

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КУБАНСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ



ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ

Вестник
студенческого научно-творческого общества
КСЭИ:
материалы XVII Международной межвузовской
студенческой конференции
15 апреля 2014 г.

ВЫПУСК СТО ЧЕТВЕРТЫЙ

Краснодар, 2014

Редакционная коллегия:

О.Т. Паламарчук, доктор филологических наук,
кандидат исторических наук (ответственный редактор)
А.В. Жинкин, кандидат исторических наук (научный редактор)
Х.Ш. Хуако, кандидат экономических наук
Л.А. Прохоров, доктор юридических наук
Н.И. Щербакова, кандидат филологических наук
С.А. Ольшанская, кандидат психологических наук
Д.В. Петров, председатель Совета СНТО
О. Петрова, К. Кулага, студенты-члены Совета СНТО

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ. ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО
НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА КСЭИ:** материалы XVII
Международной межвузовской научно-творческой студенческой конфе-
ренции 15 апреля 2014г. / под науч. ред. А.В. Жинкина. Краснодар:
КСЭИ, 2014. – 113 с.

Настоящий, очередной вестник студенческого научно-творческого общества КСЭИ – сборник статей студентов-участников и докладчиков XVII Международной межвузовской научно-творческой студенческой конференции. В сборнике опубликованы материалы, посвященные современному состоянию экономики и менеджмента.

Печатается по решению научно-методического и редакционно-издательского Советов КСЭИ.

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Антипушина Д.</i>	5
РОЛЬ ЛУКИ ПАЧОЛИ В СТАНОВЛЕНИИ УЧЕТА	
<i>Бакаев С.</i>	11
РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ И ЕГО ЭЛЕМЕНТЫ	
<i>Борисенко О.</i>	18
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ И ИХ ВИДЫ	
<i>Бурякова Е.</i>	24
БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА РОССИИ СЕГОДНЯ, ЕЁ ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ.	
<i>Ванифатов В.</i>	27
РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ИНОВАЦИОННЫХ ПРЕПРИЯТИЙ В РОССИИ	
<i>Гийев Х.</i>	34
ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РФ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	
<i>Гучетль А.</i>	38
АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ АУДИТА В РОССИИ	
<i>Даллакян М.</i>	46
ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ГОСТИНИЦ В КУРОРТНОЙ ЗОНЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ	
<i>Дорошенко В.</i>	49
БЕЗРАБОТИЦА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ	
<i>Каверда А.</i>	53
ПРОБЛЕМА ГЛОБАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СВЯЗЕЙ	
<i>Катаева В.</i>	57
ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ В XXI ВЕКЕ	
<i>Катаева В.</i>	62
МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА РЫНОК	
<i>Кирина Е.</i>	67
БИЗНЕС-ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА	
<i>Кислицына А.</i>	73
ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ В АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	

<i>Котлярова Ю.</i>	80
ПРОБЛЕМА СТРУКТУРИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	
<i>Кошевец А.</i>	85
НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ДОХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ	
<i>Мамий Б.</i>	90
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	
<i>Наниз М.</i>	96
ОСОБЕННОСТИ ВЕНЧУРНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ	
<i>Насибова А.</i>	102
ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ АКТИВОВ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ	
<i>Недбайло В.</i>	108
АУТСОРСИНГ КАК ИСТОЧНИК СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	

Д. АНТИПУШИНА
Н.р.: А.А. АДАМЕНКО

РОЛЬ ЛУКИ ПАЧОЛИ В СТАНОВЛЕНИИ УЧЕТА

Бухгалтерский учёт является неотъемлемой частью современной экономической системы. Если окунуться в историю, то покажется, что представления о деньгах и способе их учёта неразрывно связаны с существующим экономическим укладом. В Древней Руси в качестве денег использовались так же и разные предметы – меха и полотна. Отсюда, между прочим, и произошло всеми нами известное слово «оплатил». Средневековье же принесло новые представления о времени и пространстве, что повлияло не только на духовную и техническую, но и на экономическую жизнь (использование арабских цифр в математике и финансовой. Эти представления создали предпосылки для возникновения той формы бухгалтерского учёта, возникшие в эпоху Возрождения, которой мы пользуемся и по сей день. Развитие форм записи финансового состояния достаточно тесно переплетено с господствующими в данной культуре представлениями о числах и математике. Вполне естественно, что античность с её Евклидовскими представлениями мыслила категориями наличности, и не менее естественно, что новую форму оформления финансовой документации ввёл именно математик. Его звали Лука Пачоли.

Он родился в 1445 году в маленьком городке в Борго Сан-Сеполькро в Апенинах. В детстве он был отдан учеником в местный монастырь к художнику Пьеро делла Франческо. В 1464 году Пачоли переезжает в Венецию, где занимается воспитанием сыновей купца Антонио де Ромпиази. Именно в это время и происходит знакомство Пачоли с финансовой деятельностью. В 1470 году Пачоли переезжает в Рим, где заканчивает свой учебник коммерческой арифметики.

С 1477 года Пачоли десять лет преподаёт в университете Перуджи, где его научные и преподавательские способности были отмечены неоднократными повышениями зарплаты. Именно в это время Пачоли и написал свой основной труд – «Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita», одиннадцатой главой которого и был «Трактат о счетах и запи-

сях». В 1488 году Пачоли оставляет кафедру в Перудже и уезжает в Рим, где пять лет состоит в штате епископа Пьетро Валлетари. В 1493 году Пачоли переезжает в Венецию, где готовит к печати свою книгу, которая увидела свет в следующем году.

Именно Пачоли показал, что и в бухгалтерском учёте возможен научный подход. Он превратил бухучёт из полумагической практики в одну из отраслей точных наук. Это привело к тому, что многие великие люди Нового Времени, такие как Лейбниц и Кардано проявляли значительный интерес к теории бухгалтерского учёта.

Кроме того, Пачоли привнёс в бухучёт более совершенное представление о дробях, которые применялись в бухучёте того времени по причине использования одновременно нескольких валют, однако при проведении бухгалтерских операций они просто округлялись. Так же Пачоли дополнил методы бухгалтерского учёта представлениями о комбинаторике. Но, пожалуй, самым главным вкладом Луки Пачоли в методологию бухгалтерского учёта было представление о целостности системы, а также о том, что сходимость баланса есть признак гармонии системы. Гармония в то время понималась не только как эстетическая, но и как инженерная категория. Этот подход Лука Пачоли, скорее всего воспринял от Леонардо Да Винчи, который был его другом. Представление о гармонии у Леонардо было связано как с идеальными пропорциями «золотое сечение», так и с теми представлениями, которые в последствие нашло своё отражение в законе сохранения энергии. Рассмотрение торгового баланса с этих позиций позволило рассматривать всё предприятие как целостную систему.

Но при этом сам подход, предложенный Пачоли, предусматривал применение метода двойной записи счетов не только для отдельного торгового предприятия, но и для любого предприятия, и вообще для всей экономики. Получается, что сам подход, описанный Пачоли, предопределил развитие не только бухгалтерского учёта, но и экономической мысли. Да и не только экономической. Ибо представление о том, что из ничего, ничего не берётся, чуждое мистическим представлениям Средневековья, в эпоху Возрождения получила своё распространение в науке и искусстве. И в двойной записи счетов и сведениях балансов были воплощены те же принципы, что позднее легли в основу всех экономических учений. Более чем

примечательно, что этот подход в бухгалтерском учёте и экономике был принят гораздо более легко, чем законы сохранения в физике, принятие которых происходило не менее тяжело, чем арабских чисел в европейских финансах.

Но всё-таки труд Луки был, прежде всего, теоретической книгой. Поэтому в нём и не нашли отражения многие элементы бухгалтерского учёта встречавшиеся в то время. Перечислю их.

Учёт затрат в промышленности.

Ведение параллельных и дополнительных книг.

Ведение счетов лоро и ностро.

Ведение баланса в аналитических целях, так как уже тогда баланс составлялся не только для закрытия книги выверки записей, но и служил орудием контроля и управления.

Правила проверки и основы ревизии баланса.

Порядок резервирования хозяйственных средств и распределения результатов по смежным периодам.

Методики расчётов связанных с распределением прибыли.

Подтверждение отчётных данных инвентаризационными методами.

Отсутствие этих элементов свидетельствует, прежде всего, о недостаточном опыте работы в коммерции самого Пачоли. А так же, возможно, и о том, что он просто отбросил некоторые детали не совсем вписывавшиеся в его целостную систему.

Основными аргументами противников авторства Луки Пачоли является его недостаточный опыт работы в коммерческой сфере, наличие других, якобы существовавших в то время книг, с которых Пачоли просто переписал всё в свою книгу, а так же некоторые лингвистические особенности труда Пачоли. Оценить аргументацию, как сторонников, так и противников авторства Пачоли по последнему аргументу для меня достаточно затруднительно. Скажу лишь, что трактат был написан на смеси венецианского диалекта и латыни. Труд Пачоли является одной из первых книг, в которой итальянский язык употреблён как язык науки. Получается, что Пачоли так же внёс вклад в развитие и формирование современного итальянского языка. Что же касается первого аргумента, то Пачоли всё-таки имел определённый опыт работы в коммерции, который мог оказаться

вполне достаточным для написания трактата. Кроме того, собственно «Трактат о счетах и записях» является лишь одной из глав его математического труда, так что он при написании исходил не столько из конкретного опыта работы в торговле, сколько из общих принципов. Кроме того, использование комбинаторики так же свидетельствует о математическом образовании автора трактата.

Прежде всего, бухгалтерский учёт у Пачоли представлен как строго упорядоченная последовательность процедур. Наиболее полно процедурность отражается в принципах ведения трёх основных книг учёта. Мемориала – книги, в которой находят отражение все дела в хронологическом порядке. Ведению этой книги посвящена шестая глава трактата. Однако в последствие, когда вместо Мемориала стали использовать первичные документы, то возникла рассогласовка между тремя датами – датой выписки документа, датой совершения факта хозяйственной жизни и датой его регистрации. Другой книгой бухгалтерского учёта был у Пачоли – Журнал. Это была книга только для внутреннего пользования. В неё заносились все хозяйственные операции, описанные в Мемориале, но уже с учётом их хозяйственного смысла (прибыли, убытков). Журнал предназначался для составления проводок и составлялся, так же как и Мемориал, в хронологическом порядке. Третья книга, Главная, ведению которой посвящена четырнадцатая глава трактата, предназначалась для записи уже не в хронологическом, а в систематическом порядке. Таким образом, бухгалтерский учёт, представляет собой процедуру по систематизации в хронологическом и систематическом разрезах.

Следующим принципом бухгалтерского учёта является – ясность. То есть предоставление пользователям ясной, полной и понятной информации о хозяйственной деятельности. Все записи в книгах должны производиться таким образом, чтобы допускать то, что в современной теории бухгалтерского учёта получило название концептуальной реконструкции. Смысл этого, чтобы по записям в бухгалтерских книгах можно было восстановить кто являлся участником акта хозяйственной жизни, что являлось её объектом, когда и где это произошло. Для достижения полной ясности необходимо владение бухгалтерским языком. Пачоли использовавший для написания своей книги о венецианском способе ведения бухгалтерии венециан-

ский диалект итальянского языка, а так же повсеместно употребляющий математический язык сделал первый шаг к созданию языка бухгалтерского учёта наиболее понятного для широких масс итальянских финансистов.

Самым важным принципом у Пачоли, была двойственная запись счетов. Каждый факт хозяйственной жизни должен найти своё отражение, как в дебите, так и в кредите. Целью использования двойной записи является:

Контроль правильности регистрации фактов хозяйственной жизни

Определение величины капитала собственника без инвентаризации

Подсчёт финансовых результатов предприятия

Пачоли уделяет внимание первой из этих целей, и недооценивает вторую и третью, что приводит его к созданию метода искажающего правильность оборота. Пачоли, будучи, прежде всего учёным, а уж потом финансистом, рассматривает операции по двойной записи в рамках причинно-следственной парадигмы. Судя по всему, он склонен был считать дебет – причиной, а кредит – следствием. Такое понимание нашло своё применение, прежде всего в экономике, где оно было наиболее ёмко сформулировано Ф.В. Езерским – «Нет дохода, без расхода». Основными же принципами двойной записи, получившими распространение во всех системах бухгалтерского учёта, стали два постулата Пачоли:

1. Сумма дебетовых оборотов всегда тождественна сумме кредитовых оборотов

2. Сумма дебетовых сальдо всегда тождественна сумме кредитовых сальдо

В качестве предмета бухгалтерского учёта Лука Пачоли рассматривал выполнение договора купли-продажи. Сведение всех видов договоров к договору купли продажи было вполне типичным подходом для того времени. Конечно, многообразие сегодняшних форм экономической жизни уже не вмещается в узкие рамки представлений о купле-продаже (например, тот же бартер, взаимозачёты). Реструктуризации долгов и многое иное, но во времена Пачоли это было очень прогрессивным представлением. Кроме того, это привело к созданию достаточно адекватных тому времени представлений о стоимости, не только как о справедливой цене (этих взглядов придерживались Аристотель и св. Фома Аквинский), но и как о следствии себестоимости и рыночной ситуации.

Следующий важный принцип, который получил название адекватности, у Пачоли скорее предусматривается, чем вводится явно. Суть этого принципа заключается в том, что расходы, понесённые предприятием, соотносятся по времени с доходами им полученными. При этом в качестве доходов рассматривались только полученные деньги. Понятие об амортизации и рентабельности только начинали формироваться. Всё это привело к созданию представлений не только о денежной, но и об иных формах прибыли. Новые представления о прибыли позволяют сказать, что она формируется не только хозяйственными процессами, но и в результате использования бухгалтерской методологии.

Пачоли рассматривал бухгалтерский учёт как нечто самоценное, и поэтому ценность результатов учёта является относительной. Результаты, записанные в той или иной книге, во многом зависят от метода ведения бухгалтерии (если вдуматься это положение не противоречит идее о наиболее точном отражении в бухгалтерии актов хозяйственной деятельности, ибо во всех методах эти акты фиксируются достаточно точно, только выводы зачастую могут быть прямо противоположными). Пачоли всё это осознавал, и поэтому в качестве основного результата бухгалтерской деятельности он видел его влияние на принятие управленческих решений.

Подводя итог всему вышенаписанному можно сформулировать основные выводы. Эпоха Возрождения сформировала многие принципы и категории, которыми мы мыслим и до сих пор. Эти принципы оказывают влияние на развитие науки искусства и всего нашего мышления. Лука Пачоли, будучи одним из выдающихся деятелей той эпохи, сумел отразить наиболее важные из её принципов в своём подходе к бухгалтерскому учёту. Это нашло своё отражение в его «Трактате о счетах и записях».

Поэтому основной заслугой Луки Пачоли является не столько запись существовавших во время принципов бухгалтерского учёта. Это было бы сделано и без него, а в том, что бухгалтерский учёт стал наукой, а основные его принципы развивались и совершенствовались вместе с развитием цивилизации.

Литература:

1.Грязнова А.Г. Книга Л. Пачоли «Трактат о счетах и записях» / А.Г. Грязнова // Бухгалтерский учет. – 2010. – № 7. – С. 126.

