенклатуры изготавливаемых изделий и перехода от массового производства к серийному и единичному проявляется все большая адаптация гибких производственных систем. Адаптивные гибкие производственные системы, создаваемые в производстве всех типов, должны помимо способности к адаптации обладать определенной адаптивностью, т.е. характеризоваться разнообразием условий, к которым они могут эффективно приспосабливаться за счет изменения структуры элементов и их связей. Естественно, что гибкие производственные системы массового производства, если они и обладают гибкостью ($K_{30} = 1 \div 3$), то только в пределах одного типа продукции (детали, сборочные единицы). По мере уменьшения серийности возрастает число типоразмеров продукции, которые уже могут принадлежать разным ступеням общности продукции, т.е. не только разным видам и разновидностям, но также классам и родам. Следовательно, между ступенями классификационной общности продукции, ее концентрацией, специализацией производства по видам и гибкими производственными системами должна существовать тесная взаимосвязь. Вскрыть характер этой зависимости, установить оптимальное ее значение - необходимая основа эффективного внедрения гибких производственных систем.

В такой постановке излишняя гибкость производственных систем связана с ростом текущих затрат, а недостаточная - с расплатой, когда этой гибкости не хватает. Из этого вытекает важное требование о том, что необходимо идти не по пути достижения максимальной гибкости, а по пути обоснования ее оптимальной величины. Как недостаточная, так и излишняя гибкость производства ведут к производственным потерям, которые возникают либо в самой гибкой производственной системе, либо в предшествующей или последующей системах, сопряженных с гибкой производственной системой. Задачи оптимальной гибкости существуют постольку, поскольку возможно установить и объективно оценить различные варианты с целью выбора наилучшего. При чем задача оптимальной гибкости производственных систем является частью более общей задачи оптимальной адаптации производства и продукции. Оптимальным вариантом взаимной адаптации производства и продукции по некоторому критерию может считаться вариант, заключающийся в выборе конструкции, номенклатуры и объема выпускаемой продукции, техники и технологии ее изготовления, организации процесса производства, труда и управления, при котором в течение рассматриваемого периода функционирование производства осуществляется так, что эффективность по принятому критерию наибольшая. В такой постановке задачи оптимальной адаптации производства и оптимальной гибкости производственных систем становятся адекватными. Виды технологических процессов, формы организации производственных процессов, области автоматизации и гибкости - все четко базируются на типе производства. Однако сам тип производства не может рассматриваться как постоянно существующий результат, обусловленный сочетанием трудоемкости и масштабов выпуска конкретной продукции. Это систематически изменяемый результат, который отражает динамику указанных выше процессов и их параметров [3]. Сложность в том, что предприятия по существующей методике анализа циклов жизни продукции могут оценить изменения параметров на протяжении экономического цикла жизни изделия. Однако в гибких производственных системах всех типов производства изготавливаются, как правило, детали и сборочные единицы, принадлежащие различным изделиям и имеющим разную структуру применения и заимствования. Поэтому методика анализа циклов жизни по изделиям может дать весьма ориентировочную оценку периода эффективного функционирования гибких производственных систем. Эта задача облегчается в условиях крупносерийного производства или даже серийного, когда можно выделить типовые изделия и так называемую структурообразующую группу обрабатываемых предметов. Эта группа, на которую приходится подавляющая часть выпуска гибких производственных систем и по динамике параметров которой можно судить об изменении

периода функционирования гибких производственных систем в целом. По мере расширения номенклатуры и снижения типа производства такая возможность исчезает и практически в условиях организации гибких производственных систем мелкосерийного и единичного типа выделить структурообразующую группу продукции, как правило, достаточно сложно. В этих условиях целесообразно базироваться на экономическом цикле жизни типовых изделий. Решение задачи периодизации изменения условий функционирования гибких производственных систем в данных типах производства облегчается за счет изменения формы организации производства и перехода от предметно-замкнутых гибких производственных систем к технологическим гибким производственным системам, формируемым на основе классификации уже не обрабатываемых предметов, а обрабатываемых поверхностей. Устойчивость функционирования таких рабочих мест, как правило, существенно выше, а адаптивность - значительно больше. Поэтому только оценки, базирующиеся на анализе и прогнозе динамики продукции, их модулей, конструктивно-технологической общности деталей и обрабатываемых поверхностей, могут привести к обоснованному выбору варианта оптимальной гибкости производства.

Характеризуя гибкость, следует различать стратегическую, тактическую и оперативную гибкость [4]. Стратегическая гибкость определяется степенью общности продукции и числом позиций номенклатуры, закрепленной за конкретным гибким автоматизированным производством или гибкой производственной системой на длительный отрезок времени (год и более).

В условиях серийного производства, для которого и создаются в первую очередь гибкие автоматизированные производства и гибкие производственные системы, эта номенклатура по году в целом может изготавливаться с разной партионностью и периодичностью повторения, обуславливающей частоту перестроек оборудования. Оптимальная частота такой перестройки, оцениваемая оптимальным значением коэффициента закрепления операций ($K_{зо\ onm}$), характеризует оптимальную тактическую гибкость производства. Наконец, на протяжении планируемого периода (месяц, декада) последовательность группирования предметов и чередования конкретных партий, рассчитанных из условия достижения оптимальной тактической гибкости для всей закрепленной номенклатуры, может быть различной. Следовательно, оперативная гибкость, определяемая для короткого периода, также должна быть оптимальной, т.е. нацеленной на достижение тех величин затрат производства, которые были рассчитаны на предшествующих этапах обоснования гибкости. В поиске параметров оптимальной номенклатуры и ступеней ее общности, обеспечивающих изготовление продукции с минимумом годовых затрат, и заключается концепция установления стратегической гибкости производственных систем. Например, при проектировании участков с универсальным оборудованием осуществляется обоснование оптимальной производственной структуры. При этом находится вариант распределения номенклатуры и уровень ее конструктивно-технологической однородности, обеспечивающей ее изготовление с минимумом затрат живого и овеществленного труда.

Применительно к подразделениям, оснащенным станками с числовым и программным управлением и промышленными роботами, принципиальные положения по оценке гибкости через показатели адаптивности сохраняются. Однако специфика, естественно, учитывается. Наличие разнонаправленных затрат при возрастании числа позиций обрабатываемой номенклатуры (R) позволяет осуществить поиск оптимальной ее величины (R_{onm}) по критерию минимальных годовых затрат производства. Тогда отклонение от оптимальной стратегической гибкости (\hat{I}_r^c), определяющее долговременную ориентацию развития гибких автоматизированных производств и гибких автоматизированных систем, оценивается по формуле:

$$\hat{I}_r^c = \left| \frac{R_{\hat{a}\hat{e}\hat{o}} - R_{\hat{i}\hat{o}}}{R_{\hat{i}\hat{o}}} \right| \cdot 100. \quad (1)$$

Достижение планируемой величины R_{opt} обеспечивает дальнейшее повышение гибкости на величину $\Delta \hat{I}_r^c$:

$$\Delta \hat{I}_r^c = \left| \frac{R_{\hat{a}\hat{e}\hat{o}} - R_{\hat{i}\hat{o}}}{R_{\hat{a}\hat{e}\hat{o}}} \right| \cdot 100, \quad (2)$$

Одна и та же номенклатура может повторяться в производстве с разной партионностью. Оценки оптимальной периодичности, т.е. частоты наладок в пределах года или более короткого временного интервала, определяют круг задач тактической гибкости. Так как в основе частоты переналадок лежит величина коэффициента закрепления операций (K_{30}), то ее обоснование и оценка позволяют установить отклонения от оптимальной тактической гибкости и результативности уменьшения этих отклонений:

$$\hat{I}_r^{\hat{o}} = \left| \frac{\hat{E}_{\hat{c}\hat{i}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{o}} - \hat{E}_{\hat{c}\hat{i}\hat{i}\hat{o}}}{\hat{E}_{\hat{c}\hat{i}\hat{i}\hat{o}}} \right| \cdot 100. \quad (3)$$

Достижение оптимальной величины коэффициента закрепления операций ($K_{30\ opt}$) обеспечивает дальнейшее повышение тактической гибкости на величину $\Delta \hat{I}_r^{\hat{o}}$:

$$\Delta \hat{I}_r^{\hat{o}} = \left| \frac{\hat{E}_{\hat{c}\hat{i}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{o}} - \hat{E}_{\hat{c}\hat{i}\hat{i}\hat{o}}}{\hat{E}_{\hat{c}\hat{i}\hat{o}\hat{a}\hat{e}\hat{o}}} \right| \cdot 100. \quad (4)$$

Между повышением тактической гибкости ($\Delta \hat{I}_r^{\hat{o}}$) и снижением текущих затрат производства ($Z_{тек}$) для группы приборостроительных предприятий в ходе исследования была установлена корреляционная связь. Например, для сорока подразделений аппроксимация дала вид так называемой экологической кривой (рисунок 1), имеющей выражение

$$\Delta C_{\hat{o}\hat{a}\hat{e}} = 60 \cdot \hat{a}^{-0,082^2} (\Delta \hat{I}_r^{\hat{o}} - 56)^2. \quad (5)$$

Из формулы (5) следует, что достижение $\Delta \hat{I}_r^{\hat{o}}$ в границах 15-56% свидетельствует о нахождении тактической гибкости в области, в пределах которой возможно эффективное снижение текущих затрат производства. Кривая рисунка 1 получена для участков с универсальным оборудованием и станками с числовым и программным управлением. Очевидно, что для подразделений гибких автоматизированных производств значения аргументов формулы (5) будут другими, а характер аппроксимируемой кривой должен отражать специфику организации производства в условиях гибких производств. Использование таких кривых позволяет быстро оценить результативность уменьшения отклонений от оптимальных величин.