2. Косарева Л.А. Метод учета Пачоли в современной записи / Л.А. Косарева. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 269-296.
3. Лупикова Е.В. История бухгалтерского учета: учебное пособие / Е.В. Лупикова. – М. Кнорус, 2006. – С. 41-44.
4. Соколов Я.В. История бухгалтерского учета / Я.В. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2004. – С. 43-56.

С. БАКАЕВ
Н.р.: Д.В. ПЕТРОВ

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ И ЕГО ЭЛЕМЕНТЫ

Рынок представляет собой относительно самостоятельную часть более общей системы организационно-экономических отношений – товарно-рыночного хозяйства, куда так же входит товарное производство (2. С.177).

Рыночный механизм как общее для всех экономик и как приоритетный объект становления новой модели российской экономики должен рассматриваться в органическом единстве с интенсивным развитием производства жизненных средств. Без этого последнего рыночный механизм не может быть действенным и его внедрение в практику в таком случае может превратиться в формальный акт (4. С.80).

Рыночный механизм – это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции и основных экономических законов рынка.

Эти элементы являются важнейшими параметрами рынка, которыми руководствуются производители и потребители в своей экономической деятельности в рыночной системе хозяйствования. Это стержень рыночных отношений, ядро рынка.

Рыночный механизм и его элементы предназначены для удовлетворения потребностей общества. Для удовлетворения этих потребностей необходимы ресурсы, которые ограничены. В связи с этим приходится выбирать оптимальный вариант их использования.

Рыночный механизм и его элементы созданы для удовлетворения по-

требностей, выраженных через спрос. Некоторые общественные потребности не могут быть выражены через спрос, это так называемые общественные товары. К ним относится обеспечение общественной безопасности, единая энергетическая система, национальная оборона и др.

Рыночный механизм и его элементы теснейшим образом связаны с ценой, являющейся основным инструментом, оказывающим воздействие на предложение и спрос. Большая часть потребностей населения удовлетворяется через спрос, который зависит от множества факторов. Это может быть реклама, мода, изменение вкусов покупателей. Нужно учитывать что покупатель приобретая товар желает сэкономить, так как заработные платы населения не высоки. Это значит, что количество приобретаемых товаров зависит от цены. Высокая цена, как правило, снижает спрос, а низкая его увеличивает. Колебание цен на опт не оказывает существенного влияния на спрос населения. На спрос влияют в основном розничные цены (7. С.39).

Рыночный механизм действует на основе экономических законов: изменения спроса, изменения предложения, равновесной цены, конкуренции, стоимости (ценности), полезности, прибыли и т.д. (5. С.102).

На стороне производства выступает предложение, на стороне потребления – спрос. Эти два элемента неразрывно связаны между собой, хотя на рынке противостоят друг другу. Их можно сравнить с двумя силами, действующими в противоположных направлениях. В зависимости от конкретных условий рынка предложение и спрос уравниваются на более или менее продолжительный период. Это выравнивание спроса и предложения может происходить стихийно и под регулирующим воздействием государства.

Важно отметить что рыночный механизм проявляется как механизм принуждения, заставляющий предпринимателей, преследующих свою собственную цель (прибыль), функционировать в конечном счете на пользу потребителей.

Действие этого механизма основано не на уговорах, а на естественном стремлении человека к благосостоянию. Поэтому для реализации рыночного механизма не нужно ничего, кроме свободы производителей и потребителей. Чем полнее свобода, тем эффективнее функционирует меха-

низм саморегулирования рыночной экономики.

Спрос – это обобщающий термин, описывающий фактических и потенциальных покупателей товаров. Спрос можно рассматривать как форму проявления потребностей людей, обеспеченных денежным эквивалентом. Спрос выражает собой не всю совокупность потребностей, а лишь ту ее часть, которая подкреплена покупательной способностью людей, т.е. денежным эквивалентом.

Спрос, являясь платежеспособной потребностью, на практике может принимать различные виды:

- Нерегулярный – спрос, основанный на сезонной, почасовой потребности (например, незагруженность транспорта днем, перегруженность в часы "пик").

- Нерациональный – спрос на товары, которые вредны для здоровья или антисоциальны (сигареты, наркотики, огнестрельное оружие).

- Отрицательный – спрос, когда большая часть рынка недолгоблещивает товар или услугу (прививки, медицинские операции).

- Скрытый – спрос, возникающий тогда, когда многие потребители испытывают желание в чем-либо, но не могут его удовлетворить, так как товаров и услуг на рынке недостаточно (безвредные сигареты, безопасные жилые районы, экологически чистый автомобиль).

- Падающий спрос – явление постоянное (снижается посещаемость музеев, театров и т.п.) (1. С.43).

Различают также реализованный, неудовлетворенный, формирующийся, ажиотажный, престижный, импульсивный и другие виды спроса.

Предложение – это обобщающий термин, используемый для описания поведения фактических и потенциальных производителей (продавцов) товаров.

Основными показателями предложения выступают величина (объем) предложения и цена предложения. Величина (объем) предложения – то количество товаров, которое готовы продать продавцы. Цена предложения – минимальная цена, по которой продавцы согласны продать определенное количество товаров.

Зависимость величины (объема) предложения от цен фиксируется законом предложения. Закон предложения формулируется следующим об-

разом: величина (объем) предлагаемых товаров находится в прямой зависимости от цены единицы этого товара. Величина (объем) предложения возрастает с увеличением цены и падает при ее снижении.

Предложение, по существу, представляет собой функцию, выражающую зависимость величины (объема) предложения от значения цены при неизменности прочих факторов. Величина (объем) предложения – это количество единиц определенного товара, которое отдельный производитель (индивидуальное предложение) или вся совокупность покупателей (рыночное предложение) готовы приобрести за некоторый период.

Величина (объем) предложения меняется тогда, когда изменяется цена товара.

Зависимость величины (объема) предложения от определяющих его факторов называют функцией предложения. Для анализа предложения используют показатель эластичности.

Эластичность предложения измеряет степень изменения величины (объема) предложения в зависимости от увеличения цены. Коэффициент эластичности предложения рассчитывается как отношение изменения величины (объема) предложения товара к изменению цены этого товара.

Эластичность предложения зависит от ряда факторов. Это резервы производственных мощностей; уровень товарных запасов; количество времени у производителей для того, чтобы отреагировать на изменение цен (чем больше свободных мощностей, запасов и времени, тем больше и возможность увеличить предложение) (3. С.65).

В силу увеличения или уменьшения спроса и/или предложения происходят изменения в равновесных количествах товаров и равновесных ценах. В результате взаимодействия спроса и предложения или взаимодействия цены спроса и цены предложения устанавливается рыночная цена. Она фиксируется в точке, в которой пересекаются кривые спроса и предложения. Эта точка называется точкой равновесия, а цена – равновесной. Только в точке равновесия цена устраивает одновременно и покупателя, и продавца. Действительно, производителям невыгодно дальнейшее повышение цены и увеличение объемов предложения, поскольку тогда товар не найдет спроса. Потребитель тоже не должен рассчитывать на снижение цен, поскольку это противоречит интересам производителей (9. С.18).

Если рыночная цена ниже равновесной, то возникает дефицит, при котором величина спроса превышает величину предложения. Когда же рыночная цена выше цены равновесия, тогда возникает избыток товаров, при котором объем предложения превышает объем спроса. Другими словами, когда рыночная цена выше равновесной, это приводит к образованию излишков и неудовлетворенности продавцов. Занижение цены, наоборот, ведет к образованию дефицита и неудовлетворенности покупателей. Товарные запасы увеличиваются, затоваривание оказывает понижающее давление на цену. Это результат того, что у продавцов возникают сложности с реализацией продукции, что приводит к сокращению величины предложения и вызывает конкурентное понижение цены продавцом до равновесной цены.

Цена – денежное выражение стоимости (ценности) товара. Величина цены товара зависит от стоимости (ценности) самого товара, а также от соотношения спроса и предложения. Цены устанавливаются под воздействием ряда экономических законов, прежде всего, закона стоимости, в соответствии с которым, в основе цены лежат общественно необходимые затраты труда. На величину цены влияет закон спроса и предложения. Механизм его действия на цену проявляется при несоответствии спроса и предложения товаров в сфере обмена (6. С.70).

Конкуренция – соперничество, состязательность, борьба между производителями, поставщиками товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и сбыта. Она выступает в качестве формы взаимодействия рыночных субъектов и механизма регулирования пропорций, способствует максимизации прибыли и на этой основе расширению масштабов производства.

Все элементы рыночного механизма существуют не изолированно, а взаимодействуют. Их взаимодействие представляет собой рыночный механизм. Понятно, что спрос неразрывно связан с предложением, и оба они зависят от уровня цен. Конкуренция оказывает влияние на спрос, предложение и уровень цен. Таким образом, все элементы рыночного механизма находятся в единой системе.

Объем спроса – это то количество товара, которое потребители согласны купить. Цена спроса – это максимальная цена, которую покупатели

готовы заплатить за определенное количество товара.

Между рыночной ценой товара и тем его количеством, на которое предъявляется спрос, существует определенное соотношение. Зависимость объема спроса от цен устанавливается законом спроса.

Закон спроса устанавливает обратную зависимость между ценами и количеством товаров, которые будут куплены при каждой данной цене.

Обратная зависимость объясняется следующими основными причинами:

- снижение цен увеличивает число покупателей;
- снижение цен расширяет покупательную способность покупателей;
- насыщение рынка приводит к снижению полезности дополнительных единиц товара, поэтому покупатели готовы покупать его только по более низким ценам (8. С.305).

Изменение спроса обуславливается многими факторами, т.е. в данном случае речь идет о тех факторах, которые на графике определяют особый вид, форму кривой спроса. В их числе можно выделить:

- Доходы потребителей. При повышении доходов спрос на большинство товаров растет. Это так называемые нормальные товары. Кривая спроса смещается вправо. Те товары, спрос на которые изменяется в обратном направлении по отношению к изменению доходов, называются товарами низшей категории. По мере роста доходов спрос на них уменьшается и кривая спроса смещается влево.

- Потребительские вкусы и предпочтения. Благоприятное для данного продукта изменение вкусов или предпочтений, вызванное рекламой, изменениями моды вызовет увеличение спроса на него и, наоборот, неблагоприятные перемены в предпочтениях потребителей вызовут уменьшение спроса. Соответственно, кривая спроса будет смещаться в первом случае вправо, во втором случае – влево.

- Цены на сопряженные товары. Существуют товары взаимозаменяемые, т.е. товары-субституты, и взаимодополняемые, т.е. complements. Между ценой на один из товаров-субститутов и спросом на другой существует прямая связь: спрос на товар возрастет и кривая сместится вправо, если цены на взаимозаменяемые товары возрастут. Между ценой на один из товаров-комплементов и спросом на другой товар существует обратная

связь: спрос на товар возрастет и кривая сместится вправо, если цены на взаимодополняемые товары снизятся.

- Потребительские ожидания. Ожидания потребителей относительно возможности повышения цен в будущем могут побудить их покупать теперь больше. Ожидания увеличения доходов может заставить потребителей меньше ограничивать текущие расходы. Наоборот, ожидание падения цен и снижения доходов ведет к сокращению текущего спроса на товары (10. С.55).

От конъюнктуры рынка зависит экономическое положение потребителей и производителей. Они должны при осуществлении своей деятельности руководствоваться параметрами рынка, то есть спросом, предложением и ценой.

Под конъюнктурой рынка понимают совокупность экономических условий, складывающихся в настоящее время, влияющих на экономическую деятельность по реализации товаров и осуществлению услуг. К экономическим условиям относятся: уровень цен, соотношение спроса и предложения, платежеспособность потребителей, емкость рынка, состояние товарных запасов и т.п. Рыночный механизм и его элементы необходимо знать, чтобы осуществлять свою экономическую деятельность. Нужно уяснить законы, которые находятся в основе его использования. Это законы: спроса и предложения, падающего спроса, стоимости и полезности, конкуренции, изменения предложения, прибыли и т.п. Законы реализуются через разные типы цен: равновесные, эквивалентного обмена, дискриминационные, монопольные, зональные и др.

В том случае, если рынок остается бесконтрольным, не регулируется со стороны государства, то происходит расслоение населения по материальному положению, отсутствуют какие-либо социальные гарантии, может произойти монополизация рынка, а также ряд иных негативных моментов, так как рыночная экономика направлена в первую очередь на получение прибыли (1. С.205).

По мере становления рыночного механизма вместе с ростом производства жизненных средств будут складываться и чисто национальные специфические черты российской модели хозяйствования, которые и составляют то особенное, которое характеризует любую национальную эко-

номику. Не общие черты будут подстраиваться под специфические российские особенности хозяйствования, а напротив, эти последние будут отрабатываться и накладываться на общее - собственно рыночный механизм в единстве с развивающимся производством предметов потребления.

Литература:

1. Курс экономической теории / под ред. М.Н. Чепурина, Е.А. Киселевой. - Киров: Вятка, 2008.
2. Экономика. / под ред. А.И. Архипова, А.Н. Нестеренко, А.К. Большакова. - М.: Проспект, 2009. - 792 с.
3. Экономическая теория: Учебник. / Л.М. Куликов. - М.: Проспект, 2008.
4. Экономическая теория: / В.Д. Камаева, Т.А. Борисовская, М.З. Ильчиков. - изд. 11-е. - М.: ВЛАДОС, 2010.
5. Вечканов Г.С., Вечканова Г.Р. Микроэкономика. – СПб.: Издательство «Питер», 2010.
6. Гальперин В.М., Игнатьев С.М., Моргунов В.И. Микроэкономика: В 2-х т. / Общая редакция В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа. 2006. Т. 1.
7. Гребенников П.И., Леусский А.И., Тарасевич Л.С. Микроэкономика: Издательство: Москва Юрайт, 2006.
8. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с 13-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 2007.
9. Медведев В.А., Процесс воспроизводства и становление социальной экономики: изд. М.: - ИНФРА-М, 2008.
10. Орлова Л.Г., Пранович В.В., Сумцова Н.В., Щегрова Ф.В. Микроэкономика. – Н. Новгород: НКИ, 2007.

О. БОРИСЕНКО
Н.р.: Д.В. ПЕТРОВ

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НАЗНАЧЕНИЕ ВНЕБЮДЖЕТНЫХ ФОНДОВ И ИХ ВИДЫ

На сегодняшний день бюджетную систему РФ составляют бюджеты различных уровней (федерального, регионального и местного), а так же

внебюджетные фонды (федерального, регионального и местного уровней). Такая структура позволяет более рационально и эффективно использовать финансовые ресурсы государства.

Внебюджетные фонды – это финансовые учреждения государства, которые распоряжаются финансовыми ресурсами, для удовлетворения потребностей граждан. Их роль в финансовой деятельности государства довольно велика. Они выполняют две функции – распределительную и контрольную. Выполняя свои функции, они перераспределяют национальный доход с целью защиты интересов отдельных социальных групп населения, выступают как совокупность финансовых ресурсов целевого назначения, находящихся в руках государства. Важной особенностью внебюджетных фондов является их обособленность от бюджета.

Существует несколько классификаций внебюджетных фондов, которые учитывают различия по цели создания внебюджетных фондов, объему ресурсов, концентрируемых в них, времени функционирования, механизму формирования и использования средств, а также могут быть классифицированы по различным другим признакам, например:

1. По целевому назначению выделяют следующие виды внебюджетных фондов:

А) социальные (для финансирования социальных расходов - выплаты пенсий, пособий и т.п.);

Б) экономические (для обеспечения строительства жилья, дорог, природоохранных мероприятий и т.п.).

2. По уровням управления (зависит от государственного устройства):

А) федеральные (в них аккумулируются средства, необходимые для обеспечения социально-экономических расходов, имеющих общегосударственное значение);

Б) региональные (создаются для финансирования части расходов региональных органов власти в соответствии с возложенными на них полномочиями);

В) местные (создаются для финансирования потребностей местного масштаба).

3. По срокам действия:

А) постоянные (срок деятельности неограничен)

Б) временные (прекращают свое существование после выполнения возложенных на них задач)

4. По принадлежности различают (зависит от субъекта – создателя данного внебюджетного фонда, зачастую, в зависимости от размеров субъекта варьируются размер внебюджетного фонда)

А) межгосударственные (Международный валютный фонд, Международный банк реконструкции и развития, Бюджетная комиссия ЕС)

Б) государственные (Пенсионный фонд РФ и т.д.)

В) местные (региональные отделения государственных фондов и т.д.)

5. По правовому положению:

А) внебюджетные специальные фонды (осуществляют деятельность вне бюджета);

Б) бюджетные целевые фонды (прикреплены к соответствующему бюджету или бюджетам);

В) фонды, обладающие частичной самостоятельностью.

В зависимости от целей создания выделяется большое количество внебюджетных фондов, так как сфер их использования большое количество (раннее уже встречалась классификация внебюджетных фондов в зависимости от целей, данная классификация приведена для отображения разности взглядов авторов на возможности классификации внебюджетных фондов):

1. социальные фонды (для финансирования социальных расходов - выплаты пенсий, пособий и т.п.);

А) фонды личного и имущественного страхования (для осуществления страховой деятельности);

Б) кредитные фонды (используются для поддержания кредита и кредитных программ государства);

В) научно-исследовательские фонды (для финансирования НИОКР);

Г) инвестиционные фонды (используются для инвестирования государства в различные проекты);

Д) конъюнктурные фонды (используются для решения проблем в конкретных условиях процесса воспроизводства, чаще всего на определенный момент);

Е) экологические фонды (выполняют природоохранную функцию - финансируют расходы, связанные с улучшением окружающей экологической обстановки).

2. По источникам и механизму формирования ресурсов различаются (влияет на объем поступлений и на порядок формирования доходов):

А) внебюджетные фонды, формирующиеся за счет отчислений от фонда оплаты труда и имеющие налоговый характер (Фонд Социального Страхования и т.д.);

Б) внебюджетные фонды, формирующиеся за счет отчислений от себестоимости произведенной продукции или ее стоимости по утвержденному нормативу, за счет прочих источников.

Можно сделать вывод, что существует большое число признаков, по которым можно провести группировку внебюджетных фондов, это - целевое назначение, уровни управления, сроки действия, принадлежность, правовое положение, источники и механизм формирования ресурсов.

Подводя итог нужно отметить, что существует множество определенных внебюджетных фондов, но все авторы сходятся в том, что внебюджетные фонды – это финансовые учреждения государства, которые распоряжаются финансовыми ресурсами, для удовлетворения потребностей граждан. Они выполняют две функции – распределительную и контрольную, благодаря выполнению этих функций, роль внебюджетных фондов в современном мире довольно высока.

В соответствии с бюджетным законодательством РФ, сегодня на ее территории функционируют три внебюджетных фонда: Пенсионный фонд, Фонд социального страхования и Фонд обязательного медицинского страхования. Цели задачи и сферы их деятельности, бюджеты, указаны в Бюджетном кодексе Российской Федерации. Самым крупным является Пенсионный фонд РФ, за ним следует Фонд социального страхования, наименьший бюджет у Фонда обязательного медицинского страхования.

В настоящее время внебюджетные фонды представляют собой достаточно динамичный и постоянно меняющийся элемент финансовой системы Российской Федерации, что является и преимуществом, и недостатком. С одной стороны, использование средств внебюджетных фондов, по сравнению с бюджетом, происходит более оперативно, поскольку средства

находятся в распоряжении органов государственной власти либо специально созданных органов. Кроме того, фонды образуются для достижения определенных целей и после их реализации могут быть расформированы. Таким образом, динамизм внебюджетных фондов позволяет быстро настраиваться на изменения, происходящие в экономической и социальной сферах. С другой стороны, такое быстрое образование и отмирание фондов не только вызывает нестабильность финансовой системы, но и отрицательно сказывается прежде всего на плательщиках, которые в соответствии с тем или иным нормативным актом обязаны делать отчисления во вновь образованные фонды.

Экономические и финансовые кризисы обусловили резкое снижение уровня жизни населения, безработицу, проблемы с финансированием некоторых сфер хозяйства и общественной жизни. В этих условиях, с одной стороны, возникает потребность в концентрации ограниченных финансовых ресурсов с целью обеспечения наиболее насущных социальных и общеэкономических потребностей и для удовлетворения наиболее насущных из них образовать целевые денежные фонды, тем самым оградив эти потребности от значительной нехватки финансирования.

Как уже говорилось ранее, в действующем бюджетном кодексе определены общие принципы и правовой статус государственных внебюджетных фондов. Установлено, что целью создания государственных фондов денежных средств вне федерального бюджета является реализация конституционных прав граждан на социальное обеспечение по возрасту; социальное обеспечение в случае безработицы; социальное обеспечение, связанное с болезнью, инвалидностью, потерей кормильца, рождением и воспитанием детей, а также прав на охрану здоровья и получение бесплатной медицинской помощи.

Целевые государственные и местные внебюджетные фонды создаются с точно определенной целью и соответственно используются. Они дифференцированы на экономические и социальные, причем в настоящее время значение экономических фондов незначительно, большинство из них вошли в бюджеты соответствующих уровней. Эффективно функционируют федеральные социальные фонды, они заняли важное место в системе государственных финансов и одновременно в социальной сфере. Их общей

фундаментальной характеристикой, с точки зрения юридической является то, что по закону средства данных фондов не могут быть изъяты или направлены на нецелевое использование ни парламентом, ни правительством, ни какой-либо иной властью.

В данной работе рассматривались социальные внебюджетные фонды РФ: Пенсионный фонд РФ, Фонд обязательного медицинского страхования и Фонд социального страхования. Анализируя деятельность внебюджетных фондов социального назначения в РФ, можно сделать вывод, что эта сфера финансовой системы РФ на сегодняшний день имеет достаточно большое количество проблем различного характера. Однако социальные внебюджетные фонды РФ довольно успешно выполняют возложенные на них функции, позволяют финансировать некоторые сферы общественной жизни более практично и рационально, чем, если бы это финансирование проводилось из бюджета, способствуют стабильности финансовой системы РФ. Существуют конкретные методы решения сложившихся проблем, но претворение их в жизнь затруднено сложившейся на сегодняшний день обстановкой в России - финансовый кризис, перебои в финансировании, трудность, а иногда и нежелание устранения ошибок и проблем, большие объемы работы и зачастую трудно прогнозируемые последствия вводимых изменений.

Сложившаяся обстановка в системе внебюджетных фондов социального назначения делает необходимым оперативное, тщательно продуманное и комплексное изменение многих параметров функционирования. От этого вмешательства зависит дальнейшее развитие социальных внебюджетных фондов, но и благосостояние общества, развитие экономики нашей страны.

Литература:

1. Финансы и Кредит: Учебник / М.Л. Дьяконова, Т.М. Ковалева, Т.Н. Кузьменко и др; под ред. проф. Ковалевой. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2008. - 384с.
2. Финансы: Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. В.В. Ковалева. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006. - 640с.
3. Финансы: Учебник / Миляков Н.В. - 2-е изд., - М.: Инфра-М, 2004. - 543с.

4. Финансы: Учебник / под редакцией профессора М.В. Романовского, профессора О.В. Врублевской и профессора Б.М. Сабанти. - Москва.: Юрайт, 2009. - 497с.

5. Финансы, деньги и кредит: Учебное пособие / Е.Г. Чернова [и др.] / под ред. Е.Г. Черновой. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005. - 208с.

6. Г. Паперная. Упрощенная выгода // Время новостей. - 2008. - от 9 апреля.

Е. БУРЯКОВА
Н.р.: Д.В. ПЕТРОВ

БАНКОВСКАЯ СИСТЕМА РОССИИ СЕГОДНЯ, ЕЁ ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ, ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ

Вопрос о том, что такое банковская система является не таким простым, как могло показаться на первый взгляд. В стране имеется достаточное количество действующих банков, экономических организаций, которые выполняют банковские операции, кредитных учреждений, специализированных организаций. Сам банк – древнее экономическое изобретение. Банки возникли, когда уровень благосостояния людей позволил им делать некоторые сбережения. Таким образом, банки выступают в роли финансовых посредников между владельцами сбережений, с одной стороны, и теми, кто хотел бы эти сбережения привлечь для развития коммерческой деятельности, с другой стороны.

Банковская система – совокупность различных видов национальных банков и кредитных учреждений, действующих в рамках общего денежно-кредитного механизма. Она включает в себя: Центральный государственный банк (он проводит государственную эмиссионную и валютную политику, является ядром резервной системы, Инвестиционные банки (специализируются на финансировании и долгосрочном кредитовании), Ипотечные банки (предоставляют ссуды под имущественный залог), Коммерческие банки (выполняют финансово-кредитные операции на коммерческих началах), Сберегательные банки (привлекают и хранят свободные денежные средства, выплачивая вкладчикам фиксированный процент) и Иннова-

ционные банки (обеспечивают внедрение научно-технических достижений). Банковская система разделена на два яруса: первый ярус охватывает учреждения Центрального банка РФ, осуществляющего выпуск денег в обращение (эмиссию), его задачей является обеспечение стабильности рубля, надзор и контроль за деятельностью коммерческих банков. Центральные, национальные банки подчинены представительным законодательным, а не исполнительным органам власти (в России – Государственной Думе). Их взаимодействие определено законодательными актами, в соответствии с которыми центральные банки являются автономными, независимыми учреждениями. И решение только нескольких наиболее важных вопросов может осуществляться на основе постановлений законодательных органов, которые в дальнейшем являются руководством к действию для банков. Второй ярус состоит из различных деловых банков, задача которых – обслуживание клиентов (предприятий, организаций, населения), предоставление им разнообразных услуг (кредитование, расчеты, кассовые, депозитные, валютные операции). Деньги постоянно должны находиться в обороте. При этом у одних фирм в какой-то момент денежные средства временно высвобождаются, а в это же время другие фирмы испытывают потребность в деньгах, которых не имеют. Это противоречие разрешается с помощью кредита. При помощи кредита происходит перераспределение денежных средств между фирмами, районами и отраслями. А также кредит дает возможность заменить в обращении действительные деньги кредитными деньгами (банкнотами) и кредитными операциями (безналичными расчетами), что ведет к сокращению издержек обращения. По кредитному договору банк или иная кредитная организация (кредитор) обязуется предоставить денежные средства (кредит) заемщику в размере и на условиях, предусмотренных договором, а заемщик обязуется возвратить полученную денежную сумму и уплатить проценты на неё (статья 819). Расчётные операции происходят в рамках системы организации безналичных платежей юридических и физических лиц по денежным требованиям и обязательствам. Депозиты – это главный вид привлекаемых коммерческими банками ресурсов. Действительно, именно они раскрывают содержание деятельности коммерческого банка как посредника в приобретении ресурсов на свободном рынке кредитных ресурсов. Денежно-

кредитная политика предоставляет совокупность мероприятий в области денежного обращения и кредита, направленных на регулирование экономического роста, сдерживание инфляции, обеспечение занятости и выравнивания платежного баланса. На современном этапе Центральный банк России дал свое определение денежно-кредитной политики: Денежно-кредитная политика, формируемая в условиях двухуровневой банковской системы, представляет собой совокупность целей и действий по защите национальной денежной единицы, которые ставит перед собой и проводит центральный банк, используя специальные инструменты воздействия на политику коммерческих банков. Успешное выполнение всех функций Центрального банка России является необходимым условием эффективного развития рыночной экономики Российской Федерации. Выполнение Банком России его основных функций предполагает необходимость контроля и надзора за деятельностью кредитных организаций. Система рефинансирования Банком России кредитных организаций имеет свою специфику. В мировой практике широко распространено рефинансирование в форме учёта (покупки) векселей у коммерческих банков. Процесс рефинансирования коммерческих банков России был запущен в 1992 году. Ставка рефинансирования одна из важнейших процентных ставок, которую банк использует при предоставлении кредитов банкам.

Итак, Банки играют очень важную роль в экономике. Сегодня они имеют такое место в хозяйстве большинства стран, что любые сбои в их работе приведут к сотрясению страны подобно землетрясению. И связано это, прежде всего с тем, что банки сегодня выполняют основную часть работы по переводу денег от покупателей к продавцам, обслуживая систему расчётов в экономике. Рассмотрев устройство банковской системы Российской Федерации, можно прийти к выводу, что это очень сложная структура, элементы которой тесно связаны между собой. Можно сделать вывод, что без хорошо функционирующей банковской системы, то есть, банков, пользующихся доверием клиентов и обслуживающих их надёжно и рационально, нормальное развитие экономики невозможно.

Литература:

1. П.А. Баранов, А.В. Воронцов. Обществознание.
2. И.В. Липсиц. Экономика.

3. Гражданский Кодекс РФ. Глава 42. Заём и Кредит. Статья 819.

4. Интернет.

В. ВАНИФАТОВ
Н.р.: Д.В. ПЕТРОВ

РАЗВИТИЕ МАЛЫХ ИНОВАЦИОННЫХ ПРЕПРИЯТИЙ В РОССИИ

Экономика России стремительно держит курс на повышение эффективности использования интеллектуальных ресурсов. Создание и развитие инновационной системы непосредственно оказывают влияние на конкурентоспособность экономики нашей страны. Развитие любой экономики зависит от эффективности использования ресурсов. Если политика страны направлена на повышение конкурентоспособности экономики, то рациональность использования факторов производства становится неотъемлемой частью политики.

В России, на данный момент, малые предприятия, в основном, занимаются перепродажей и торговлей.

На современном этапе, в условиях переход экономики России на инновационный путь развития, малые инновационные предприятия (МИП), являются одним из стратегических ресурсов, поскольку они могут обеспечить эффективное освоение технологий и выпуск мелкосерийной инновационной продукции.

Как известно, малые предприятия образуют разветвленную сеть, действующую, в основном, на местных рынках и непосредственно связанную с массовым потреблением. Небольшие размеры таких предприятий, в сочетании с их технологической, производственной и управленческой гибкостью, позволяют чутко и своевременно реагировать на изменяющуюся потребность рынка, что является особенно актуальным в современных условиях.