Например, для участков универсальных станков были получены следующие значения: $K_{30\ факт} = 28$, $K_{30\ опт} = 16$, $\hat{I}_r^{\hat{o}} = 70\%$, $\Delta \hat{I}_r^{\hat{o}} = 43\%$. По графику рисунка 1 имеем, что $\Delta C_{\hat{o}\hat{a}\hat{e}} = 18\%$. Следовательно, работа с оптимальной величиной коэффициента закрепления операций ($K_{30\ опт}$) относительно его фактической величины ($K_{30\ факт}$) обеспечивает до 18% снижения уровня потерь, оцененных по текущим затратам производства. Достигается это непосредственно за счет перехода от существующих партий к наиболее эффективным (оптимальным). Экономически выгодные размеры партий обрабатываемых предметов, соответствующие оптимальному значению коэффициента закрепления операций, должны так повторяться в производстве, чтобы обеспечить выпуск конечной продукции предприятия в заданные сроки и с минимальными затратами. Следовательно, оперативное планирование загрузки производственных систем должно обеспечить их функционирование с величиной коэффициента закрепления операций в пределах определенного допуска. Значит, оптимальная оперативность, гибкость на планируемый период может быть оценена путем обратного пересчета плана по величине планового коэффициента закрепления операций

($K_{зо\text{пл}}$). Тогда отклонение от оптимальной оперативной гибкости по кривым, аналогичным на рисунке 1, можно определить по формулам (3) и (4), а результативность его уменьшения – приняв в них фактический коэффициент закрепления операций ($K_{зо\text{факт}}$) равным плановому коэффициенту закрепления операций ($K_{зо\text{пл}}$).

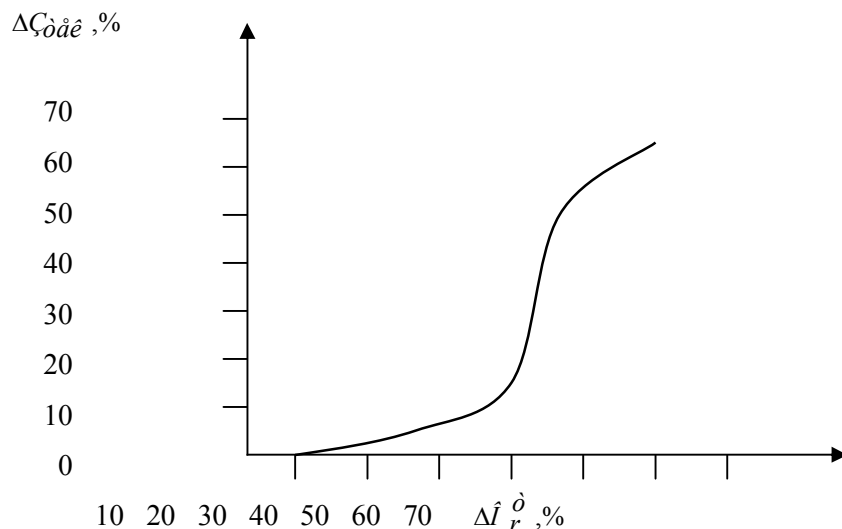


Рисунок 1 – Зависимость повышения тактической гибкости (ΔI_r^0) и снижения текущих затрат производства (ΔC_0^0)

Таким образом, оптимизация гибкости производственных систем является многоуровневой задачей, в которой результаты решения верхнего уровня (стратегия) являются входом на второй уровень (тактика) и далее непосредственно связаны с решениями начального динамичного уровня функционирования гибких автоматизированных производств и систем. Вопросы оценки гибкости производственных систем любого уровня, начиная от подразделений с универсальным оборудованием и кончая гибкими производственными системами и гибкими автоматизированными производствами непосредственно связаны с отбором номенклатуры обрабатываемых предметов, обеспечивающих эффективную загрузку указанных средств труда. При этом уровень гибкости производственных систем существенно связан с величиной текущих затрат производства. Поэтому обоснование уровня гибкости производственных систем должно производиться основе обеспечения минимальных производственных потерь. Именно такой системный подход позволяет решить сложную во всем многообразии задачу нахождения оптимальной гибкости производственных систем, организовать ее достижение и поддержание при изменении параметров продукции и производства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белецкий, А.А. Модификация методов учета и анализа затрат в целях определения эффективности менеджмента [Текст] / А.А. Белецкий // Управленческий учет. – 2009. - №5. – С.50-59.
2. Блехерман, М.Х. Гибкие производственные системы: организационно-экономические аспекты [Текст] / М.Х. Блехерман. – М.: Экономика, 1998.
3. Колесов, И.М. Основы технологии машиностроения: учебник для вузов [Текст] / И.М. Колесов. – М.: Машиностроение, 2001.
4. Сатановский, Р.Л. Методы снижения производственных потерь [Текст] / Р.Л. Сатановский. – М.: Экономика, 1988. – С. 159.

Краснобокая Ирина Александровна

Орловский государственный технический университет

302020, г. Орел, Наугорское ш. 29

Кандидат экономических наук, доцент кафедры «Мировая экономика и статистка»

Тел.: (4862) 41-98-74

E-mail: siti_131175@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ – ОСНОВА БИЗНЕС – УСПЕХА В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Рыночная экономика предъявляет новые требования к производственно – хозяйственной деятельности экономических субъектов, и, прежде всего к управлению ими, а именно к активному использованию ими принципов стратегического управления. Таким образом, на первый план выходят стратегические аспекты деятельности предприятий. При разработке стратегии развития предприятия требуется учитывать объективные факторы, определяющие перспективы и ограниченность имеющегося потенциала экономического роста. Формирование стратегии обеспечивается способностью моделировать ситуацию, выявлять необходимость изменений, а также предвидеть вектор и характер будущих изменений.

Ключевые слова: понятие стратегии, место стратегии в системе управления предприятием, школы стратегий, разработка стратегии, внедрение стратегии, оценка стратегии.

The market economy shows the new requirements to production - economic activity of the economic subjects, and, first of all to management by them, namely to active use by them of principles of strategic management. Thus, on the foreground the strategic aspects of activity of the enterprises leave. By development of strategy of development of the enterprise it is required to take into account the objective factors determining prospects and limitation of available potential of economic growth. The formation of strategy is provided with ability to simulate a situation, to reveal necessity of changes, and also to expect a vector and character of the future changes.

Key words: concept of strategy, place of strategy in a control system of the enterprise, school of strategy, development of strategy, introduction of strategy, estimation of strategy

Многообразие и возрастающая сложность рыночных условий, интенсивность и динамизм хозяйственных процессов требуют от хозяйствующих субъектов максимального использования всех возможностей и резервов.

В настоящее время сформировалась потребность в осуществлении такого управления предприятиями, которое обеспечивало бы их эффективную адаптацию к быстро меняющейся окружающей среде. В силу высокой степени нестабильности среды процесс управления, основанный на предсказании будущего путем экстраполяции исторически сложившихся тенденций, уступает приоритету стратегического управления, основной функцией которого является разработка стратегии.

Предприятие без ясной и эффективной стратегии развития - это не бизнес, а набор активов, отягощенных обязательствами. Для того чтобы не только выжить, но и усилить свои конкурентные позиции на рынке, необходимо заниматься стратегическим планированием на профессиональном уровне. Стратегическое планирование - это выработка стратегии с помощью комплекса формализованных процедур, которые направлены на построение как модели будущего компании, так и программы перехода из текущего состояния к этой модели.

Основное назначение стратегии – создание комплекса конкурентных преимуществ, для достижения бизнес – успеха в долгосрочной перспективе.

Стратегия не может быть простым определением желаемых целей и удобных способов их претворения. Принять желаемое за действительное - еще не значит разработать стратегию. Стратегия должна исходить не из мечтаний, а из реальных возможностей фирмы. Поэтому стратегия - это, прежде всего, реакция фирмы на объективные внешние и внутренние обстоятельства ее деятельности.

Первые серьезные исследования в области стратегии предприятий и стратегического менеджмента относятся к концу 40-х – началу 50 – х годов нашего столетия. Особый вклад в изучение данной проблемы внесли труды таких ученых как Акофф Р., Ансофф И.,

Бланк И.А., Винокуров А.П., Градов П.Ф., Друкер П.Ф., Краснова В., Литвак Б.Г., Таргет Д., Портер М., Уткин Э.А. и др.

В современной литературе встречаются следующие определения понятия стратегии:

- совокупность взаимосвязанных действий, нацеленных на достижение устойчивого конкурентного преимущества;
- ряд решений, которые являются движущей или формирующей силой большинства предпринимаемых компанией действий;
- путь создания конкурентных преимуществ с помощью отличительных характеристик;
- искусство быстрых преобразований, портфель инициатив, направленных на рост компании и ее стоимости.

Разрабатывая стратегию развития предприятия, необходимо добиваться, чтобы она отвечала ряду требований:

- содержала ясные цели, достижение которых является решающим для общего исхода дела;
- было обозначено скоординированное руководство;
- поддерживала прогрессивную инициативу;
- главные усилия должны быть сконцентрированы в нужное время и в нужном месте;
- обеспечивала гарантированные ресурсы;
- предусматривала гибкость поведения в тактических действиях для использования минимума ресурсов при достижении максимума результата.

Существует два противоположных взгляда на понимание стратегии [5]. Первое базируется на следующем процессе. Достаточно точно определяется конечное состояние, которое должно быть достигнуто через длительный промежуток времени. Далее фиксируется, что необходимо сделать для того, чтобы достичь этого конечного состояния. После этого составляется план действий с разбивкой по временным интервалам (пятилеткам, годам и кварталам), реализация которого должна привести к достижению конечной, четко определенной цели. В основном именно такое понимание стратегии существовало в системах с централизованной плановой экономикой. При таком понимании стратегия - это конкретный долгосрочный план достижения конкретной долгосрочной цели, а выработка стратегии - это нахождение цели и составление долгосрочного плана.

Такой подход, бесспорно, основывается на том, что все изменения предсказуемы, а все происходящие в среде процессы детерминированы и поддаются полному контролю и управлению. Однако данная предпосылка неверна даже для плановой экономики, тем более, что она совершенно неверна в рыночной экономике. Более того, развитие рыночных экономических систем в последние десятилетия свидетельствует о том, что скорость процессов изменения среды, а также величина дополнительных возможностей, которые заключены в этих изменениях, постоянно возрастают. Поэтому и стратегия поведения компании в рыночной экономике должна в первую очередь нести в себе возможность получения преимуществ от изменений.

При втором понимании стратегии, которое используется в стратегическом управлении, стратегия - это долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и формы его деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также его позиции в окружающей среде, приводящее предприятие к его целям.