В России частная собственность и частнопредпринимательская деятельность были восстановлены в правах прежде всего в результате принятия 25 декабря 1990 г. Закона «О предприятиях и предпринимательской

деятельности» и 24 октября 1990 г. Закона РСФСР «О собственности в РСФСР». В них были предусмотрены развитие АО, ООО, малых предприятий, о демополизации экономики и т.п.

До официального санкционирования частнопредпринимательской деятельности в 1990-91 гг. всплеск ее в официальной экономике был связан с развитием совместного предпринимательства, внешнеэкономической деятельностью современных предприятий, а так же с развитием крестьянских (фермерских) хозяйств. Частнопредпринимательская деятельность активизировалась прежде всего под сетью новых перестроенных кооперативов. В меньшей степени она обуславливалась развитием так называемой индивидуальной трудовой деятельности и арендой компаний.

Следует заметить, что в России создано множество новых технологий, которые подчас намного лучше, чем у западных конкурентов. Но, как гласит известная формула американских специалистов в области инновационной деятельности, «если технология не коммерциализированна, то она не создана». В последние годы Правительство предпринимает усилия по активизации создания инновационной инфраструктуры. В марте 2006 года распоряжением Правительства РФ №328-р была утверждена Федеральная программа «Создание в Российской Федерации технопарков в сфере высоких технологий».

В соответствии с Программой, создание технопарков призвано обеспечить территориальную концентрацию финансовых и интеллектуальных ресурсов для ускорения развития высокотехнологичных отраслей экономики. В ней предполагается возможность оказания прямой, адресной государственной поддержки новым технопаркам. Так, органы исполнительной власти субъектов РФ и местного самоуправления в рамках своих полномочий обеспечивают решение земельных и социальных вопросов. Предусмотрено финансовое обеспечение строительства необходимых офисных зданий, производственных помещений, объектов инженерной, транспортной, жилой и социальной инфраструктуры технопарков в сфере высоких технологий за счет средств бюджетов всех уровней в рамках федеральных и региональных программ и внебюджетных источников.

Одновременно были приняты поправки в Налоговый кодекс РФ, направленные на создание благоприятных условий налогообложения орга-

низаций, работающих в области информационно-коммуникационных технологий. Согласно закону, меняются правила исчисления ставки единого социального налога для таких организаций (за исключением тех, которые являются резидентами ТВЗ). Для того чтобы платить льготный ЕСН, организации должны быть аккредитованы, не менее 70% их финансирования должно быть из зарубежных источников, а среднесписочная численность работников организаций должна быть не менее 50 человек. Данная льгота направлена на поощрение не любых компаний в ИТ-сфере, а только тех, которые работают в режиме аутсорсинга, и таким образом может стимулироваться экспорт ИТ-продукции.

Осознание необходимости перехода к рынку и изменение основ законодательства РФ, открывают и расширяют возможности коммерции и предпринимательства в России. Во многом они связаны с развитием малых и средних форм предпринимательства в России различных организационно-правовых форм: кооперативы, частные, совместные предприятия, фермерские хозяйства, малые предприятия, учрежденные государственными предприятиями и организациями.

По экспертным оценкам, в различных формах малого предпринимательства и малых предприятий на сегодня занято свыше 15% работников. Однако масштабов Российского малого предпринимательства связано по настоящее время с неравномерным распределением собственности, неравномерным положением государственных и негосударственных секторов. Практически вся собственность принадлежит государству, идея приватизации остается в закреплении за ними (или коллективом), а чековая приватизация и акционеры ничего в плане материально-технической базы малому предпринимательству не дают.

Поэтому даже при наличии у предпринимателей средств на создание своего дела его осуществлению препятствует наличие собственности. Поэтому экономические условия становления предпринимательства в России остаются неблагоприятными. Принятая в 1994 г. Федеральная программа государственной поддержки малого предпринимательства практически не реализуется: не выделяются средства, не создаются экономические и правовые условия для стимулирования предпринимательства.

Важнейшая задача, стоящая перед Россией – сохранение ядра научно-технического потенциала, для чего проводится реформа научно-технической сферы, целью которой является реструктуризация сети научных организаций, рационализация ее структуры.

Малые инновационные предприятия (МИП) выступают в качестве связующего звена между наукой и ее практическими приложениями: именно малые фирмы часто принимают на себя риск по разработке новых продуктов и технологий, по превращению знаний в товар.

В настоящее время участие региональных властей в поддержке коммерциализации технологий явно недостаточно. Мировая практика показывает, что в случае финансирования наукоемких проектов, обладающих повышенными рисками, инвесторы стремятся к тому, чтобы объекты для инвестиций располагались вблизи финансовых источников. Это позволяет осуществлять эффективный контроль за использованием вкладываемых средств и принимать участие в управлении процессами реализации проектов. Поэтому полномочные, обладающие финансовыми ресурсами отделения Фонда содействия могли бы софинансировать инновационные проекты на долевой основе с региональными властями.

Перспективной формой поддержки со стороны фонда содействия может стать финансовый лизинг – эффективный способ обеспечения малых предприятий современным оборудованием. Лизинговые операции позволяют привлечь значительные объемы негосударственных целевых инвестиций для перевооружения и модернизации основных фондов предприятий, в том числе малых, перераспределить часть финансовых потоков в реальный сектор экономики, расширить налогооблагаемую базу за счет развития нового вида хозяйственной деятельности.

Можно выделить следующие проблемы инновационной деятельности предприятий:

1. Не соответствие требований уставного капитала.
2. Проблема финансирования.
3. Ограничения в деятельность МИПов. Нет площади для проведения крупных испытаний продукции. Площади частных предпринимателей предлагаются по завышенным ценам.

4. Трудность в поисках инвестора и партнеров. Потенциальные инвесторы не хотят вкладывать свои средства в рисковый проект, а партнеров, желающих объединить свои усилия с МИПом, зачастую просто нет.

5. Несовершенство законодательной базы. Создаются множество законов о науке и государственной научно-технической политике. Критерии, прописанные в законах, зачастую не выполнимы и противоречивы.

6. ВУЗы и НИИ не знают, как продавать производимую продукцию. В организациях не создаются специальные отделы, где маркетологи и другие специалисты осуществляли процесс сбыта продукции.

7. Отсутствие поощрения инвестиций в новые изделия и технологии.

Одна из основных проблем, что действующие в России бизнесы не обеспечивают возложенные на них функции, ограничиваясь лишь функциями небольших производств, а в большинстве случаев, просто сдавая помещения в аренду. Тогда как во всем мире бизнес – это не только здание, а в первую очередь процесс выращивания эффективных бизнесов и современная организационная бизнес-модель.

Кроме того, стоит отметить, что в России отсутствуют эффективные механизмы оценки и проработки коммерческой составляющей инноваций. В условиях рыночной экономики кроме возможности создать качественно новый продукт, необходимо уметь дать ему «коммерческую» оценку. Именно она помогает участникам инновационного процесса ответить на главный вопрос: будет ли та или иная инновация прибыльной и на что она будет направлена - в массовое производство или на реализацию некоммерческих задач.

Другой путь привлечения рыночных денег в инновационные предприятия – это ускорение инновационного цикла в части расширения масштабов выхода предприятий на рынки с готовой продукцией. Этот путь позволит уже существующим инновационным предприятиям получить дополнительные ресурсы для вывода на рынки своих новых разработок. В последнее время в ряде регионов создаются гарантийные структуры и фонды, которые должны решать проблемы обеспечения займов малых предприятий в банковской системе. Вместе с тем на поддержку инноваций государством выделяются довольно значительные средства. По словам заместителя министра связи и массовых коммуникаций Д.Северова, государ-

ственные расходы на нужды инноваторов в 2008 году составили более триллиона рублей, в том числе на информационно-коммуникационную сферу – 200 млрд. рублей. Однако инновационное сообщество таких вливаний не ощутило. По мнению экспертов, проблема в отсутствии конкретного лица в правительстве, отвечающего за «перевод экономики на инновационные рельсы», а также контроля над расходованием средств.

Заключение

России нужна агрессивная инновационная политика государства, направленная на создание полной инновационной инфраструктуры, которая позволит успешно функционировать инновационным предприятиям и создаст благоприятные условия для венчурного инвестирования. Реализация инновационной политики потребует ускорения реструктуризации предприятий, необходимой для успешной работы в условиях рыночной экономики, а также стимулирования их деятельности по повышению эффективности производства. Необходима правовая база для повышения эффективности управления объектами федеральной собственности и государственными пакетами акций, обеспечивающая при этом соблюдение государственных интересов в инновационном развитии, расширение возможностей государства по управлению находящимися в его собственности предприятиями. В сфере малого предпринимательства деятельность государства должна быть направлена на активизацию использования возможностей малого предпринимательства в ускорении процессов реструктуризации отраслей и реформирования предприятий в тех отраслях, где идет процесс развития кооперационного взаимодействия крупного производства с малыми предприятиями. Это позволит оживить инновационную деятельность малых предприятий и обеспечить положительную динамику по таким показателям как занятость населения, объем продукции и услуг (рост составит 3-5% в год), инвестиции в основной капитал малых предприятий (увеличение до 5% в год), что в результате повлияет на увеличение выпуска отечественной инновационной продукции.

Основными задачами государственной инновационной политики, призванной обеспечить формирование целостной эффективной инновационной системы, должны стать:

- координация действий федеральных органов исполнительной власти, органов власти субъектов Российской Федерации и муниципальных образований в целях разработки комплексного подхода к решению задач инновационного развития, эффективного функционирования инновационной системы и реализации государственной инновационной политики;
- выбор рациональных стратегий и приоритетов развития инновационной сферы при реализации в отраслях экономики критических технологий и инновационных проектов, оказывающих влияние на повышение эффективности производства и конкурентоспособности продукции;
- обеспечение благоприятных экономических и финансовых условий для активизации инновационной деятельности;
- создание системы подготовки и переподготовки кадров в области инновационного предпринимательства;
- внедрение мировых стандартов качества продукции и защиты окружающей среды.

Литература:

1. Проект. Долгосрочный прогноз научно-технологического развития Российской Федерации (до 2025 года), 2008;
http://www.economy.gov.ru/wps/wcm/connect/economylib/mert/resources/0ac08b004cf87440a74de77b6771cb31/proekt_koncep.doc
http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_F24F8ED0-34B3-4EA5-8158-83FAFCF3A277.html .
2. Жуков А. Стимулирование инновационной деятельности малого и среднего бизнеса. http://www.uptp.ru/content/Disp_Art.php?Num=305
3. Национальный доклад «Инновационное развитие – основа ускоренного роста экономики Российской Федерации». - М.: Ассоциация менеджеров, 2006; <http://www.rosinfocominvest.ru/about/>
4. Монографии изданные в издательстве Российской Академии Естественных наук «ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА». [Электронный ресурс] URL: <http://www.rae.ru/monographs/112-3774>
5. Российская ассоциация инновационного развития. Публикации «Основные проблемы, препятствующие созданию малых инновационных компаний в ВУЗах» Т.А. Тормышева, зам.ген.директора РАИР. [Электронный ресурс] URL: <http://www.rair-info.ru/publication/publication1>
6. <http://smi2.ru/m/202/>

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РФ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

На данное время в России почти 3 млн. предпринимателей. За десять последних лет малый бизнес вырос на 37%. Для России это хорошая цифра, учитывая её долгий период стагнации, но если смотреть на опыт других стран, который может быть взят как пример эта цифра не достаточно большая. Малый бизнес сосредоточился в основном в сфере услуг, общественного питания, его малая часть сосредоточена в строительном, производственном секторе, а еще меньшая часть в сфере медицины и социальных услуг, в инновационной деятельности. Из этого видно, что масштабы малого бизнеса в современной России и его вклад в оздоровление экономики явно недостаточны. Главной причиной такого положения состоит в том, что не получила должного развития государственная поддержка предприятий малого бизнеса. Между тем эти предприятия как наиболее устойчивая предпринимательская структура, наиболее зависима от колебаний рынка нуждаются в разносторонней государственной поддержке.

Целью данной статьи является детальное рассмотрение форм государственной поддержки малого бизнеса в России и анализ с выявлением их проблем. А для сравнения более эффективной работы рассматривается опыт государственной поддержки малого бизнеса за рубежом на примере Японии.

В России существуют различные организационные формы государственной поддержки и защиты интересов предприятий малого бизнеса. Созданы ассоциации предприятий малого бизнеса, Федерация развития и поддержки малого предпринимательства, различные фонды развития и поддержки предприятий малого бизнеса. Однако, как правило, многочисленные фонды поддержки малого бизнеса озабочены собственными проблемами и реальной помощи малым предприятиям не оказывают.

Теперь рассмотрев модель политики другой страны, успешно развивающей малый бизнес, выделим и рассмотрим основные проблемы развития малого бизнеса в России:

Рассмотрим наиболее существенные из них:

Эта проблема заключается в том, что субъекты малого предпринимательства не фигурируют в налоговом законодательстве. Главы 26.2 и 26.3 НК РФ, вводящие специальные налоговые режимы для малого бизнеса, определяют совершенно другой круг лиц, не соответствующих понятию субъекта малого предпринимательства по Закону о развитии малого и среднего предпринимательства. Так, УСН, допуская максимальную численность работников до 100 чел. независимо от вида деятельности, вводит дополнительные ограничения по доходам и стоимости внеоборотных активов предприятия.

Налоговые новации, в том числе принятие и последовавшие корректировки НК РФ, не всегда решали назревшие проблемы, а часто, наоборот, ставили новые вопросы для бизнеса. Так, тяжелым бременем для малого бизнеса стало разделение и параллельное ведение бухгалтерского и налогового учета. В связи с вводом в действие главы 25 НК РФ были отменены ранее действовавшие льготы на прибыль для вновь созданных малых предприятий в ряде производящих отраслей. Следует также отметить, что абсолютное большинство хозяйствующих субъектов развитых стран относятся к категории малых и средних (порядка 90-99%), поэтому налоговая система изначально строится исходя из интересов малого бизнеса и дополнительных льгот, как правило, не предоставляется.

По данным совместного исследования общероссийской организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» и ВЦИОМ, проведенного в июле 2006 г., наибольшие сложности у предпринимателей возникают с территориальными органами федеральной власти и местным управлением. Очевидно, что чем ближе находятся органы власти к предпринимателю, тем сильнее административное давление. В принципе, это довольно логично, даже с учетом того, что ни местные, ни региональные власти в целом по стране не зарекомендовали себя как защита и опора малого предпринимательства.

Можно сказать, что «развитие малого предпринимательства уперлось в муниципальное недопонимание. И сколько ни велит центр снимать регионам административные ограничения, нет – так или иначе ограничение найдут, потому, что, в конечном счете, экономически местные власти мало заинтересованы в росте малых предприятий. Ведь центр все финансовые потоки тянет на себя, когда во всем мире большая часть налогов от малого предпринимательства остается на месте».

По некоторым данным, доля расходов на преодоление административных барьеров при входе на рынок в среднем составляет 10-15% от выручки, во многих случаях наличие этих препятствий вынуждает отказываться от реализации проектов, так как резко снижается эффективность инвестиций. Наличие серьезной проблемы развития малого предпринимательства очевидно, что также признается и во властных структурах. Например, в докладе Совета Федерации 2006 г. «О состоянии законодательства в Российской Федерации» подчеркивается, что «развитие малого и среднего бизнеса невозможно без устранения административных барьеров, которые наиболее ощутимы при осуществлении в отношении субъектов малого предпринимательства контрольно-надзорных мероприятий. С целью совершенствования системы государственного контроля... следует внести изменения, направленные на устранение неэффективного государственного вмешательства в экономику, а также обеспечивающие передачу избыточных государственных функций организациям саморегулирования». Как отмечают многие исследователи, у малых предприятий ограничен оборотный капитал, и прежде всего финансовые ресурсы. Собственных оборотных средств очень часто недостаточно для пополнения материальных запасов, а возможность привлечения заемных средств есть не всегда – у малых предприятий может не быть ликвидного залогового имущества, положительной кредитной истории, кроме того незначительные объемы кредитования заведомо затратный для банков.

Довольно красноречиво об этом свидетельствуют данные опросов субъектов малого предпринимательства. Так, по данным все того же исследования «Опоры России» – ВЦИОМ, оценивая текущее финансовое состояние бизнеса, чуть более половины (53%) опрошенных отметили, что «положение относительно устойчивое, для поддержания бизнеса хватает,

для развития – нет». Причина сложившегося положения достаточно очевидна. Любому предприятию, тем более малому, очень трудно развивать бизнес, не прибегая к кредитным ресурсам. Однако доступ к банковским кредитам у малых предприятий сильно ограничен. Так, более половины (54%) опрошенных заявили, что испытывают трудности с получением банковского кредита. Что касается помощи государственных или местных фондов поддержки, то 76% отметили сложность или невозможность получения средств. Такие источники финансирования, как небанковские займы, продажа доли бизнеса, финансирование конкретного проекта заказчиком и др., либо неизвестны, либо практически не применяются субъектами малого предпринимательства. Существенным фактором, мешающим цивилизованному развитию российского малого предпринимательства, остается криминальность и криминализация самого малого бизнеса. По разным источникам, «теневая» составляющая малого бизнеса может достигать до 60% от «изображаемой» деятельности, что в среднем в 2 раза выше, чем в целом по экономике. Кроме того, отдельно следует сказать и о поборах как со стороны чиновников различных контролирующих государственных структур и правоохранительных органов, так и со стороны организованной преступности. Хотя в целом многие исследователи проблем развития малого бизнеса отмечают позитивные изменения в сравнении с «лихими девяностыми», но данная проблема является все еще существенной.

Литература:

1. Арустамов Э.А. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие - 3-е издание, испр. / Э.А. Арустамов, А.Н. Пахомкин, Т.П. Митрофанова - М.: Издательско-торговая корпорация, «Дашков и Ко», 2010 - 336с
2. Гришкова Т.Г. Система показателей оценки эффективности региональной системы поддержки малого предпринимательства / Т.Г. Гришкова // Российский экономический интернет-журнал. – 2011/www.erej.ru/Speakers11.htm
3. Интернет-журнал «Экономические исследования, №6 (11), Ноябрь 2011/<http://www.erce.ru/internet-magazine/magazine/27/389/>.
4. Государственная поддержка малого бизнеса в Японии. Раздел: Бизнес в законе, 2012 / <http://best-sar.info/bizneszakone/>.

5.Мелехина П.Ю. Проблемы финансирования малого бизнеса в России/
П.Ю. Мелехина // Российское предпринимательство.- 2011- № 11. С.16-22.

А. ГУЧЕТЛЬ
Н.р.: О.В. ИЩЕНКО

АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОДНО ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ АУДИТА В РОССИИ

На сегодняшний день в России создана прочная международная правовая основа аудита, разработаны формы его организации, издаются и пополняются обширные методические материалы для аудиторов основными нормативно правовыми актами являются Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» № 307 – ФЗ от 30 декабря 2008 г., Налоговый кодекс Российской Федерации, Уголовный кодекс Российской Федерации, Кодекс Российской Федерации об административных нарушениях.

Необходимо отметить, что существует некая классификация аудита, которая признается в отечественной теории и практике аудита. Внешний аудит, который проводится на договорной основе аудиторскими организациями с целью объективной оценки достоверности бухгалтерского учета и финансовой отчетности организации и внутренний аудит, который представляет собой независимую проверку и оценку работы организации в интересах руководителей. Целью внутреннего аудита является оказание помощи сотрудникам эффективно выполнять свои функции.

Инициативный аудит – аудит, который проводится по решению руководства предприятий или его учредителей. Цель – выявить недостатки ведения бухгалтерского учета, составления отчетности. Обязательный аудит – аудит, проведение которого регламентируется Федеральным законом.

В сложившейся сложной ситуации для бизнеса все больше руководителей готовы критично взглянуть на экономическое положение своей организации, и понимают, что без серьезной реорганизации деятельности компаний дальнейшего существования, скрыта пеленой неопределенности.

Именно поэтому руководители в кризисной ситуации пытаются отыскать источники потерь, мобилизовать внутренние возможности для повышения эффективности бизнеса и конкурентоспособности предприятия.

В связи с этим на сегодняшний день одним из актуальных видов аудита является аудит эффективности, активно развивающийся в России.

Аудит эффективности – это обобщенное название для получающих в настоящее время все большее распространение аудитов, главные цели которых сосредоточиваются на вопросах оценки результативности, экономичности и продуктивности финансово-экономической деятельности (организации, органа управления, учреждения, субъекта хозяйствования) или программ (государственных, муниципальных и др.) в общественном или частном секторах.

Аудит эффективности представляет собой тип финансового контроля экономических и социальных результатов. Результаты определяются путем проведения проверок исполнения бюджета на объектах контрольного мероприятия.

Он берет свое начало с 1977г., когда на Конгрессе Международной организации высших органов финансового контроля была принята Лимская декларация.

Аудит эффективности представляет собой проверку деятельности, направленную на выявление недостатков в управлении предприятием с последующими рекомендациями для увеличения результативности, экономичности и продуктивности управления предприятием. В отличие от аудита правильности, где акцент делается либо на поиске ошибок, нарушений, отступлений от законов и правил, признаков злоупотреблений и нецелевого использования средств, аудит эффективности ориентирован на систематическую оценку результативности использования ресурсов, а также поиск причин неэффективности и возможностей улучшения финансово-хозяйственной деятельности.

В таблице 1 отражены различия между аудитом эффективности и финансовым аудитом.

Таблица 1 - Различия между аудитом эффективности и финансовым аудитом.

Характеристика	Аудит эффективности	Аудит правильности
Цель	Выявить, является ли программа или деятельность результативной, экономической и продуктивной	Выявить, является ли бухгалтерская отчетность достоверной и правильно составленной
В центре внимания	Организационная и управленческая программа и деятельность, результаты/выходные данные	Система бухгалтерского учета, система управления
Научно-методическая база	Теоретическая база финансов, экономики, социологии, права, наука об управлении, отчетность	Бухгалтерский учет
Методология	Исследовательская, но отличающаяся наличием сферы, подлежащей проверке	Стандартизированный метод
Оценочные критерии	Особые критерии для каждого аудита	Стандартизированные критерии

Что касается нормативного регулирования, то понятие аудита эффективности в системе регулирования не закреплено, поскольку аудит в юридическом смысле ориентирован на проверку бухгалтерского учета и отчетности. Аудит эффективности, прежде всего, предназначен для управленческого персонала, поэтому критерий качества управленческой информации – это необходимость, достаточность и релевантность такой информации для принятия и контроля выполнения управленческих решений.

Основными направлениями исследования аудита эффективности являются:

- выполнение поставленных целей;
- соответствие нормативно-правовым положениям;
- экономически эффективное использование ресурсов;
- достоверность данных об эффективности;
- контроль и оценка эффективности деятельности;
- обеспечение гарантий в отношении активов.

Таким образом, можно сказать, что аудит эффективности чаще всего исследует вопросы, как аудируемая организация использовала имеющиеся ресурсы для достижения основных целей деятельности. И в этой ситуации лучшим решением будет привлечение внешнего опытного аудитора, нежели пытаться самостоятельно диагностировать состояние предприятия. И тому подтверждение следующие факторы:

1) наличие опыта в проведении аудита, возможность увидеть слабые места путем сравнения с десятками аналогичных предприятий, отлаженная методика, позволяющая собрать всю необходимую для последующей диагностики информацию;

2) отсутствие вовлеченности во внутренние процессы, руководство получает объективную оценку происходящего на предприятии;

3) большинство руководителей предприятий регулярно улучшают процессы и без того являющиеся сильными сторонами предприятий, а на процессы с низкой эффективностью упорно не обращает внимание, а привлечение внешнего аудитора позволяет руководителю пересмотреть свою позицию, касаясь слабых участков и расставить приоритеты по реорганизации деятельности.

Целевую направленность аудита эффективности можно обозначить как экономичность, продуктивность и результативность. Единого определения этих трех компонентов не существует, но зачастую их понимают следующим образом.

Аудит экономичности предполагает насколько экономично и рационально предприятие приобретает, сохраняет и использует свои ресурсы, причины нерациональности и неэкономичности деятельности, насколько деятельность предприятия согласуется с законами и положениями по вопросам экономичности и рациональности.

Аудит продуктивности включает в себя оценку уровня продуктивности, достигнутого проверяемой организацией, адекватности и надежности систем или процедур, предназначенных, чтобы измерять и сообщать о продуктивности, усилий организации, направленных на исследование и внедрение возможностей повышать продуктивность.

Аудит результативности направлен, прежде всего, на проверку того, что аудируемый делает нужные вещи и что аудируемый достигает целей,

эффективно используя соответствующие способы для достижения оптимальных результатов.

В данном случае аудит – это не только комплексное исследование финансовой отчетности, но и комплексный анализ хозяйственной деятельности и тем самым он не должен ограничиваться только констатацией формального соответствия отчетности правилам ведения бухгалтерского учета, а и анализировать данные учета в целях оценки эффективности бизнеса.

Успех по внедрению аудита эффективности в российскую практику в первую очередь зависит от проработки методической базы. Несмотря на то, что многие процедуры аудита эффективности могут быть заимствованы из аудита правильности, направленного на поиск ошибок, нарушений, признаков злоупотреблений, в целом разработка его методологии представляется более сложной задачей. И прежде всего, это касается выбора и формирования критериев оценки эффективности.

Проведение исследования в ряде зарубежных стран методологии аудита эффективности, позволило сделать следующие принципиальные выводы:

- методика проведения аудита эффективности во многом повторяет положения общепринятых международных стандартов аудита;
- происходит адаптация практических рекомендаций по проведению аудиторских проверок к каждой конкретной ситуации;
- аудит эффективности проводится на основе имеющихся лучших практик, установленных критериев и индикаторов эффективности, реже – на основе заключения аудитора.

Необходимо отметить, что существуют разновидности аудита эффективности.

В мировой практике известно несколько разновидностей аудита эффективности: аудит выполнения, аудит соотношения цены и качества, аудит использования государственных средств, операционный (эксплуатационный) аудит, аудит управления.

Содержание, цели и задачи аудита выполнения нашли отражение в национальных и международных документах. Так в Лимской декларации руководящих принципов контроля была подтверждена необходимость

проведения аудита выполнения и указано: «Традиционной задачей высшего контрольного органа является аудит законности и правильности финансового управления и бухгалтерского учета. В дополнение к этому типу аудита, который сохраняет свое значение, имеется и другой в равной степени важный тип аудита – аудит выполнения, который ориентирован на рассмотрение выполнения, экономии, результативности и эффективности управления. Аудит выполнения включает не только специфические финансовые аспекты управления, но и всю управленческую деятельность, в том числе и организационную и административную системы».

Офис Генерального аудитора Канады в Руководстве по аудиту выполнения дает следующее его определение: «Аудит выполнения – это систематическая целеустремленная, организованная и целевая экспертиза правительственных действий. Он предоставляет оценку выполнения действий, с информацией, наблюдениями и рекомендациями намереваясь продвигать ответственное правительство, этическое и эффективное коммунальное обслуживание, хорошее управление и жизнеспособное развитие. Его возможности включают экспертизу экономичности, эффективности, стоимостной результативности, отношения ответственности».

VFM аудит (value for money audit) (аудит соотношения цены и качества) имеет тенденцию концентрироваться на финансовых проблемах, например, экономичности затрат и достижений в сбережении финансов в пределах достигнутого уровня получаемой продукции или предоставляемых услуг. То есть он рассматривает прежде всего финансово-зависимые вопросы и поэтому, как правило, может быть выполнен людьми, имеющими только финансовые контрольные навыки.

Операционный аудит – это изучение аудиторами операций компании с целью дать рекомендации по экономичному и продуктивному использованию ресурсов. Результативному достижению целей и осуществлению деятельности компании. Цель операционного аудита – помочь клиенту улучшить использование мощностей и ресурсов его фирмы при достижении поставленных целей. Операционный аудит – проверка методов функционирования хозяйственной системы в целях оценки ее производительности и эффективности. Операционный аудит может быть классифицирован

как аудит управляющих в выполнении их обязанностей и как аудит персонала в управлении полными корпоративными операциями.

Проведение аудита эффективности достаточно затратное мероприятие и, как правило, зачастую требует привлечения значительных ресурсов и организационной поддержки. В связи с этим результаты аудита должны использоваться для принятия управленческих решений по повышению эффективности деятельности предприятия.

Литература:

- 1.Аренс Э. Аудит / пер. с англ. М.: Финансы и статистика, 2010 г.
- 2.Аудит: учеб. [Текст]: Колмогоров Л.Н., Фомина Л.Ф., - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2012. - 672 с.
- 3.Иванова Е.И., Мельник М.В., Шлейников В.И. Аудит эффективности в рыночной экономике: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2011
- 4.Информационная база обеспечения внутреннего контроля. Ищенко О.В. Вестник Академии знаний. 2012 № 1. С. 18-25.
- 5.Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебное пособие для ВУЗов / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова; по ред. Н.П. Любушина – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 471 с.
- 6.Мерзликина Е.М., Никольская Ю.П. Аудит: Учебник. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010 – 368 с. – (Высшее образование).
- 7.Нормы профессионального поведения и функции бухгалтера-аналитика. Лыкова О.С., Ленкова М.И. В сборнике Материалы I Международной научно- практической конференции «В мире научных исследований» Краснодар, 2013. С. 98-101.
- 8.Особенности аудита расчетов с дебиторами и кредиторами. Александрова Ю.М., Ищенко О.В. В сборнике: Материалы IV Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т. А., Краснодар, 2013. С. 6-13.
- 9.Особенности аудита основных средств. Виткалова Т.А., Ищенко О.В. В сборнике: Материалы IV Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А, Краснодар, 2013. С. 13-22.
- 10.Особенности аудита расчетов с подотчетными лицами. Малышко М.Р., Ищенко О.В. В сборнике: Материалы I Международной научно-

практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А., Краснодар, 2013. С. 58-66.

11.Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99. Утверждено приказом Минфина РФ от 6 мая 1999 г.№ 32н [Электронный ресурс]: справ. правовая система Консультант Плюс.