Такое понимание стратегии исключает детерминизм в поведении предприятия, так как стратегия, определяя направление в сторону конечного состояния, оставляет свободу выбора с учетом изменяющейся ситуации. В данном случае стратегию в общем виде можно охарактеризовать как выбранное направление, путь дальнейшего поведения в среде, функционирование в рамках которого должно привести предприятие к достижению стоящих перед ней целей.

Мы солидарны с теми экономистами, которые трактуют термин «стратегия» как процесс формирования долгосрочных целей и выбора путей их достижения. Исходя из этого, мы считаем, что в описании стратегии должны четко просматриваться как цели предприятия, так и схема распределения ресурсов, необходимых для достижения этих целей, а также инструменты и методы её реализации.

Бурное развитие теории и практики стратегического менеджмента в последние 30 лет характеризовались возникновением и сменой приоритетов различных школ стратегий [4]. Классификация школ стратегий представлена на рисунке 1.

К предписывающим школам, которые показывают как должна разрабатываться стратегия относятся:

- Школа дизайна - разработка стратегии как процесс осмысления (Ф. Селзник, Ф. Чандлер, К. Эндрюс и др.). Характерными ее достижениями, которые сейчас широко используются в стратегии менеджмента, являются понятие компетенций, конкурентных преимуществ, SWOT-анализ (аббревиатура SWOT: Strengths - силы; Weaknesses - слабости; Opportunities - возможности; Threats - угрозы), понятие стратегии;

- Школа планирования - разработка стратегии как формальный процесс (И. Ансофф, Р. Акофф и др.). Она предложила формализацию целей, сценарный подход, бюджетирование и пр.;



Рисунок 1 - Школы стратегий

- Школа позиционирования - разработка стратегии как аналитический процесс (М. Портер, Б. Джеймс, Дж. Куинн). Известны три стратегии Портера, ключевые позиции, пять конкурентных сил Портера.

К предписывающим школам, которые показывают как должна разрабатываться стратегия относятся:

- Школа дизайна - разработка стратегии как процесс осмысления (Ф. Селзник, Ф. Чандлер, К. Эндрюс и др.). Характерными ее достижениями, которые сейчас широко

используются в стратегии менеджмента, являются понятие компетенций, конкурентных преимуществ, SWOT-анализ (аббревиатура SWOT: Strengths - силы; Weaknesses - слабости; Opportunities - возможности; Threats - угрозы), понятие стратегии;

- Школа планирования - разработка стратегии как формальный процесс (И. Ансофф, Р. Акофф и др.). Она предложила формализацию целей, сценарный подход, бюджетирование и пр.;

- Школа позиционирования - разработка стратегии как аналитический процесс (М. Портер, Б. Джеймс, Дж. Куинн). Известны три стратегии Портера, ключевые позиции, пять конкурентных сил Портера.

К школам, описывающим реальные процессы разработки стратегии, относятся:

- Школа предпринимательства, рассматривающая разработку стратегии развития компании не как коллективный процесс, а как индивидуальное творчество ее руководителя или владельца. Центральным понятием этой школы является видение, под которым понимают мысленное представление стратегии, возникшее или отображенное в сознании руководителя фирмы;

- Когнитивная школа (школа познания), рассматривающая построение стратегии как ментальный процесс. Под стратегией понимается перспектива, которая раскрывает способы получения информации из окружающей среды;

- Школа обучения, рассматривающая процесс разработки стратегии как развивающийся процесс. Особенно популярна идея зависимости стратегии от обучения и зависимость обучения от способностей. В соответствии с этим стратегическое управление рассматривается как процесс коллективного обучения. В результате разрабатываются стержневые компетенции;

- Школа власти, трактующая процесс разработки стратегии как процесс переговоров;

- Школа культуры, сформировавшаяся в сфере стратегического управления в 80-х гг. с учетом опыта японских фирм. Представителями этой школы ввели понятие «стратегические ресурсы». Главным фактором обеспечения преимущества при наличии стратегических ресурсов является невозможность их имитации и главным препятствием - культура;

- Школа внешней среды, считающая, что формирование стратегии представляет некий процесс отражения происходящих во внешней среде событий.

К школам трансформации относится школа конфигурации (Р. Майлс, К.Сноу и др.) Она представляет разработку стратегии как процесс трансформации (шесть трансформационных стратегий).

У каждой школы есть свои достижения и недостатки. В современной теории стратегического менеджмента специалисты используют все положительные стороны и достижения различных школ. Все эти школы в настоящее время существуют и дополняют друг друга (рисунок 2).

Анализ и сопоставление различных школ показывает:

1) жизнеспособность и такой позиции компании, как отсутствие стратегии и нецелесообразность ее разработки. Несмотря на отсутствие стратегии, организация может продуманными действиями обеспечить свою гибкость и жизнеспособность;

2) стратегия должна быть гибкой. Точная, неизменная стратегия - угроза гибкости бизнеса. Это как шоры для лошади - не дают сбиться с пути, но не позволяют увидеть то, что творится вокруг.

Значимость и эффективность стратегии определяется, прежде всего, той ролью, которую она играет в системе управления организацией. В условиях нестабильной внешней бизнес-среды ни одна компания не будет заниматься стратегическим управлением, разработкой и внедрением стратегии даже на два-три года. Потребность в стратегии возникает в условиях стабилизации внешней макроэкономической и политической среды, приводящей к повышению точности прогнозов развития отрасли и отдельного предприятия.

С другой стороны, на мысль о необходимости стратегического управления наталкивают обострение конкуренции и необходимость повышения конкурентоспособности предприятия.

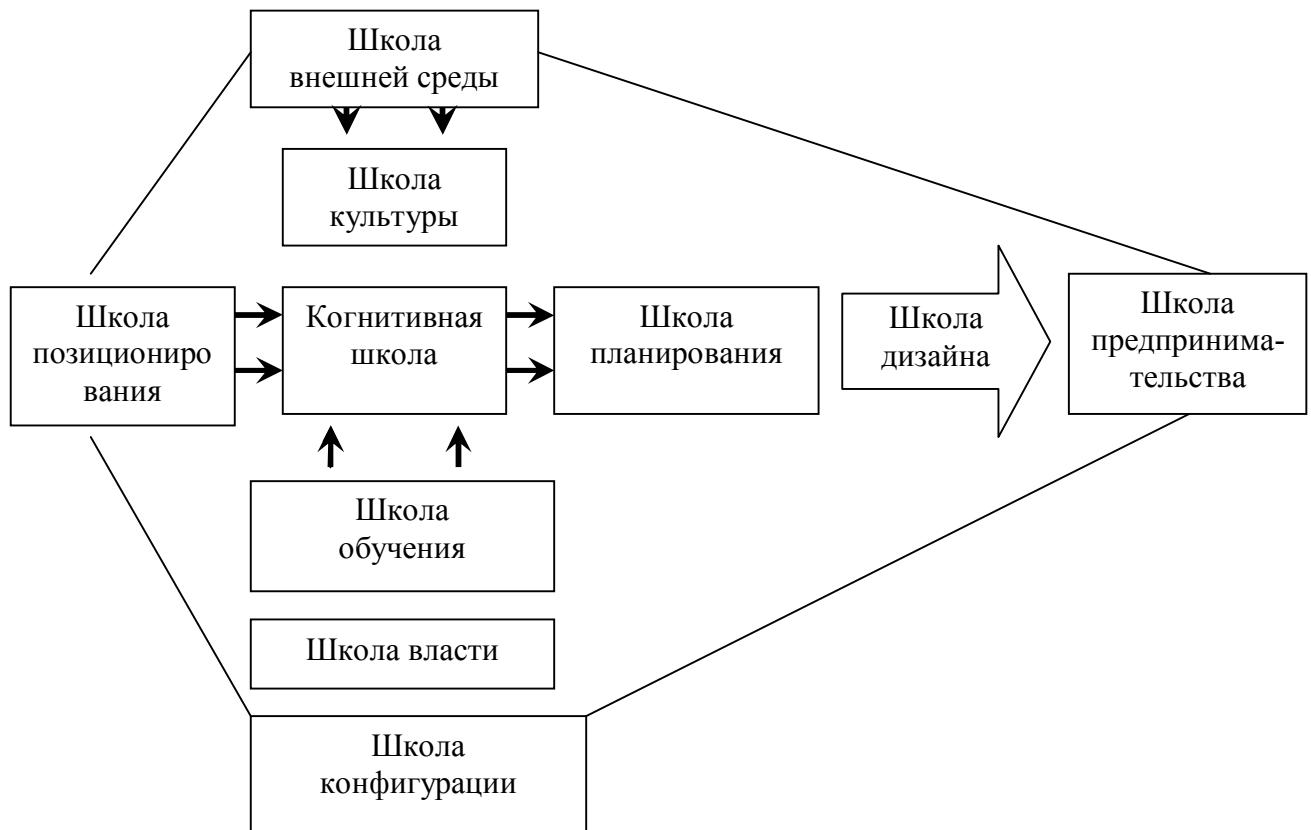


Рисунок 2 – Взаимосвязь школ стратегий

Именно с 2001 г. в практике российских предприятий стала все более очевидной тенденция повышения роли стратегии, стратегических подходов и методов управления бизнесом.

Разработка стратегии - это длительный и трудоемкий процесс. Однако следует понимать, что очень много времени отводится непосредственно на комплекс работ, связанных с внедрением стратегии. Сегодня объективно назрела необходимость в расширении горизонта планирования, в увязке кратко-, средне- и долгосрочных целей развития, в создании тесной связи между перспективными целями развития предприятия и текущим планированием на год.

На среднесрочном уровне планирования (3–5 лет) качественные долгосрочные стратегические ориентиры трансформируются в укрупненные финансовые (индикативные), а на оперативном (годовом) уровне - в детализированные показатели развития.

В литературе встречаются негативные оценки эффективности стратегий, стратегических методов управления, приводятся примеры неудач компаний, разработавших стратегию. Однако основной причиной неудач таких компаний является не плохая стратегия, а плохая система ее внедрения и реализации. Очень часто и в отечественной практике стратегическое управление заканчивается на этапе разработки стратегии и оформления соответствующего документа. Эффект от такой стратегии нулевой, и отсюда делались выводы о ненужности самой стратегии. По некоторым оценкам лишь 10% сформулированных стратегий реализуются на практике.

Весь комплекс работ по разработке и внедрению стратегии развития компании можно условно разбить на следующие крупные блоки (этапы):

- анализ инвестиционной привлекательности отрасли:

- 1) оценка уровня интенсивности конкуренции (модель движущих сил конкуренции М. Портера);

- 2) оценка стадии развития конкуренции (показатели, характеризующие темпы роста, потенциал отрасли и эволюцию продуктов и технологии);

- разработка сценарного прогноза развития отрасли;

- прогноз изменения конъюнктуры спроса и предложения на внутренних и внешних

рынках; анализ конкурентной позиции компании в отрасли (прочности бизнеса);

- финансовая оценка стратегических альтернатив; формирование образа будущего компании; разработка стратегических целей и задач; комплекс работ по внедрению стратегии.

Для оценки стратегии компании, на наш взгляд, можно использовать комплекс следующих качественных оценочных показателей:

- осуществимость, т.е. реализуемость стратегии с учетом имеющихся у компании ресурсов и заинтересованности персонала. Так, стратегия роста требует намного больше средств, чем стратегия постепенного совершенствования;

- последовательность и гармоничность, т.е. согласованность в организационных действиях, адаптации к внешним условиям;

- формирование и поддержка конкурентных преимуществ, которые обеспечат создание новой стоимости для компании.

В бизнесе, основанном на преобладании материальных активов, финансовые показатели адекватны данным, зафиксированным в балансе, отчете о финансовых результатах. В этих условиях традиционны и общеприняты показатели эффективности, основанные на бухгалтерской отчетности (рентабельность активов (ROA), рентабельность собственных средств (ROE), рентабельность инвестиций (ROI)).

В условиях глобализации и информатизации, когда нематериальные активы становятся основой конкурентного преимущества, нужны иные финансовые и нефинансовые показатели оценки. Интегральным финансовым критерием оценки правильности и эффективности стратегии является запланированный прирост рыночной стоимости компании и её акций как основной финансовый критерий эффективности деятельности предприятия в рыночных условиях. При стратегии постепенного совершенствования, лидерства в издержках, фокусировании основная цель бизнеса - повышение эффективности вложенных средств. Поэтому показателями финансовой эффективности таких стратегий может быть достижение запланированного прироста показателей эффективности: ΔROA , ΔROE , ΔROI и др.

Четыре группы финансовых и нефинансовых показателей, разработанные Нортон и Капланом [2] для оценки эффективности бизнеса и соответственно стратегии:

1) финансовые показатели, характеризующие, насколько стратегия способствует улучшению работы компании:

- доход от основной деятельности;
- прибыль на используемый капитал;
- прибыль на инвестиции;
- стоимость компании и акционерного капитала;
- рост объема продаж;
- доля дохода от новой продукции;
- прибыльность отдельных продуктов и клиентов;
- чистый доход с единицы продукта;
- доход на одного работника;
- издержки на одну операцию;
- административные расходы в процентах от общих расходов;

2) показатели отношений с покупателями:

- доля рынка соответствующих покупателей, которую занимает компания;
- рост бизнеса за счет имеющихся покупателей;
- прибыльность, обеспечиваемая покупателями;
- срок разработки новых продуктов;
- своевременность обслуживания;
- доля брака, претензий;

3) показатели внутрифирменной деятельности:

- объем продаж новых продуктов в процентах от общего объема продаж;
- внедрение новых продуктов по сравнению с планом;

- время создания нового продукта, услуги;
- производительность труда;
- эффективность использования оборудования;
- 4) показатели по обучению и развитию персонала:
 - удовлетворенность сотрудников;
 - текучесть кадров;
 - доход на одного работника;
 - охват сотрудников стратегической информацией;
 - доля работников, имеющих прямые контакты с клиентами.

Стратегия определяет приоритетные бизнес-процессы компании, её организационную структуру и через систему сбалансированных показателей, систему мотивации и бюджетирования влияет на финансовые и нефинансовые результаты работы компании (рисунок 3).

Достигнутые результаты работы компании (на конец квартала, года) позволяют оценить соответствие вектора развития компании принятой стратегии по всем ее составляющим. В случае выявления несоответствия анализ факторов и причин позволяет скорректировать показатели эффективности подразделений и персонала на ближайшую перспективу.

Компания считает, что качество стратегического управления и бизнес - планирования компании признается удовлетворительным, если её конкурентная позиция и качество стратегического управления и бизнес - планирования по совокупности оценены как удовлетворительные.

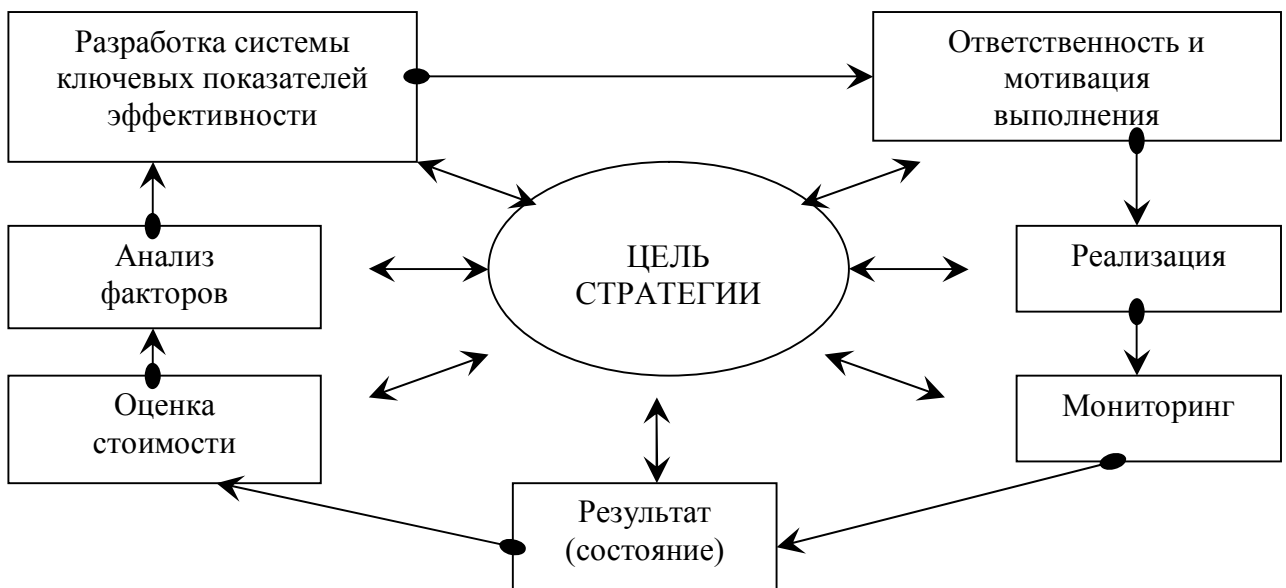


Рисунок 3- Место стратегии в системе управления компанией

На наш взгляд, из опыта применения стратегического планирования зарубежными и отечественными предприятиями можно сделать следующие выводы:

- парадигма стратегического управления сама по себе не является панацеей успеха бизнеса и не гарантирует успешного организационного развития, хотя и привносит в управление организацией определенную целесообразность;
- в компаниях, не имеющих четко сформулированной стратегии функционирования, развитие идет эволюционным путем, тогда как в организациях, управляемых в соответствии со стратегическим планом, развитие происходит революционно;
- ни разработка и осуществление эффективной стратегии, ни успешные организационные изменения невозможны, если у организации нет функционирующего механизма обучения и управления организационными знаниями. «Знания быстро превращаются в определяющий фактор производства, отодвигая на задний план капитал и рабочую силу», - П. Друкер [1].

Разработка стратегии - это внутрифирменный проект. Следовательно, при разработке стратегии надо использовать все принципы управления проектами [3]:

- фиксированный срок разработки стратегии;
- фиксированный и утвержденный бюджет по разработке стратегии;
- план-график всех этапов и работ, учет неопределенности, риска;
- наличие проектной команды, занимающейся разработкой стратегии, назначение руководителя проекта;
- наличие контрольных точек для мониторинга хода разработки стратегии и соответствия хода работ по плану-графику;
- лидирующая роль основных акционеров и руководства корпорации в работе проектной команды;
- вовлеченность и информированность всего коллектива сотрудников;
- учет факторов формирования стратегии и всего разнообразия инструментов.

Необходимо различать процесс разработки стратегии, который заканчивается разработкой внутрифирменного документа и его утверждением на собрании акционеров или Совете директоров, и процесс стратегического управления, заключающийся в реализации стратегии и ее непрерывной корректировке.

Практика сформулировала разные подходы к разработке стратегии:

- традиционный;
- подход, учитывающий неопределенность бизнес - среды.

Традиционный подход основан на микроэкономической модели отрасли (модель 5 конкурентных сил Портера), которая объединяет внешние силы, воздействующие на отрасль, с внутренними. Используются три основных достаточно сильных допущения:

- 1) отрасль состоит из не связанных между собой, слабо зависимых друг от друга покупателей, продавцов, конкурентов, взаимодействующих между собой на значительном расстоянии;
- 2) прибыль получают те компании, которые создают барьеры своим конкурентам (конкурентные, структурные преимущества);
- 3) низкая степень неопределенности позволяет делать достаточно точные прогнозы относительно поведения конкурентов и выбирать стратегию.

Однако в действительности оценить будущее очень сложно. И большинство руководителей именно этим объясняет свое нежелание разрабатывать стратегию и вообще заниматься стратегическим менеджментом.

С нашей точки зрения, секрет разработки успешной стратегии состоит в том, чтобы выяснить, насколько неопределенна окружающая обстановка, в связи с чем следует выделить четыре уровня неопределенности.

На первом уровне еще действует традиционная микроэкономическая модель, и разработчики стратегии могут сформулировать для себя один полезный прогноз на будущее. Это не отрицание неопределенности, а подтверждение того, что анализ должен быть достаточно глубоким, чтобы на его основе можно было найти ясное стратегическое направление, после этого можно провести соответствующий анализ чувствительности.