12.Рябухин С.Н. Аудит эффективности использования государственных ресурсов. М.: наука, 2009;

13.Робертсон Дж. Аудит / пер. с англ. М.: KPMG; Аудиторская фирма «Контакт», 2010 г.;

14.Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. и доп. - Мн.: ИП «Экоперспектива», 2012. - 498 с.

15.Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности по РСБУ и МСФО. Лимонова Н.В., Ленкова М.И. Вестник Академии знаний. 2013. №2(5). С. 44-48.

16.Сущность «контроллинга» и его позиция в концепции управления организацией. Ошкина Ю.А. В сборнике: Материалы I Международной научно-практической конференции «Наука 21 века» Петрова Т.А., Краснодар, 2013. С. 75-80.

17.Учетная информация как база экономического анализа выпуска и продажи готовой продукции. Ищенко О. В. Экономика и предпринимательство. 2012 № 2. С. 102-104.

18.Учет расходов по организации производства и управления в системе «директ-костинг» как способ оптимизации бухгалтерского управленческого учета. Гучетль А.И., Ленкова В сборнике: Материалы IV Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А, Краснодар, 2013. С. 28-34.

М. ДАЛЛАКЯН
Н.р.: Ю.И. АБУЛЪЯН

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ ГОСТИНИЦ В КУРОРТНОЙ ЗОНЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

На сегодняшний день, туристский бизнес привлекает российских предпринимателей небольшими стартовыми инвестициями, быстрым сроком их окупаемости, постоянным спросом на услуги туризма, высоким уровнем рентабельности произведенных при этом затрат.

Одним из перспективных среди российских регионов с точки зрения инвестиций в гостиничное хозяйство является Краснодарский край. По экспертным оценкам, местные курорты в 2013 году посетили 6-6,5 миллионов туристов, что говорит об увеличении турпотока по сравнению с 5 миллионами посещений в 2012 году. Не мало важным фактором являлись и зимние олимпийские игры в г.Сочи в 2014г.

Все эти факторы вызвали настоящий гостиничный бум на российском Черноморском побережье. Первым приток инвестиций почувствовал Сочи, где новые гостиничные проекты оцениваются в общей сложности в \$1 млрд. В ближайшее время администрация Краснодарского края намерена привлечь еще 200 миллионов долларов на строительство различных туристских объектов. Например, группа компаний «Юмако» заключила инвестиционный договор с ООО «АльфаНефтеГазЭнергомонтаж» на сумму 26 млн. евро. Инвестиции направлены на реализацию проекта строительства комплекса апартаментов «Катерина Резиденс» на курорте Красная Поляна, который, в свою очередь, является частью клубных комплексов «Катерина Клуб».

В настоящее время малые гостиницы стали лидером специализированных программ и маркетинговых исследований. Сегодня в России малой считается гостиница вместимостью от 10 до 100 номеров. Основные клиенты малых гостиниц – люди среднего класса. Как правило, эти клиенты нуждаются в умеренном комфорте, хорошей еде, чистоте и безопасности, и все это они находят в малых отелях. К этому добавляются приемлемые це-

ны и особая обстановка уюта, которую трудно создать в гостиничных гигантах.

Но интерес к малым формам организации гостиничного бизнеса проявляется не только в России. Определяется он изменениями в поведении основных потребителей гостиничных услуг, которыми, как известно, являются туристы. Малые гостиницы легче адаптируются к каждому клиенту, создают атмосферу «дома вдали от дома», что не исключает привнесения в быт гостей национального колорита. Кроме того, малые отели, как правило, применяют более гибкую систему скидок и обходятся клиенту дешевле, чем большие гостиницы аналогичного класса. Все это позволяет этим формам гостиничного бизнеса занять прочное положение на рынке разных стран, в том числе и в России. Таким образом, появление малых гостиниц – ответ на возникший у туристов спрос на малые формы и домашний уют.

Горный отель «Пик-отель», расположенный в поселке Красная Поляна, около Сочи, также может служить подтверждением оригинальности малых гостиниц. Гости «Пик-отеля» сравнивают его с большой ухоженной избой зажиточного русского крестьянина – настолько интересно и комфортно, в чисто русском архитектурном стиле он исполнен.

На близлежащих к Красной Поляне горных хребтах почти круглый год лежит снег, поэтому окрестности этого поселка стали настоящей туристской «Меккой» для тех, кто любит спуски на горных лыжах с заоблачных высот, сплавы по своенравным горным рекам, или жаждет испытать острые ощущения полета на парашюте.

После тщательного отбора компания "Алеан" взяла на реализацию несколько недавно построенных мини-гостиниц на 20-30 номеров в Анапе. Они выгодно отличаются по соотношению цены и качества от крупных курортных комплексов. Например, гостиница "Ардо" соответствует международному стандарту 4*, а стоимость размещения в 2-местном полулюксе в июле – 760 руб. с человека в сутки, включая 3-разовое питание. Все номера оборудованы кондиционером, телевизором, холодильником, импортной сантехникой. Расположена гостиница в центральной курортной зоне Анапы, недалеко от парка культуры с многочисленными аттракционами и аквапарком.

Отель "Лиза" расположен в районе поселка Джемете, а это, как известно, самое популярное место на Пионерском проспекте Анапы. Он находится на первой линии, в непосредственной близости от пансионата "Фея-2". Стоимость проживания в 2-местном номере в июле-470 руб. с человека в сутки. Все номера с кондиционером.

Малые гостиницы сегментируются на следующие классы: отели «люкс», отели высокого класса, отели среднего класса, отели экономического класса.

На Черноморском побережье в последние годы наблюдается бум строительства малых гостиниц. Малые гостиницы в Краснодарском крае обычно строят на 10-30 номеров, плюс в них предусмотрена рецепция, служебные помещения, кафе или ресторан и т.д. Эти гостиничные базы составляют серьезную конкуренцию «старым» объектам размещения.

Малые гостиницы, дополняя крупные и средние гостиницы, в экономическом плане менее зависимы от изменения конъюнктуры рынка гостиничных услуг и имеют возможность быстрой ценовой переориентации. Объединение малых гостиниц в цепи с установлением единых стандартов обслуживания и централизованным (через управляющую гостиничную компанию) предоставлением гостиницам ряда услуг, в т.ч. по бронированию мест, материально-техническому обеспечению, безопасности и др., в значительной мере снижает издержки на управление и повышает рентабельность малых гостиничных предприятий, особенно с учетом вводимых административных и экономических механизмов поддержки малого бизнеса.

Сегодня именно малые гостиницы имеют тенденцию гибко и быстро реагировать на меняющуюся конъюнктуру российского туристского рынка, экономически выгодны и быстро окупаются.

Литература:

- 1.Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 368 с.
- 2.Руденко А. «Свой маленький отель». // Журнал «Свой бизнес». – 2013. - № 6 – с.63

- 3.Судецкая А. «Отправились в провинцию». // Недвижимость – стены бизнеса, приложение к газете Ведомости, №8 (12) октябрь 2013. Информационный источник - МОК-Информ. <http://www.valnet.ru/m7-248.phtml>
- 4.Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем». Издательство ЭКМОС, 2011. – 400 с.
- 5.Яковлев Г.А. Экономика гостиничного хозяйства. – М.: Изд-во РДЛ, 2012. - 224 с.
- 6.<http://catalog.alean.ru/site/site.getObjects>
- 7.<http://sochi.soned.ru/>
- 8.<http://www.alean.ru/about/index.html>
- 9.<http://www.kariatida.com/chapters/page407.htm>

В. ДОРОШЕНКО
Н.р.: Д.В. ПЕТРОВ

БЕЗРАБОТИЦА КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Одной из важнейших проблем современной экономики России является проблема безработицы. Актуальность темы заключается в том, что проблема занятости и безработицы в наши дни становится неотъемлемым элементом жизни России, оказывающим существенное влияние не только на социально-экономическую, но и на политическую ситуацию в стране. Также безработица неразрывно связана с происходящими структурными сдвигами в национальной экономике и мировом хозяйстве. Она как сложное и противоречивое макроэкономическое явление остается в центре внимания и населения, и научной общественности.

Будучи напрямую связанной с процессами производства, распределения трудовых ресурсов, уровнем социально-экономического развития общества, безработица неминуемо влечет за собой такие экономические последствия как: снижение объема ВВП, которое приводит к снижению налогов, поступающих государству, увеличение расходов государства по мере своего роста, трата квалификации, сокращение производства, снижение жизненного уровня.

Рассматривая вопрос динамики безработицы в России, следует обратить внимание на характерные причины ее возникновения, особенности социально-экономических условий, влияющих на ее формирование.

Уровень безработицы является довольно высоким еще с советских времен, когда рождаемость снизилась, а число женщин, вовлеченных в экономику, резко возросло. После кризиса на рынке труда в ходе шоковой терапии 1990-х годов, возобновившийся рост экономики позволил снизить уровень безработицы и увеличить занятость населения. С 1 июля 1991 года началась официальная регистрация безработных в городах России. Российская система службы занятости, созданная в соответствии с принятым в 1991 году Законом РФ «О занятости населения в Российской Федерации» стала посредником в поиске работы гражданами и работников работодателями. В 1995 году число безработных увеличилось почти вдвое по сравнению с 1992 (по результатам обследования населения по проблемам занятости число безработных в стране составило 6,6 млн. человек). В 1998 году число безработных превысило 7 миллионов человек, что не могло не сказаться на уровне экономической активности населения. С 1998 года уровень безработицы стал снижаться.

По состоянию на май 2013 года численность экономически активного населения в России составляла 75,6 млн. человек. Это составляет порядка 53% от общей численности населения страны. В том числе 71,7 млн. человек классифицировались как занятые экономической деятельностью и 3,9 млн. человек – как безработные с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю). При этом различные регионы России также сильно различаются по уровню занятости, безработицы и по уровню привлечения иностранной рабочей силы. В мае 2013 года показатель безработицы в России опустился до рекордно низкой отметки в 5,2%. По сравнению с апрелем численность занятого населения в мае увеличилась на 531 тыс. человек, численность безработных уменьшилась на 277 тыс. человек.

В целом текущую ситуацию на российском рынке труда можно охарактеризовать как достаточно напряженную. С одной стороны, в настоящее время проблема безработицы в России не так остра и не требует при-

нятия безотлагательных мер. С другой, – в стране, по-видимому, отсутствуют свободные трудовые ресурсы, которые можно было использовать для обеспечения дальнейшего роста экономики.

Комплексный подход к системе занятости, мерам ее регулирования и социальной защите населения, позволит смягчить социальную напряженность в сфере трудовых отношений.

Поскольку безработица представляет собой серьезную макроэкономическую проблему и выступает показателем макроэкономической нестабильности, государство должно предпринимать меры для борьбы с ней. Правительственная программа содействия занятости населения должна опираться на государственную политику занятости.

Согласно российскому закону о занятости, ее главная цель заключается в содействии полной, продуктивной и свободно избранной занятости путем обеспечения профессиональной подготовки, повышения квалификации и переподготовки высвобождаемых граждан, сдерживания массовой долгосрочной безработицы, повышения эффективности государственной службы занятости и реализации других мер, направленных на обеспечение социальной защиты граждан на рынке труда. Стабилизация и рост производства должны стать отправным пунктом для достижения и поддержания эффективной занятости при социально допустимом уровне безработицы.

Поскольку единого способа борьбы с безработицей не существует, любой стране для решения этой проблемы приходится использовать различные методы. В нашей стране это:

- выплата пособий по безработице
- создание служб занятости (бюро по трудоустройству).
- совершенствование системы сбора и предоставления информации о наличии свободных рабочих мест (не только в данном городе, но и других городах и регионах);
- создание специальных служб для этих целей;
- создание государственных служб и учреждений по переподготовке и переквалификации; создание государственных служб и учреждений по переподготовке и переквалификации;
- помощь частным службам такого типа;

- проведение антициклической (стабилизационной) политики, направленной на недопущение глубоких спадов производства и, следовательно, массовой безработицы;

- создание дополнительных рабочих мест в государственном секторе экономики.

Понятно, что безработица была, есть и будет и поэтому задача государственных органов занятости должна состоять в том, чтобы не допустить длительной безработицы конкретного человека. Следовательно, основной упор должен быть сделан на профориентационную работу со школьниками, переквалификацию специалистов, содействие в предпринимательской деятельности.

Безработицу оценить, как социально-экономическое явление, однозначно нельзя. С точки зрения безработного это весьма негативное явление, так как потеря работы для большинства людей означает снижение жизненного уровня и наносит серьезную психологическую травму. Однако с точки зрения экономической динамики данное явление является просто объективной необходимостью. Другое дело, что государство должно регулировать занятость, устранять негативные последствия безработицы, а работники в свою очередь должны быть готовы к профессиональной и трудовой мобильности ради получения работы, что позволит им не остаться в рядах безработных и продолжить свою трудовую деятельность.

Литература:

1. О занятости населения в Российской Федерации: Закон РФ от 19.04.1991 N 1032-1 (ред. от 02.07.2013) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2013) // Собрание законодательства РФ, № 17, 22.04.1996, ст. 1915.
2. Труд и занятость в России. 2011: Стат. сб. – М.: Росстат, 2011. 637 с.
3. Капелюшников Р.И. Структура российской рабочей силы: особенности и динамика // Вопросы экономики. – 2006. – №10.
4. <http://ru.wikipedia.org>
5. Седых Д.Д., Горшкова В.И. Безработица как социально-экономическое явление рыночной экономики // <http://www.scienceforum.ru/2013/182/2004>

ПРОБЛЕМА ГЛОБАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СВЯЗЕЙ

Воздействие глобализации на внешнеэкономическую деятельность организации.

Международная деятельность фирмы – это деятельность, связанная с экспортом и импортом товаров, капиталов, технологий, осуществлением совместных с другими странами проектов, с интеграционными процессами в различных сферах. При осуществлении бизнеса фирмы преследуют различные цели, в зависимости от направления продукции или услуг на импорт, либо на экспорт. Соответственно стратегические цели, как правило, дифференцируют на стратегические цели импортёра и экспортёра [10, с. 133].

Стратегические цели экспортёра:

- расширение производства, увеличение прибыли за счёт захвата новых рынков за рубежом;
- достижение экономии на масштабе производства;
- увеличение прибыли за счёт использования сравнительных преимуществ других стран;
- увеличение валютных ресурсов фирмы.

Стратегические цели импортёра:

- модернизация и расширение производственной базы фирмы;
- достижение экономии на замене оборудования, сырья, комплектующих отечественного производства более эффективной зарубежной продукцией;
- расширение производства;
- увеличение прибыли за счёт захвата новых внутренних рынков;
- расширение ассортимента на национальном потребительском рынке.

В том случае, если компания поставила перед собой стратегические цели экспортёра и осуществляет мероприятия по их достижению, а имен-

но, разрабатывает стратегию развития организации ориентированную на мировые рынки, следует уделять особое внимание влиянию глобализации на функционирование и развитие предприятия и его конкурентов.

Глобализация международных связей, устраняет зависимость фирм данной страны от наличия и количества в стране тех или иных факторов. Конкурирующие фирмы продают свою продукцию по всему миру, закупают материалы, в целях получения дополнительной прибыли размещают производство во многих странах. Успех фирмы в международной конкуренции определяют не столько сами факторы, сколько то, где и насколько эффективно они используются.

Таким образом, знание сравнительных преимуществ той или иной страны, максимальный учёт местных условий и конкретных факторов и правильно выбранная стратегия позволяют фирме добиваться конкурентных преимуществ на международном рынке.

Рассматривая влияние глобализации на организацию в позитивном аспекте, можно выделить следующее:

- сокращение издержек – так как глобализация способствует либерализации экономики, вследствие чего снижаются барьеры для выхода на мировые рынки;

- усиление конкурентных преимуществ – процесс глобализации в данном случае подразумевает влияние на организацию глобальной конкуренции, то есть конкуренция проходит на более высоком уровне, в том случае, если фирма на мировом рынке успешно конкурирует, то её позиции могут значительно укрепляться за счёт этого.

- повышение репутации фирмы – под влиянием процесса глобализации экономических процессов фирма получает возможность утвердить своё имя на весь мир, за счёт правильно выбранной стратегии и тактики в рамках осуществления глобальной конкуренции.

Процесс глобализации может повлиять на организацию не только положительно, но и негативно. Так как экономики разных стран находятся на разной ступени эволюции, то и процесс глобализации оказывает различное влияние. Увеличение разницы в экономическом развитии между развитыми и отсталыми государствами является одним из негативных факторов глобализации. Излишняя либерализация экономики отсталой страны

может привести к тому, что на территории страны будут действовать иностранные фирмы, вытесняющие отечественные предприятия. Отсутствие стратегии протекционизма в стране может привести к разорению многих фирм. Без должного уровня обеспечения экономической безопасности государства на внутреннем рынке могут осуществлять захват рынка зарубежные фирмы за счёт использования демпинговой стратегии.

2 Выбор стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия с учётом оказываемого влияния на фирму процесса глобализации

Фирма, выходящая на мировой рынок, разрабатывает стратегию, в зависимости от внешнеэкономических условий, от которых во многом зависит выбор стратегии. Выделяют многонациональную и глобальную стратегии [12, с. 284]:

- многонациональная стратегия – это стратегия, которая приемлема для отраслей, где преобладает многонациональная конкуренция. Организация разрабатывает особую стратегию для каждой страны, где фирма осуществляет свою деятельность, чтобы отвечала вкусам потребителей и конкурентным условиям этих стран. Стратегические шаги в одной стране не зависят от действий в другой стране, но возникает необходимость приспособить стратегию к условиям конкретной страны;

- глобальная стратегия – это стратегия, которая даёт лучший результат в отраслях с глобальной конкуренцией или в отраслях, где начинается процесс глобализации.

Выделяют следующие глобальные стратегии:

- глобальная стратегия низких издержек – это стратегия, при которой фирма стремится обеспечить низкозатратное производство на большинстве стратегически важных рынках мира;

- глобальная стратегия дифференциации – это стратегия, при которой фирма дифференцирует свой товар по одним и тем же характеристикам в разных странах для создания постоянного имиджа фирмы в мировом масштабе и для завоевания прочных конкурентных позиций. Стратегические шаги фирмы координируются во всех странах для достижения однотипной дифференциации в мировом масштабе;

- глобальная стратегия фокусирования это стратегия, при которой основной целью фирмы является обслуживание идентичных ниш на каж-

дом стратегически важном национальном рынке. Стратегические действия компании скоординированы в рамках мирового ранка для достижения постоянного конкурентного преимущества на целевых нишах на основе низких издержек или дифференциации.

В современных условиях компании сталкиваются перед проблемой разработки стратегии. От правильного выбора стратегии, а в дальнейшем и её реализации зависит будущее компании, её жизнеспособность, стабильность на рынке и т.д.

В том случае, если организация находится под влиянием процесса глобализации, как правило, следует использовать глобальную стратегию, так как она в большей степени по сравнению с другими способствует адаптации фирмы к условиям глобализации.

Таким образом, современная организация в условиях глобализации должна начинать свою внешнеэкономическую деятельность с разработки глобальной стратегии, при этом государство, должно обеспечивать национальный рынок высоким уровнем защиты и поддержки собственных предприятий, одновременно в допустимых пределах осуществлять стратегию фритредерства, постоянно анализировать и соотносить с процессом глобализации влияние, оказанное на организации, действующие на внутреннем рынке.

Литература:

- 1.Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента, 1999.
- 2.Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Институт международного права и экономики. Издательство «Триада Лтд», 1997. – 384 с.
- 3.Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: 2-е изд. Учебник. – М.: «Гардарика», 1996. – 416 с.
- 4.Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 501 с.
- 5.Иванова Т.Ю., Приходько В.И. Теория организации: Учебник. – М.: КНОРУС, 2000. – 384 с.
- 6.Коно Т. Стратегия и структура японских организаций, 1987.
- 7.Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента М.: Дело, 1992.
- 8.Мильнер Б.З. Теория организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 558 с.

9. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов / Пер. с англ. под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
10. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. / Под ред. Р.А. Фатхудинова. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 304 с.
11. Ткачёва Е.Н. Содержание и принципы управления виртуальными организациями как новой формой экономических систем. Монография. – Краснодар, издательство Южного Института Менеджмента, 2008. – 112 с.
12. Томпсон А.А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент: Учебник. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
13. Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие, 1993.

В. КАТАЕВА

Н.р.: Е.А. ГРИГОРЬЕВА

ИНТЕГРАЦИЯ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ В XXI ВЕКЕ

Рыночная концепция, основанная на явном приоритете потребителя, получила широкое распространение с конца 1950-х годов. Для фирм-производителей стала характерной ориентация на целевые рынки, направленность на покупателя и соответствие всей деятельности в целом принципу: производить именно то, что хорошо продается, а не продавать то, что уже произведено. Маркетинг, таким образом, становится целеполагающей сферой деятельности. Наиболее часто под маркетингом понимают комплексную систему организации производства и сбыта продукции, ориентированную на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды фирмы, разработки стратегии и тактики поведения на рынке с помощью маркетинговых программ. В принципе, такая трактовка возражений не вызывает, но, по нашему мнению, следует подчеркнуть, что маркетинг – это еще и философия ведения дела, концепция деятельности на рынке, процесс создания и воспроизводства спроса конечных потребителей на определенные товары с целью получения прибыли, алгоритм действия по удовлетворению запросов клиен-

тов посредством самого товара и целого ряда факторов, связанных с созданием, поставкой и потреблением этого товара. Конкурентная борьба побуждает фирмы изыскивать все новые возможности повышения конкурентоспособности, охватывая те сферы, которые ранее не рассматривались в качестве источников усиления позиций фирмы на рынке. Конкурентная борьба протекает постоянно и приобретает все более динамичный характер (1. С. 250).

В начале 1970-х годов возник ряд предпосылок появления новой концепции обеспечения конкурентоспособности фирмы. Во-первых, маркетинговую продуктовую ориентацию оказалось целесообразным дополнить объектовой ориентацией на конкретного потребителя (это особенно четко проявилось на оптовом рынке средств производства), что стало предметом новой науки и сферы предпринимательства, называемой ныне логистикой. Во-вторых, энергетический кризис начала 1970-х годов выдвинул в качестве главного условия существования и развития фирм ресурсный фактор, внедрение качественно новой системы ресурсосберегающих технологий как в сфере производства, так и в сфере обмена. На этом этапе потребитель рассчитывает сохранить достигнутый уровень потребления и качества жизни без увеличения затрат ресурсов. Фирмы-производители ориентируются на конкретного потребителя, стремятся удовлетворить его запросы с наименьшими общими издержками в сферах производства и обращения.

Концепция логистики находит все более широкое использование, она рассматривается лицами, принимающими решение, как эффективный мотивированный подход к управлению с целью снижения как общих издержек, так и издержек производства. Конкурентная борьба побуждает фирмы изыскивать все новые возможности повышения конкурентоспособности (2. С.300.)

Логистика предлагает иную логику управления совокупными (материальными, финансовыми и пр.) ресурсами и позволяет обеспечить тесную координацию собственно логистической организации и производственной стратегии. Результатами реализации этой стратегии являются: необходимый ассортимент запасов в должном месте в нужное время; согласованность внешнего и внутреннего транспорта, гарантирующая своевременную

доставку в соответствии с требованиями производства; синхронность складского хозяйства и транспорта и соответствие упаковки требованиям транспортировки, что позволяет минимизировать расход ресурсов, снизить производственные запасы и запасы готовой продукции; синхронизация потребительских заказов и транспортных услуг. По нашему мнению, логистика – теория и практическая деятельность по организации и управлению процессами движения единой совокупности материальных, финансовых, трудовых, информационных и правовых потоков в системе рыночной экономики. Логистика проявляется сегодня как современная конкурентная стратегия хозяйствующих субъектов, целеполагающим фактором которой является ресурсосберегающий алгоритм предпринимательства; как системный подход, представляющий движение и развитие материальных, информационных, финансовых и трудовых ресурсов в категориях потоков и запасов; как алгоритм организации рационального движения материальных потоков и сопутствующих им потоков информации и финансов на всех стадиях воспроизводственного процесса; как вид предпринимательской деятельности, специализирующейся на закупке, хранении и доставке сырья, материалов, продукции потребителю (З. С. 640.)

И маркетинг, и логистика как науки, как виды функционального менеджмента имеют эмпирическую природу: своим происхождением они обязаны практической необходимости нахождения эвристических путей выхода из ситуаций, не имевших на тот момент классических путей решения. Как науки они обе давно уже обладают репрезентативной теорией. В настоящее время встает вопрос о поиске новых решений не только и не столько внутри этих наук, сколько на их стыке, в сферах их пересечения. Именно в этой области может быть достигнут системный (эмерджентный и синергический) эффект. Указанную сферу мы определяем как маркетинговую логистику и понимаем под ней раздел предпринимательской логистики, включающий методологию, теорию, методику и алгоритмизацию процесса оптимизации потоков всех видов, которые сопровождают маркетинговую деятельность, а также совокупность методов, с помощью которых в системе маркетинга осуществляется анализ, синтез и оптимизация потоков, сопровождающих товар от производителя до конкретного покупателя

и систему коммуникации субъектов маркетинговой системы в процессе взаимодействия (4. С.322.).

Суть указанного подхода заключается в интеграции функциональных сфер, связанных с прохождением материального потока от производителя к потребителю (перевозки, управление запасами, складирование, информационное обеспечение и др.) в единый комплекс. В большинстве существующих определений логистика охватывает весь путь материального потока, существующего как в виде входящего, включающего сырье, материалы, комплектующие изделия, поступающие из внешних источников на предприятие и подвергающиеся переработке в процессе производства, так и исходящего – в виде готовой продукции, движущейся в направлении от производителя к потребителю. Если управление этим потоком и считать задачей маркетинговой логистики, то ее можно определить как планирование, организацию, учет и контроль, анализ и регулирование всех операций по перемещению и складированию, связанных с потоком готовой продукции от конца производственной линии до прибытия продукции на рынок, а также каналов распределения, требующихся для организации и обеспечения взаимодействия между фирмой и ее рынками. Выделим два взаимосвязанных аспекта маркетинговой логистики: функциональный, связанный с прохождением материального потока (часто именуемый в литературе "физическим распределением") и институциональный, связанный с выбором канала распределения и управления им. Реализация подобного подхода, несомненно, служит достижению конкретной цели стратегии фирмы - наиболее полного удовлетворения запросов потребителей за счет обеспечения доступности необходимой им продукции, но не раскрывает всех возможностей системного совместного использования маркетинга и логистики.

Во многом это связано с тем, что в общепринятом смысле продажу (сбыт) продукции связывают с маркетингом, то есть речь идет о маркетинге продаж, а не о сбытовой (распределительной) логистике, которая развита значительно меньше. Аналогичным образом, материально-техническое обеспечение (снабжение) в общераспространенном значении связывается и, зачастую, идентифицируется с логистикой. И если заготовительная логистика и маркетинг сбыта развиты и разработаны достаточно основатель-

но, то маркетинг снабжения и логистика сбыта (часть проблем которой составили предмет изучения распределительной логистики) распространены и изучены в значительно меньшей степени.

В задачу фирм и их структурных подразделений, управляющих различными потоками от поставщиков к конечным потребителям, входит координация действий поставщиков, агентов по закупкам, производителей, маркетологов, участников каналов товародвижения и покупателей. Функциями (операциями) и объектами управления маркетинговой логистики как функционального менеджмента, соответственно, являются: прогнозирование сбыта, планирование распределения, планирование производства, приобретение сырья и материалов, входящие транспортные потоки, склады фирмы, приемка, упаковка, внутризаводское складирование, отправка, исходящие транспортные потоки, заказы покупателей, доставка и сервисное обслуживание. В маркетинговой логистике решаются четыре основные задачи: обработка заказов (как обращаться с заказами), складирование (где и как хранить запасы), объем запасов (сколько запасов хранить), транспортировка (куда и как доставлять товары). Затраты на маркетинговую логистику могут достигать 30-40% себестоимости готовой продукции.

Таким образом, маркетинговая логистика предполагает, что при проведении маркетинговых исследований традиционный инструментарий дополняется их интерпретацией в основных логистических категориях: потоках и запасах, а логистическое целеполагание ускорения обращения совокупности ресурсов (материальных, финансовых, информационных и пр.) осуществляется исходя из приоритета вытягивающей, а не толкающей (в этом смысле, маркетинговой) природы рынка. Вытягивающая природа современного рынка и адресная направленность производства и распределения в соответствии с запросами потребителей обуславливают и предопределяют пересеканность маркетинга и логистики и их функциональную взаимосвязь. Экономическое содержание этой организационно-функциональной деятельности состоит в создании дополнительной ценности, структура которой может быть выражена в терминах известных правил логистики, образующих своеобразный логистический комплекс: ценность самого предмета (структура, качество, количество) поставки; цен-

ность места доставки; ценность времени (точность) поставки на условиях минимальных (допустимых) общих издержек поставки.

Литература:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга: пер. с англ. СПб.: А.О. Коруна, А.О. Литера плюс, 2008. С.250.
2. Лайс Г. Маркетинг: Пособие для практиков: пер. с нем. М.: Машиностроение, 2008. С.300.
3. УДК 330.46:519.87 ББК 65.40 Б29 Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Б29 Логистика: интегрированная цепь поставок 2-е изд. / [Пер. с англ. Н.Н. Барышниковой, Б.С. Пинскера]. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. С.640.: ил. ISBN 978-5-9693-0124-5 (рус.)
4. Логистика: учеб. Пособие / Под ред. Б.А. Анакина. Ж.: Инфра-М, 2010. С.322.

В. КАТАЕВА

Н.р.: Е.А. ГРИГОРЬЕВА

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА НА РЫНОК

Сбытовая политика предприятия также направлена на повышение эффективности фирмы, так как в сфере сбыта окончательно проявляются все усилия маркетинга по повышению прибыльности, приспособлявая сбытовую сеть под потребителя, предприятие имеет больше шансов выстоять в конкурентной борьбе, именно в данной сфере предприниматель находится ближе к покупателю.