На втором уровне неопределенности результаты анализа показывают, что в перспективе ситуация будет меняться в соответствии с одним из нескольких отличных друг от друга сценариев, хотя не известно с каким именно. Поскольку число сценариев на этом уровне неопределенности обычно невелико, то, в общем, стратегию можно вывести аналитическим путем.

На третьем уровне господствует непрекращающаяся неопределенность. Хотя число ее аспектов ограничено, будущее уже нельзя свести к нескольким отдельным сценариям. Реальность может находиться в любой точке континуума.

Так, например, внедрение многих новых технологий наталкивается на неопределенность темпов принятия их рынком. На четвертом уровне наблюдается истинная

неоднозначность, подразумевающая наличие целого ряда аспектов непрекращающейся неопределенности.

Рассмотрим ситуацию, когда в 1992 году инвесторы из многих стран решали - вкладывать средства в Россию или нет. Помимо необычной степени неопределенности спроса компаниям пришлось бы разбираться с неопределенностью, касающейся договорного права, права заключения контрактов и даже того, выживут ли завтра сегодняшние поставщики и дистрибьюторы.

Эти дифференциальные уровни неопределенности требуют соответствующего анализа ситуации. На первом уровне полностью подходят традиционные схемы. На втором для определения стратегии будут необходимы проработка сценариев, применение теории количественных игр и опционного ценообразования. На третьем и четвертом уровнях неопределенности потребуется теория качественных игр, анализ скрытого спроса и применение эволюционных моделей.

Последние десять лет ознаменовались проявлением действия факторов, позволяющих сформулировать новые модели отраслей, которые можно классифицировать по следующим признакам:

-поведение участников отрасли: традиционно слабо зависимые, привилегированные отношения, взаимозависимые отношения;

-источники преимуществ: конкурентные (структурные) преимущества, передовые методы реализации, глубокие знания и понимание.

Сочетание перечисленных признаков исчерпывает варианты (модели) функционирования бизнеса в современной бизнес - среде.

Новые подходы к описанию отрасли и компании позволяют дать новое определение стратегии: стратегия - это набор решений, которые направляют и формируют последующие действия компании, которые не так просто изменить после принятия и которые оказывают самое большое влияние на достижение компанией своих стратегических целей [6].

Таким образом, в современном деловом мире разработчики стратегий должны учитывать намного более широкий спектр отраслевых структур и основ получения преимуществ перед конкурентами, а также более высокий уровень неопределенности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Друкер, П.Ф. Эффективное управление [Текст] / П.Ф. Друкер. – М.: Гранд. – 2001. – 358 с.
2. Каплан, Р. Сбалансированная система показателей [Текст] / Р. Каплан, Д. Нортон. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2003. – 198 с.
3. Мазур, И.И. Управление проектами [Текст] / И.И. Мазур, В.Д. Шапир. - М.: Высшая школа, 2001. – 216 с.
4. Минцберг, Г. Школа стратегий [Текст] / Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Дж. Лэмпел. - СПб: Питер, 2001. – 402 с.
5. Каменская, Н.Ю. Краткосрочная и долгосрочная стратегия фирмы: Учебно-методическое пособие [Текст] / Н.Ю. Каменская. - Новосибирск: СибАГС, 2000 - с.27
6. Койн, Кевин. Как упорядочить процесс разработки стратегии [Электронный ресурс] / McKinsey: Internet resource: www.cfin.ru/management/strategyprocess.shtml

Соколова Наталья Николаевна

Орловский государственный институт экономики и торговли

302020, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Кандидат экономических наук, старший преподаватель

Тел.: дом. 72-54-79; сот. 8-960-648-39-30

E-mail: persik101@rambler.ru

ОВСЯНИКОВА И.В., СКОБЛЯКОВА И.В.

ИНФОРМАЦИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РЕСУРС

Исследование информации как экономического ресурса, выявление ее роли и возможностей использования в экономике являются актуальной, сложной проблемой, стоящей перед экономической теорией.

Информационные ресурсы, информационные технологии и информационная инфраструктура в совокупности образуют информационное пространство современного общества.

Ключевые слова: *информационные: ресурсы, технологии, инфраструктура, пространство*

Information research as economic resource, its role and possibilities of using in economics are actual and complicated problems facing the theory of economics.

Information resources, technologies and infrastructure all together make information space of modern society.

Key words: *the information, resources, technologies, an infrastructure, space*

В последние десятилетия основной причиной принципиально новых явлений и процессов в экономике является начало и развитие «информационной революции», ведущей к становлению новой экономической системы. Происходит замещение машинной техники как главного производственного ресурса индустриальной эпохи информацией, знанием, интеллектом. Растущая автоматизация процессов материального производства позволяет сконцентрировать трудовые усилия на сфере интеллектуального производства, создания информационного ресурса.

Понятие информации является очень емким, оно относится к группе общенаучных категорий и занимает важное место в различных науках: электронике, физике, биологии, психологии, экономике, социологии и других. С точки зрения исследования участия информации в экономической деятельности и ее влияния на экономические процессы и явления, наиболее соответствующим представляется следующее определение информации: *информация* – это средство снижения неопределенности и риска, способствующее реализации определенных целей субъекта. В данном определении учитывается возможность информации приносить различные выгоды путем снижения неопределенности в отношении текущей ситуации и ее изменения в будущем.

Информация как средство снижения неопределенности используется в различных теориях и концепциях, например, в теории информации К. Шеннона или теории прибыли Ф. Найта, но в разных контекстах [7].

Следует отметить, что информация может снижать неопределенность, но не представлять ценность для экономического агента из-за отсутствия потребностей, которые могла бы удовлетворить данная информация. Поэтому следует дополнить определение информации ее способностью обеспечивать достижение целей.

Формы существования информации в экономике разнообразны – она материализуется в различных предметах, в средствах труда, существует в неовещественной форме, в виде информационных ресурсов, продуктов и услуг, знаний людей.

Понятия знания и информация следует отделять друг от друга. Знания являются переработанной информацией, они отражают связь между явлениями, выявленные закономерности и отвечают на вопросы «как?», «почему?» и т. п., в то время как информация дает ответ на вопросы «кто?», «когда?», «где?» [3]. Информация, как и знания, представляют собой разновидность экономических благ, они удовлетворяют потребности индивидов, используются в качестве экономических ресурсов, поскольку при всем изобилии

информации существуют факторы, ограничивающие как возможности ее получения и создания новых знаний, так и возможности ее использования.

Более сложным представляется вопрос об отнесении информации к разряду общественных или частных благ. В зависимости от форм существования, содержания информация может выступать в различном качестве. При этом границы разграничения конкретной информации, знаний на общественное и частное благо весьма размыты, что существенно затрудняет регулирование отношений в области спецификации и защиты собственности.

В этом аспекте рассмотрения одним из наиболее адекватных критериев [7] является возможность коммерциализации информации, экономически выгодного ее использования. Так, информация и знания, овеществленные в средствах труда, других предметах выступают в качестве объекта собственности, в то время как знания, накопленные предыдущими поколениями, относятся к благам общественным. Информация как экономическое благо обращается в экономике как товар (информационных продуктов, услуг), а также как ресурс, используемый в процессе хозяйственной деятельности.

К информационным ресурсам относятся: программное обеспечение, базы данных, образовательные услуги, консультирование, результаты НИОКР и т.д. В процессе создания основным средством производства выступает интеллект, который представляет собой способность человека создавать новые знания. Отсюда проистекает особая субъективность процесса информационного производства, характерным проявлением которой является отсутствие жесткой зависимости между затратами и результатом производства новой информации и знаний.

В целом, в результате интеллектуальной деятельности создается уникальный продукт, который приносит доход ее создателю в процессе тиражирования (распространения материальных носителей с созданной информацией) или овеществлении в товарах, средствах производства, технологиях. Для осуществления информационного производства требуется исходное сырье – информация и ранее созданные знания.

Как экономический ресурс информация обладает рядом особенностей, отличающих ее от традиционных факторов производства – земли (природных ресурсов), труда, капитала. Наиболее значимыми свойствами информации являются непотребляемость в процессе использования, самовозрастание в процессе потребления, особая неопределенность ее полезности, отсутствие зависимости между исходным объемом знаний и объемом нового созданного знания, высокая мобильность, как в пространстве, так и в плане перетекания из одних наук в другие без потери актуальности.

Важно отметить, что информации как экономическому ресурсу присуща дихотомия распространенности и редкости [6]. С одной стороны, информация легко тиражируема, не уничтожается, а, напротив, самовозрастает в процессе потребления. В то же время, она является редким ресурсом благодаря уникальности процесса ее производства и использования, главным субъектом которого выступает человек. В настоящее время наиболее актуальной является проблема сильного информационного давления на людей, которое усиливается с ускорением процесса накопления информации, а также распространение методов деструктивного информационного воздействия, ведущего к негативным последствиям. Накопленные объемы информации и знаний не успевают перерабатываться, создаются большие массивы ненужной (по крайней мере, в настоящий момент) и дублирующей информации.

Но наряду с этим существует потребность в знаниях, которые помогут преодолеть многочисленные нерешенные сегодня проблемы в различных областях экологии, медицины и других. В функционировании информации как экономического ресурса особое значение имеют технические и технологические аспекты ее использования и обращения в экономике.

Развитие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и компьютерной техники открыли новые возможности целенаправленного использования информации и знаний в экономике, выявили резервы прогрессивного развития. "Как и любой другой

ресурс, информация полезна только в том случае, если мы можем доставить ее туда, где она необходима" [5]. Развитие технологий сбора, обработки, накопления и распространения информации, организации процесса коммуникаций послужили стимулом к появлению и повсеместному распространению новых форм организации бизнеса в целом и отдельных бизнес-процессов.

Виртуальные компании, сетевые организации в своей деятельности базируются на эффективной организации информационных взаимодействий, создании и накоплении знаний, баз данных, обмене знаниями, позволяющих им достигать преимуществ в области инноваций, что обеспечивает высокий уровень конкурентоспособности. Информация как экономический ресурс используется в различных направлениях, результатом является многообразие форм воплощения и путей создания стоимости.

Среди основных направлений следует выделить следующие: коммерциализация информации в товарах, услугах, технологиях (создание наукоемкой продукции, интеллектуальных товаров, информационных услуг, разработка новых технологий производства и управления и т. д.); воздействие на субъективные восприятия и ожидания экономических субъектов.

Информационные ресурсы содержат в себе резервы повышения производительности, оптимизации использования прочих ресурсов. Они становятся все более значимыми ресурсами в современной экономике, именно они представляют собой важный объект приложения интеллектуальных усилий.

ИКТ, компьютерная техника являются специфическими машинами нового этапа экономического развития – информационного, предопределяя возможности и эффективность использования информации. В то же время «скорость, с которой развивается технология в обществе, определяется относительным уровнем его способности усваивать и обрабатывать информацию» [6]. Повышение значимости и повсеместное распространение в качестве экономических ресурсов информации и знаний ведут к разнообразным положительным эффектам, к экономии ресурсов, снижению нагрузки на окружающую среду, расширению возможностей людей.

Информационная нагрузка на людей может оказывать деструктивное влияние на них, происходит все более жесткое и целенаправленное использование методов информационного воздействия. Кроме того, исследование информации как экономического ресурса, выявление ее роли и возможностей использования в экономике являются наиболее актуальными, сложными проблемами, стоящими перед экономической теорией.

Продолжающийся процесс информатизации, накопление опыта производства информационной продукции, расширение границ применения информации в экономике обуславливают постоянное обновление теоретических и практических основ функционирования информации.

Информационные ресурсы, информационные технологии и информационная инфраструктура в совокупности образуют информационное пространство современного общества. Информационное пространство является системообразующим фактором всей общественной жизни, фундаментальным основанием политики современных государств и одновременно средой реализации права информационной собственности во всех его проявлениях.

Интеллектуальная собственность как социальный институт функционирует в различных режимах: в качестве нормоценностной системы как свод законов и нормативных актов; как ряд установлений и организаций (НКО), проводящих мероприятия в защиту авторских и иных прав, организующих общественные кампании; как деятельность СМИ, направленная на формирование положительных установок общественного мнения в отношении интеллектуальной собственности; как образовательная и воспитательная деятельность образовательных учреждений и т. д.

Вместе с тем интеллектуальная собственность остается малоэффективной формой защиты интересов творческой элиты, создателей и обладателей творческого продукта. Эта

сфера регулируется системой права и практикой его применения, нормами общественной морали и ее состояние характеризует общий уровень общественного сознания. Современная Россия обладает богатыми интеллектуальными ресурсами и является поставщиком (экспортером) интеллекта в другие наиболее развитые страны мира (феномен «утечки мозгов»), но одновременно оказывается в роли импортера продуктов интеллектуальной собственности. Институциональный подход в сфере изучения интеллектуальной собственности базируется на учете ментальных, национальных и региональных аспектов ее адаптации и включенности в систему социально-нравственных отношений социума. Повышение роли интеллектуальной собственности в современном обществе во многом определяет динамику социального статуса социальных групп, производителей интеллектуального продукта в обществе.

Следует также отметить немаловажную роль выявления факторов, связанных с преобладанием абстрактного восприятия феномена интеллектуальной собственности в профессиональной среде, в «кругах» актуальных и потенциальных производителей, обладателей, владельцев и правопреемников ее различных продуктов.

Судьба защиты прав интеллектуальной собственности в России во многом определяется состоянием правосознания различных социальных групп и характером национального менталитета. В стране, где традиционно для большинства ее населения «законы если и писаны, то не читаны, если читаны, то не поняты, если поняты, то не так» юридические инновации приживаются с трудом, эффективность их функционирования оставляет желать лучшего. Поэтому исключительно актуальным является исследование механизмов сдерживания новых «правил игры», внедренных и эффективных в других обществах. Все это позволяет считать изучение феномена интеллектуальной собственности исключительно актуальным в практическом отношении [4].

В настоящее время научная общественность, государственные структуры, а также бизнесмены проявляют повышенное внимание к феномену интеллектуальной собственности, он оказывается в центре внимания средств массовой информации, образовательных технологий и практики правотворчества. За истекшее десятилетие в российском законодательстве появились важные нормативные акты, регулирующие отношения интеллектуальной собственности: - Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон «Об авторском праве и смежных правах», Патентный закон Российской Федерации, Федеральный закон «О правовой охране программ для ЭВМ и баз данных», Закон РСФСР «О средствах массовой информации», Федеральный закон «О селекционных достижениях», Федеральный закон «О правовой охране топологий интегральных микросхем», а также ряд подзаконных нормативных актов [1].

Сегодня становится все более очевидным, что интеллектуальная собственность это феномен, который не только включает в себе правоотношения, но и имеет более широкое содержание, включающее социальные, экономические, нравственно-этические элементы. Очевидно, что отношения интеллектуальной собственности во многом определяются культурно-историческими, ментальными характеристиками российского социума.

Формирование рынка интеллектуальной собственности является на сегодняшний день одним из главных направлений развития российской рыночной экономики. В то время, когда во всем мире идет активная торговля результатами интеллектуальной деятельности, а продукция многих компаний отличается лишь товарными знаками, в России этот сегмент рынка только начинает развиваться. Во многих отечественных компаниях до сих пор не уделяется должного внимания работе в области интеллектуальной собственности. Как показывает опыт наиболее динамично развивающихся фирм, обладание и грамотное управление сбалансированным пакетом объектов интеллектуальной собственности как раз и дает преимущество на рынке, ограничивая возможности конкурентов и, в конечном счете, обеспечивает компаниям возможность получать сверхприбыли.

Это связано, в первую очередь, с перспективой при помощи неденежного имущества увеличивать уставный капитал предприятий и фирм, интегрироваться с российскими и

зарубежными партнерами для создания совместных предприятий, продажи лицензий, уступки прав или вклада в уставный капитал. Появляется возможность получать доход, не занимаясь производством (лицензионная торговля), ограничивать возможности конкурентов.

Рынок интеллектуальной собственности и связанных с ним услуг можно условно разделить по следующим направлениям:

- создание объектов интеллектуальной собственности (разработка, патентование и регистрация объектов промышленной собственности, выявление «ноу-хау», авторские права);
- правовое сопровождение использования объектов интеллектуальной собственности на рынке (заключение договоров, защита прав патентообладателей, в том числе в Апелляционной палате, Высшей патентной палате, арбитражных судах и т.п.);
- оценка интеллектуальной собственности (при введении в хозяйственный оборот, при передаче всех прав или части прав на объекты интеллектуальной собственности, при определении авторских вознаграждений, расчете ущерба и др.);
- страхование интеллектуальной собственности (от риска потерь, от юридического преследования, риска появления на рынке контрафактной (пиратской) продукции и др.).

Надо отметить, что приведенная сегментация рынка интеллектуальной собственности является условной. Тем не менее, в случае недостаточной развитости хотя бы одного из укрупненных сегментов рынок в целом теряет свою привлекательность как для владельцев прав на объекты интеллектуальной собственности, так и для потенциальных инвесторов. Ведь при отсутствии адекватной защиты прав на объекты интеллектуальной собственности их создание теряет смысл. Главное в процессе патентования и регистрации объектов промышленной собственности - не сам охранный документ, а те права, которые он обеспечивает, и которые, в случае необходимости, можно не только предъявить, но и отстаивать в соответствующих инстанциях.

Что касается оценки в области интеллектуальной собственности, то одного лишь (пусть и грамотного) правового сопровождения недостаточно для успешного развития рынка интеллектуальной собственности. Это связано в большинстве случаев с недооценкой предприятиями важности своей интеллектуальной собственности, отсутствием информации о том, какой потенциальный доход скрывают в себе их патенты и свидетельства. Многие предприятия продолжают по традиции патентовать разработанные в собственном производстве изобретения, но забывают при этом ставить их на баланс. А когда у предприятия появляется возможность и необходимость уступить патент или предоставить на него кому-либо лицензию, оказывается, что объект интеллектуальной собственности у него вроде бы и есть, а продать в требуемый момент времени оно его не может, необходимо сначала поставить охранный документ на учет [2].

В этой связи возникает вопрос, по какой стоимости ставить на учет объекты интеллектуальной собственности. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» ПБУ 14/2000 от 16 октября 2000 года в зависимости от того, каким образом нематериальные активы оказались у организации, их первоначальная или балансовая стоимость может определяться следующими способами. В случае приобретения нематериальных активов по договору уступки прав первоначальная стоимость нематериальных активов определяется как «сумма фактических расходов на приобретение, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов». К фактическим расходам могут быть отнесены следующие суммы: суммы, уплачиваемые в соответствии с договором уступки (приобретения) прав правообладателю (продавцу);

- суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением нематериальных активов;
- регистрационные сборы, таможенные пошлины, патентные пошлины и другие аналогичные платежи, произведенные в связи с уступкой (приобретением) исключительных прав правообладателя;

- невозмещаемые налоги, уплачиваемые в связи с приобретением объекта нематериальных активов;
- вознаграждения, уплачиваемые посреднической организацией, через которую приобретен объект нематериальных активов;
- иные расходы, непосредственно связанные с приобретением нематериальных активов.

В случае самостоятельного создания нематериальных активов их первоначальная стоимость определяется как «сумма фактических расходов на создание, изготовление (израсходованные материальные ресурсы, оплата труда, услуги сторонних организаций, патентные пошлины, связанные с получением патентов, свидетельств, и т.п.), за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов». В том случае, когда нематериальные активы вкладываются в уставный капитал, их первоначальная стоимость определяется, «исходя из их денежной оценки, согласованной учредителями (участниками) организации», которая может быть установлена путем определения рыночной стоимости нематериальных активов. Но надо иметь в виду, что все это применимо только для тех нематериальных активов, владельцем которых является организация.

Когда правообладателем на изобретение, промышленный образец или полезную модель является сотрудник организации, этот объект интеллектуальной собственности целиком и полностью принадлежит именно ему, и организация не имеет никаких прав распоряжаться данным объектом интеллектуальной собственности, если права на объект сотрудник приобрел законным путем.

Что же касается продажи нематериальных активов, то надо учитывать, что стоимость, по которой эти активы были поставлены на баланс, может не совпадать со стоимостью возможной продажи этих активов. Единственное, для чего может быть использована балансовая стоимость какого-либо нематериального актива, так это для определения минимальной цены сделки с этим активом, но, зачастую, балансовая стоимость нематериального актива и его рыночная стоимость отличаются на несколько порядков.

В целом, проведение независимой оценки интеллектуальной собственности в России имеет рекомендательный характер, кроме случаев, предусмотренных законодательством, а именно:

- при вовлечении в любую сделку прав на объекты интеллектуальной собственности, принадлежащих полностью или частично Российской Федерации, субъектам Российской Федерации либо муниципальным образованиям;
- при возникновении спора об исчислении налогооблагаемой базы;
- в случае, если номинальная стоимость прав на объекты интеллектуальной собственности как вклада учредителя в уставный фонд организации, учрежденной как общество с ограниченной ответственностью, составляет более двухсот минимальных размеров оплаты труда, установленных федеральным законом на дату предоставления документов для государственной регистрации;
- когда номинальная стоимость прав на объекты интеллектуальной собственности, вносимых на оплату акций и иных ценных бумаг организации составляет более двухсот установленных федеральным законом минимальных размеров оплаты труда;
- при безвозмездном получении организацией прав на объекты интеллектуальной собственности;
- при совершении бартерных сделок, когда предметом таких сделок являются права на объекты интеллектуальной собственности.

Во всех остальных случаях (определение стоимости интеллектуальной собственности при уступке прав, определение формы и величины лицензионных платежей, определение страховой или залоговой стоимости и др.) привлечение независимого оценщика имеет необязательный характер.

Действующие оценочные организации, профессионально занимающиеся вопросами интеллектуальной собственности, используют в своих расчетах как принятые на международном рынке методы, так и собственные наработки, основанные на практическом опыте компаний в области оценки. В отношении такого сегмента рынка, как страхование интеллектуальной собственности, надо признать, что этот вид страхования в России на сегодняшний день практически отсутствует, тогда, как на Западе данный вид услуг достаточно хорошо развит.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базы данных России: Каталог. Вып. 1-9 - М.: ФГУП НТЦ «Информрегистр». 1993-2002.
2. Евдокимов, В.Д. Перспективы развития и внедрения инфокоммуникационных технологий на промышленных предприятиях [Текст] / В.Д. Евдокимов // Известия ОрелГТУ Серия «Социально-экономические и гуманитарные науки» . – 2008. – №3. – С. 60-64
3. Информационное письмо Роспатента от 10 декабря 1997 года «О порядке выплаты вознаграждения за использование изобретений, промышленных образцов, полезных моделей и рационализаторских предложений»
4. Концепция использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 года, одобренная распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 сентября 2004 г. № 1244-р [Электронный ресурс]. www.mis.ru/mis/print.php?pid=35635.
5. Концепция региональной информатизации до 2010 года, одобренной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 июля 2006 г. № 1024-р [Электронный ресурс]. www.procontent.ru/release/280.html
6. Постановления Правительства Российской Федерации от 12 июля 1993 года № 648 и от 14 августа 1993 года № 822 [Электронный ресурс]. www.e-rus.ru/site.
7. ФЦП «Электронная Россия (2002-2010 годы)» в новой редакции, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 2006 г. № 502 [Электронный ресурс]. www.e-rus.ru/site.shtml?id=7&n_id=6631.

Овсяникова Ирина Васильевна

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское ш., 29
Старший преподаватель кафедры «Прикладная математика и информатика»
Тел.: +7(0862)41-98-34
E-mail: admin@ostu.ru

Скоблякова Ирина Васильевна

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское ш., 29
Доктор экономических наук, доцент кафедры «Экономической теории и персонала»
Тел.: +7(0862)41- 95-04
E-mail: admin@ostu.ru

Попова Л.В., Дрожжина И.А., Маслов Б.Г.

Оценка и налогообложение недвижимого и другого имущества предприятий: методика и практика: учебно-методическое пособие. – М.: Дело и Сервис, 2009. – 512 с.

Гриф УМО

В учебно-методическом пособии представлены теоретические и практические аспекты оценки недвижимого и другого имущества предприятий различных форм собственности доходным, сравнительным и затратным подходами. На примерах показаны современные методы проведения оценки различных объектов. Рассмотрена методика исчисления имущественных налогов с организаций в историческом разрезе и на современном этапе, а также проведен анализ зарубежного опыта налогообложения имущества.



ОРЛОВ А.Н.

МЕСТО СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Статья посвящена изучению стимулирования сбыта как одного из элементов комплекса маркетинговых коммуникаций. Представлены взгляды специалистов, связанных с проблемами продвижения продукции, а также достоинства и недостатки использования различных инструментов продвижения.

Ключевые слова: *сбыт, маркетинговые коммуникации, инструменты продвижения продукции*

This article is devoted to the study of marketing as a part of a set of marketing communications. We present the views of professionals involved with the problems of product, as well as the advantages and disadvantages of using various tools provided.

Key words: *sale, marketing communications, tools of advancement of production*

В последние годы одновременно с возрастанием роли маркетинга увеличилась роль маркетинговых коммуникаций. Недостаточно иметь хорошие продукты и услуги. Для увеличения объемов их продаж и получения прибыли нужно донести до сознания потребителей выгоды от использования продуктов и услуг. Маркетинговые коммуникации позволяют осуществлять передачу сообщений потребителям с целью сделать продукты и услуги компаний привлекательными для целевой аудитории. Действительно, эффективные коммуникации с потребителями стали ключевыми факторами успеха любой организации.

С каждым годом увеличивается значение такого коммуникационного инструмента, как стимулирование сбыта, хотя, по нашему мнению, а также согласно современным требованиям маркетинга, все маркетинговые инструменты должны использоваться в комплексе.

Применение того или иного средства комплекса маркетинга во многом зависит от конкретной рыночной ситуации, от характеристик самой фирмы и целей ее маркетинговой деятельности.

В целом же ключ к правильному решению проблемы формирования эффективного комплекса маркетинговых коммуникаций лежит в системном, комплексном восприятии всей рыночной деятельности фирмы. Необходимо четкое понимание того, что реклама и другие коммуникации – это один из элементов маркетинга. Только системный маркетинговый подход, осознание приоритета нужд потребителя позволит сформировать по-настоящему действенный комплекс маркетинговых коммуникаций.

Принципиально важным этапом в решении рассматриваемой проблемы стала сформулированная американским маркетингологом Д. Шульцем концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК).

По определению Американской ассоциации рекламных агентств интегрированная маркетинговая коммуникация - это концепция планирования маркетинговых коммуникаций, исходящая из необходимости оценки стратегической роли их отдельных направлений (рекламы, стимулирования сбыта, публичных рилейшнз и др.) и поиска оптимального сочетания для обеспечения четкости, последовательности и максимизации воздействия коммуникационных программ посредством непротиворечивой интеграции всех отдельных обращений [1].

Как видим, концепция ИМК предполагает решение двух взаимосвязанных проблем:

- 1) создание системы коммуникационных посланий с использованием различных средств СМК, которые не противоречили бы друг другу, которые бы координировались между собой, формируя единый благоприятный образ коммуникатора;
- 2) главной целью ИМК является максимизация эффективности маркетинговых

коммуникаций посредством поиска оптимальных комбинаций основных и синтетических средств СМК, а также отдельных приемов и инструментов каждого из этих средств.

Три главных вопроса (и три главных принципа) стратегии ИМК, по мнению Дж. Росситера и Л. Перси, выглядят таким образом [6]:

1. Интеграция выбора: как наиболее эффективно сочетать средства рекламы и стимулирования сбыта для достижения целей коммуникации?

2. Интеграция позиционирования: каким образом каждый из видов рекламных коммуникаций и связанное с продвижением рекламное обращение могут быть согласованы с позиционированием марки с точки зрения их синергического взаимодействия?

3. Интеграция плана-графика: в каких точках маркетинговых каналов РС достигают покупателей и, возможно, увеличивают скорость принятия решений в пользу нашей торговой марки?

Таким образом, можно сделать вывод о том, что проблемы формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций выходят далеко за рамки стратегии маркетинговых коммуникаций, непосредственно затрагивая другие элементы комплекса маркетинга.

Для наиболее эффективного воздействия на целевую аудиторию и обеспечения действенной коммуникации, целесообразно разработать стратегии коммуникаций в рамках общих стратегий маркетинга.

Вся окружающая среда пронизана сложной системой коммуникаций: предприятие контактирует со своей клиентурой, различными финансовыми институтами, разными контактными аудиториями. Причем эти связи носят разнонаправленный и перекрестный характер. Задача предприятия состоит в формировании и поддержании его желаемого образа и продуктов.

В состав комплекса продвижения входят:

- личная продажа;
- стимулирование сбыта;
- связи с общественностью;
- реклама.

Каждому элементу системы стимулирования присущи специфические приемы и методы, однако все они преследуют одну цель - содействовать успешному осуществлению генеральной стратегии предприятия. Элементы комплекса стимулирования сбыта также называют каналами коммуникаций.

Под личной продажей понимают устное представление продукта с целью осуществления сделки, совершаемое посредством личного контакта представителя продавца и клиента. Высокая себестоимость этого инструмента делает целесообразным применение личной продажи только в тех сегментах, которые могут оправдать затраты: при обслуживании средних и крупных корпораций, а также высокообеспеченных лиц.

Стимулирование сбыта включает использование краткосрочных побудительных мотивов для оживления продаж отдельных услуг. Особое значение стимулирование сбыта приобретает при обслуживании розничной клиентуры.

Пропаганда (важнейшая составная часть публичных отношений) позволяет создать благоприятный образ банка посредством размещения достоверных сведений о его деятельности в средствах массовой информации. В отличие от рекламы пропаганда не требует непосредственной оплаты.

Реклама - это инструмент платного неличностного представления продукта и стимулирования спроса на него, а также создания имиджа банка и продвижения этих сведений до целевых аудиторий.

Стимулирование влияет на поведение потребителя, превращая его из потенциального в реального покупателя.

Есть операции по стимулированию сбыта, которые относятся к жесткому типу - существенное снижение цен, продажа дополнительного количества товара при неизменных

ценах. Это эффективно, если речь идет о коротком отрезке времени, но дорого обходятся производителю.

В настоящее время эти операции по стимулированию сбыта носят более мягкий характер (игры, конкурсы покупателей и пр.). Они более эффективны в создании позитивного имиджа товара.

Сочетание «жестких» и «мягких» методов стимулирования сбыта побуждает покупателя к совершению немедленной покупки и если стимулирование отвечает ожиданиям покупателя и согласуется со спецификой товара, то оно внушает потребителю симпатию, интерес и преданность с меньшими, по сравнению с рекламой.

Стимулирование сбыта может преследовать многие цели. Выбор зависит от того, на кого направлено стимулирование (целевая аудитория).

Потребитель, несомненно, обладает наибольшей значимостью. Вся политика маркетинга сводится к воздействию именно на потребителя. Широкий спектр приемов стимулирования сбыта был создан с единственной целью - самым эффективным образом привлечь потребителя к товару и удовлетворить его запросы.

Все многочисленные факторы, определяющие оптимальную структуру системы маркетинговых коммуникаций, можно объединить в следующие основные группы [2]:

1. Цели фирмы и используемые ею стратегии.

2. Тип товара или рынка.

3. Состояние потребительской аудитории.

4. Этап жизненного цикла рекламируемого товара.

5. Традиции, сложившиеся в коммуникационной политике фирмы и ее основных конкурентов.

Стимулирование сбыта - ключевой элемент маркетинговых коммуникаций, заключается в применении разнообразных, преимущественно краткосрочных, побудительных средств, призванных ускорить или увеличить продажи отдельных товаров или услуг потребителям или торговым предприятиям. Прежде необходимы были оригинальные идеи для дифференцирования марок, которые содействовали бы укреплению имиджа организации. Однако наличие ограничений на рекламную деятельность привело к перемещению акцентов в комплексе продвижения товаров на стимулирование сбыта. В то время как реклама приводит доводы в пользу покупки товара / услуги, стимулирование сбыта объясняет, почему это надо сделать немедленно [5].

Стимулирование сбыта включает в себя широкий спектр средств, призванных вызвать более быструю или более сильную ответную реакцию со стороны рынка. Оно может быть направлено на три уровня дистрибьюторской цепи: потребитель, оптовый или розничный торговец, отдел сбыта компании.

Стимулирование потребителя включает в себя бесплатные образцы товара, купоны, скидки, конкурсы и прочее. Стимулирование торговли - оптовые скидки, бесплатные товары, совместная реклама, конкурсы среди дилеров, бесплатное обучение. Стимулирование собственного торгового персонала состоит из премий, комиссионных, подарков и соревнований.

Цели стимулирования сбыта, направлены на поощрение постоянных покупателей (укрепление лояльности), привлечение новых (переключение спроса, создание новой лояльности) и поощрение случайных покупок.

Тенденция последних лет в области продвижения продуктов заключается в увеличении затрат на стимулирование сбыта по сравнению с затратами на рекламу. Пятнадцать лет назад соотношение между затратами на рекламу и стимулирование сбыта составляло в среднем 60:40. В настоящее время производители потребительских товаров тратят на стимулирование сбыта 60 - 75% от бюджета на продвижение [4].

Стремительному увеличению расходов на стимулирование сбыта, особенно на потребительских рынках, способствовал ряд факторов:

1) Все чаще руководство компаний воспринимает стимулирование сбыта как

эффективное средство повышения уровня продаж. Менеджерам товарных марок постоянно приходится думать об увеличении продаж. На сформировавшихся рынках производители пытаются удержать свою долю рынка с помощью комплексного использования рекламы, обеспечивающей длительное воздействие на потребителей, и мероприятий по стимулированию сбыта, дающих быстрый, но кратковременный эффект.

2) Конкуренция между компаниями растет, и потребителям все сложнее различать конкурирующие торговые марки. Фирмы усиливают стимулирование, и потребители начинают лучше ориентироваться в их товарах.

3) Произошло снижение эффективности рекламы из-за увеличения ее стоимости, чрезмерной насыщенности средств распространения информации рекламными сообщениями и законодательных ограничений использования мероприятий по стимулированию продаж вместе с другими видами коммуникаций, такими как, прямая почтовая рассылка, может обеспечить более эффективное воздействие на целевых потребителей.

4) Продавцы требуют от производителей все больших уступок.

5) Достижения в области информационных технологий, снижение расходов на сбор базы данных и ее обработку, использование индивидуального подхода к выбору средств продвижения товаров облегчили проведение мероприятий по стимулированию сбыта и создали возможности для более эффективной оценки и контроля за деятельностью в этом направлении [3].

Популярность стимулирования определяется его способностью активизировать процесс продажи, однако, если пользоваться этими приемами необоснованно, то полученный результат может разочаровать, а то и принести убытки. Стимулирование сбыта содействует кратковременному увеличению объема сбыта, поэтому воздействие этого приема должно быть ограничено во времени. Именно этим приемами стимулирования сбыта отличаются от скидок, предлагаемых в рамках ценовой политики. Для обоснованного применения приемов стимулирования необходимо отметить область задач, для решения которых целесообразно их использовать:

1. Сглаживание временных колебаний сбыта.

2. Кратковременное привлечение внимания к фирме и ее товарам по случаю какого-либо события или в качестве противодействия акции конкурентов.

3. Поощрение и мотивация каких-либо действий со стороны потребителей или других субъектов (торговых посредников или собственного торгового персонала).

Его своеобразие по сравнению с другими средствами коммуникаций объясняется многими факторами:

1. Спецификой этого инструмента коммуникаций;

2. Эволюционностью технологии, мобилизующей воображение продавцов для обеспечения стимулирования самыми различными способами;

3. Быстротой воздействия на продажи товара на всех фазах его жизненного цикла.

Стимулирование сбыта имеет свои специфические особенности в отличие от остальных инструментов маркетинговых коммуникаций:

1. Дополняет предложения товара, создавая мотивацию к покупке именно в предлагаемый ограниченный период. Дополнительный стимул может стать той последней каплей, которая подтолкнет потребителя к совершению покупки.

2. Повышает информированность потенциальных потребителей, создавая благоприятные условия для пробы товара. Предлагая заманчивые цены или пробные образцы товара, мы тем самым предоставляем покупателям самую важную для них информацию - что собственно собой представляет товар.

3. Сочетание дополнительной мотивации и ограничения на период ее действия создает условие для быстрой реакции потребителей на предлагаемые стимулы. Быстродействие приемов стимулирования сбыта может соперничать только с приемами личных продаж, при этом требуя гораздо меньших усилий.

4. Предложения стимулирования сбыта не создают у потребителей впечатление

навязчивости, хотя частота их повторения может быть сопоставима с рекламой. Ненавязчивость стимулирования сбыта может сравниться лишь с действием паблик рилейшнз, но действие этих приемов оказывает большее влияние непосредственно на продажи.

5. Стимулирование сбыта создает условия для осуществления желаемого фирмой действия со стороны определенного субъекта. Если мы стремимся добиться осуществления покупки от потребителей, увеличения интенсивности усилий по сбыту от торгового персонала, более масштабных по объему покупок или особого размещения своего товара от торговых посредников, то имеет смысл предусмотреть проведение стимулирования.

Обобщая вышесказанное, можно дать следующее определение стимулирования сбыта - это инструмент продвижения (маркетинговых коммуникаций), который представляет собой систему побудительных мер и приемов, носящих, как правило, кратковременный характер и направленных на поощрение покупки или продажи товара [4]. Стимулировать означает «привести в движение». Такая задача ставилась перед стимулированием сбыта во все времена: вдохнуть жизнь в товар, чтобы успешно его продать на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Басовский, Л. Е. Реклама, стимулирование и пропаганда [Текст] / Л.Е. Басовский. Маркетинг. - М.: Инфра – М, 2005. – 276 с.
2. Бернет, Дж. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход [Текст] / Дж. Бернет, С. Мориарти, перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2001. – 864 с. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
3. Голубкова, Е. Н. Маркетинговые коммуникации [Текст] / Е. Н. Голубкова. - М.: Издательство «Финпресс», 2000. - 256 с.
4. Дейан, А., Троадек, А., Троадек, Л. Стимулирование сбыта [Текст] / Пер. с франц. Под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Издательский дом «Нева», М.: «ОЛМА-ПРЕСС Инвест», 2003. – 128 с.
5. Родин, Д.В. Исследование потребителя в системе маркетинга [Текст] / Д.В. Родин // Известия ОрелГТУ Серия «Социально-экономические и гуманитарные науки». -2008. - №4. – С. 102 – 109.
6. Росситер, Дж.Р. Реклама и продвижение товаров: пер. с англ. [Текст] / Под ред. Л.А. Волковой. – СПб: Питер, 2001. – 656с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).

Орлов Александр Николаевич

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское ш., 29
Аспирант кафедры «Экономика и менеджмент»
Тел.: (920) 088-22-44
E-mail: Orlov_Aleksandr@bk.ru

Попова Л.В.

Бухгалтерский управленческий учет: учебно-методическое пособие. – М.: Дело и Сервис, 2008.

Гриф УМО

В системе бухгалтерского учета дисциплина «Бухгалтерский управленческий учет» занимает ведущее место, являясь одной из профилирующих фундаментальных дисциплин, так как позволяет внутренним пользователям финансовой системы, заинтересованным в получении наиболее достоверной информации, полностью представить деятельность предприятия.

В учебно-методическом пособии раскрывается нормативно-правовая база регулирования управленческого учета, предусмотрены тестовые задания, а также представлен глоссарий.



Адрес учредителя журнала:

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 29
(4862) 43-48-90
www.ostu.ru
E-mail: nmu@ostu.ru

Адрес редакции:

Орловский государственный технический университет
302020, г. Орел, Наугорское шоссе, 40
(4862) 41-98-60
www.ostu.ru
E-mail: ecgum@ostu.ru

Технический редактор, корректор,
компьютерная верстка Е.Г. Дедкова

Подписано в печать 05.11.2009 г.
Формат 70x108 1/16. Усл. печ. л. 7,1.
Тираж 1000 экз.
Заказ № _____

Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе ОрелГТУ
302030, г. Орел, ул. Московская, 65