Под продвижением понимается совокупность различных видов деятельности по доведению информации о достоинствах продукта до потенциальных потребителей и стимулированию возникновения у них желания купить. Современные организации используют сложные коммуникационные системы для поддержания контактов посредниками, клиентами, с различными общественными организациями и слоями (1. С. 320).

Продвижение продукта осуществляется путем использования в определенной пропорции рекламы, методов стимулирования сбыта (продаж), персональной продажи и методов связи с общественностью

Реклама – любая оплачиваемая форма не персональной презентации и продвижения идей, товаров и услуг, осуществляемая конкретным заказчиком.

«Реклама – это печатное, рукописное, устное или графическое осведомление о лице, товаре, услугах или общественном движении, открыто исходящее от рекламодателя и оплаченное им с целью увеличения сбыта, расширения клиентуры, получения голосов или публичного одобрения». В современных условиях реклама – необходимый элемент производственно-сбытовой деятельности, способ создания рынка сбыта, активное средство борьбы за рынок. Именно в силу ее этих функций рекламу называют двигателем торговли (2. С. 457).

В рамках маркетинга реклама должна: во-первых, подготовить рынок (потребителя) к благоприятному восприятию нового товара; во-вторых, поддерживать спрос на высоком уровне на стадии массового производства товара, в-третьих, способствовать расширению рынка сбыта. В зависимости от стадии жизненного цикла товары меняются масштабы и интенсивность рекламы, соотношение между престижной рекламой (реклама фирмы-экспортера, компетентности ее персонала и т.д.) и товарной (т.е. рекламой конкретного товара); меняются также способы ее распространения, обновляются ее аргументы, подбираются более свежие, более оригинальные идеи (3. С. 560).

Хотя расходы на рекламу значительны, особенно при публикации объявлений в зарубежной прессе, участии на выставках и ярмарках и т.д., затраты эти вполне оправданы. Во-первых, отпущенные на рекламу средства включаются в калькуляцию цены товара, и продажа их соответствующего количества компенсирует затраты. Во-вторых, без рекламы торговля, как правило, идет вяло, приносит убытки, нередко превосходящие расходы на рекламу. Как показывает международная практика, рекламные расходы составляют в среднем 1,5%-2,5% стоимости реализуемых товаров производственного значения и 5%-15% по товарам бытового значения.

Подготовка рекламных материалов – сложное и ответственное дело, требует специальных знаний и значительной практики. Надо усвоить ту истину, что по мастерству рекламирования, качеству рекламных текстов и фотографий потенциальный потребитель составляет первое впечатление о

нашем предприятии-экспортере и невольно, подсознательно переносит свое мнение о качестве рекламы на выпускаемый нами товар. Чтобы изменить это мнение в лучшую сторону, придется потратить много труда и средств. Поэтому реклама обязана быть безукоризненной, в противном случае она превращается в свою противоположность – «антирекламу».

Следует решительно опровергать расхожее мнение о том, что хороший товар в рекламе не нуждается. Напротив, только хороший, конкурентоспособный товар нуждается в рекламе, причем самой интенсивной, а рекламирование товара плохого качества приводят к огромным экономическим издержкам и утрате доброго имени предприятия. На восстановление репутации в этом случае уйдут годы и миллионы.

Выделяют следующие виды рекламы: информативная, побудительная (может становиться сравнительной) и реклама-напоминание.

Информативная реклама используется для информирования потребителей о новых продуктах с целью создания первоначального спроса (4. С. 304).

Побудительная реклама используется для создания у выбранного сегмента потребителей спроса на какой-то продукт путем внушения потребителям, что рекламируемый продукт является наилучшим в рамках имеющихся у них средств.

Сравнительная реклама осуществляется прямое или косвенное сравнение определенной марки продукта с другими марками. Например, в рекламе подчеркиваются достоинства данного вида зубной пасты.

Реклама-напоминание напоминает потребителям о существующих продуктах.

Стимулирование сбыта (продаж) – это краткосрочные поощрительные меры, способствующие продаже или сбыту продукции и услуг. Если реклама призывает: «Купите наш продукт», то стимулирование сбыта основано на призыве: «Купите его сейчас». Можно рассматривать стимулирование продаж более детально, имея в виду, что оно включает: стимулирование потребителей, стимулирование торговли и стимулирование сбытовиков самой организации.

Стимулирование потребителей направлено на увеличение ими объема покупок. Используются следующие основные методы: предоставление

образцов для испытаний; использование купонов, возвращение части цены или торговая скидка; пакетные продажи по сниженным ценам; премии; сувениры с рекламой; поощрение постоянной клиентуры; конкурсы, тотализаторы и игры, дающие потребителю шанс что-либо выиграть – деньги, товары, путешествия; экспозиции и демонстрации вывесок, плакатов, образцов и т.п. в местах реализации продуктов.

Выставки и ярмарки занимают видное место в маркетинге. Их важное достоинство – возможность предоставить покупателям товар в подлинном виде, а также в действии. В любом случае посетители приходят в павильоны с ясно выраженным намерением узнать нечто новое для себя, и такое активно способствует внедрению на рынок новых товаров и услуг. Личные контакты между стендистами (представителями продавца) и потенциальными покупателями позволяют сформировать атмосферу доверия и благожелательности, что способствует развитию деловых отношений. Фирма-экспонент (выставляющая образцы своих товаров) может выступить с докладами на симпозиумах, обычно проходящих в рамках выставки (ярмарки), распространить при этом печатную рекламу, показать кино- или телефильмы, дарить рекламные пакеты, сумочки, папки и т.п. Умелая выставочная деятельность играет не меньшую, а иногда и большую роль, нежели публикация рекламных объявлений в прессе о товарах производственного назначения (5. С. 192).

Однако работа на выставке будет эффективной лишь в том случае, когда она ведется строго по плану и целенаправленно. Специалисты, находящиеся на стенде, должны четко представлять себе, ради каких коммерческих целей фирма (предприятие) участвует в выставке, и делать все от них зависящее, чтобы эта цель была достигнута.

Под персональной продажей понимается устная презентация товара с целью его сбыта в разговоре одним или несколькими потенциальными покупателями. Это наиболее эффективный инструмент продвижения продукта на определенных этапах его сбыта, особенно для создания у покупателей благоприятного отношения к предлагаемым продуктам, в первую очередь к продукции производственного назначения.

Связь с общественностью предполагает создание хороших отношений с различными государственными и общественными структурами и

слоями путем создания благоприятного мнения о компании, ее продуктах и путем нейтрализации неблагоприятных событий и слухов. Связь с общественностью включает так же связь с прессой, распространение информации о деятельности компании, лоббистскую деятельность в законодательных и правительственных органах с целью принятия или отмены определенных решений, разъяснительную работу относительно положения компании, ее продуктов, социальной роли (6. С. 320).

Итак, в маркетинге также рассматривается политика продвижения, способствующая максимальному сбыту товара, которая помогает предпринимателю лучше выяснить предпочтения покупателя и выбрать наиболее эффективный вид продвижения. Без знания техники продвижения современной фирме невозможно выжить, так как без рекламы (одного из способов продвижения) о не просто-напросто никто не будет знать.

Литература:

1. Коноплев В.Т. «Международный маркетинг». - Минск: Юго-Восток, 1998. С.320.
2. Кириленко И.Г., Макаренко П.М., Мельник Л.Ю. «Рыночная экономика и государственное регулирование»: Монография. - Днепропетровск. - Пороги, 1999. С.457.
3. Маркетинг: Учебник / А.Н. Романов, Ю.Ю. Корялогов, С.А. Красильников и др.; Под ред. А.Н. Романова. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. С. 560.
4. Фатхутдинов Р.А. «Стратегический менеджмент»: Учебное пособие. - М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел-Синтез, 1999.-304 с.
5. Моррис Р. Маркетинг: ситуации и примеры: Пер. с англ. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. С.192.
6. Крымский проект. - Краснодар: «ТИКСИ К», 2001. С.52.

БИЗНЕС-ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Развитие предпринимательства является одним из самых точных показателей экономического и социального здоровья государства и общества. Малое предпринимательство несет на себе значительную смысловую нагрузку. Мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках. Они создают среду и дух предпринимательства, без которых невозможна рыночная экономика, обеспечивает необходимую мобильность в условиях рынка, создает глубокую специализацию и кооперацию, без которых немыслима его высокая эффективность. Они способны быстро заполнять ниши, образующиеся в потребительской сфере, сравнительно быстро окупаться и создавать атмосферу конкуренции.

Как показывает опыт развитых стран, малое предпринимательство играет весьма большую роль в экономике, его развитие влияет на экономический рост, на ускорение научно-технического прогресса, на насыщение рынка товарами необходимого качества, на создание новых дополнительных рабочих мест, то есть решает многие актуальные экономические, социальные и другие проблемы. Во всех экономически развитых странах государство оказывает большую поддержку малому предпринимательству, которому свойственны цивилизованные черты. Дееспособное население все больше и больше начинает заниматься малым бизнесом. В России же, уровень развития малого бизнеса явно недостаточный по сравнению с развитыми странами мира.

В связи с этим, целью работы является разработка прогноза развития малого бизнеса в России в среднесрочной перспективе и обоснование его точности.

Для достижения поставленной цели были сформулированы и решены следующие задачи:

- определить основные подходы к прогнозированию развития малого бизнеса;
- обосновать выбор метода прогнозирования развития малого предпринимательства в РФ;
- провести ретроспективный анализ малого бизнеса в РФ;
- составить прогноз развития малого бизнеса в РФ в среднесрочной перспективе;
- провести верификацию прогноза развития малого бизнеса в РФ.

Малое предпринимательство – это сектор бизнеса, во многом определяющий темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта. И если крупный бизнес – это стержень современной экономики, то малый бизнес – связующее его звено. Поэтому развитие малого бизнеса важно как для всей России в целом, так и для каждого отдельно взятого региона. Развитие малого предпринимательства экономически выгодно, так как появление большого числа фирм приводит к появлению новых рабочих мест, малым предприятием легче управлять в условиях нестабильного курса национальной валюты, а также это приносит реальные деньги в федеральный бюджет и бюджет регионов Российской Федерации. Развитие малого бизнеса в первую очередь необходимо старым крупномасштабным предприятиям, так как они дают им новую жизнь, и в союзе с ними получают значительную выгоду, как для себя, так и для рыночной экономики в целом. Развитие малого бизнеса является одним из условий перехода России к полноценным рыночным отношениям, устойчивому развитию экономики, а также обеспечению стабильности в социальной сфере. В связи с этим в России проводится работа по разработке и реализации системного подхода к государственной поддержке малого предпринимательства. Важнейшими формами государственного регулирования малого бизнеса являются планирование, программирование и прогнозирование. Направления развития малого бизнеса ежегодно отражаются в прогнозах социально-экономического развития.

В зарубежных развитых странах прогнозирование опирается на сформированную из статистической информации схему основных взаимосвязей в национальном хозяйстве, получившую название системы нацио-

нальных счетов. СНС можно охарактеризовать как макростатистическую модель экономики и как механизм, обеспечивающий единство разработки прогнозов и планов и контроля за их выполнением. С помощью СНС органы управления и планирования разрабатывают прогнозы, проекты программ и планов, оценивают результаты воздействия на экономику, контролируют выполнение планов. [1, 2]

Особенность общегосударственного прогнозирования и планирования в Японии заключается в использовании системы социально-экономических прогнозов, планов и научно-технических программ как инструмента правительственного регулирования рыночной экономики.

Вопросами прогнозирования и планирования социально-экономических процессов занимаются Экономический совет, образованный при правительстве, Управление экономического планирования, Министерство внешней торговли и промышленности (МВТП), Управление по науке и технологии. В Японии разрабатываются пятилетние планы-программы, которые носят индикативный характер. Они разрабатываются по заданию правительства, в котором сформулированы важнейшие стратегические цели. Планы представляют собой совокупность государственных программ, ориентирующих и мобилизующих звенья экономики на достижение общенациональных целей. Планы-программы дают, во-первых, представление о наиболее вероятных путях развития национальной экономики, во-вторых, показывают проблемы, с которыми могут столкнуться правительство и деловые круги внутри и за пределами страны, в-третьих, обосновывают рекомендации по решению этих проблем.

Для разработки планов изучаются статистические данные, конкурентоспособность продукции, спрос и предложение. На основании этих данных делается научный анализ и прогноз по каждой отрасли и экономике страны в целом. Опираясь на рекомендации, каждая корпорация вырабатывает свою стратегию. [2, 15]

Учеными-экономистами высказывается точка зрения, что для России ни одна из моделей, ни японская, ни американская непригодна. Предлагается попытаться идентифицировать и экстраполировать прерванную в 1917 г. траекторию эволюционного развития экономики России. По мнению зарубежных экспертов, единственным возможным путем использования Рос-

сией зарубежного опыта в области управления экономикой является ориентация на общемировые стандарты, схемы и сочетания в использовании методов государственного регулирования, экономического прогнозирования и индикативного планирования.

В Украине прогнозы и планы на уровне государства формируются на базе проектов территориальных планов в нескольких вариантах, из которых принимается наиболее эффективный. Разработка экономических прогнозов и планов осуществляется исходя из анализа экономической конъюнктуры, НТП, внешнего положения, состояния природных ресурсов, демографической ситуации в стране. Комплексные прогнозы и планы социально-экономического развития основываются на системе демографических, экономических, научно-технических, внешнеэкономических, социальных и региональных прогнозов и планов, а также на намерениях институциональных единиц и заключенных контрактах. [3, 7]

В Китае, в отделении экономики, создана проблемная группа анализа и прогноза экономического положения, функции руководства которой возложены на Институт экономико-математических и технико-экономических исследований. Там разрабатываются теоретические и прикладные исследования в сфере экономического прогнозирования и анализа, основывающиеся на экономико-математических моделях. Члены проблемной группы в сотрудничестве с американскими учеными провели исследования и разработали макроэкономическую модель Китая, соответствующую модели США, Японии, Южной Кореи. В содружестве с другими зарубежными учеными они провели исследования в области теории и методологии экономических моделей, создав условия для повышения уровня экономического анализа и прогнозов в стране. [4, 13]

Объект исследования – развитие малого бизнеса в РФ.

Предмет исследования – количество малых предприятий и численность занятых на них в среднесрочной перспективе.

Теоретическую основу работы составили научные труды отечественных и зарубежных авторов по данной проблеме. А так же в ходе исследования изучены и использованы законодательные и нормативные акты Российской Федерации, решения и постановления Правительства, стати-

стические и информационные материалы Федеральной службы государственной статистики.

В России для прогнозирования развития малого бизнеса используются следующие подходы [5, 5]:

- экспертный подход, при котором прогноз строится на основании мнений экспертов;
- экстраполяционный подход, основанный на исследовании прошлого и перенесении сложившихся закономерностей на будущее;
- модельный подход, при котором ищется функциональная зависимость прогнозируемого показателя от факторов, на него влияющих.

Данные подходы осуществляются методами экспертных оценок, экстраполяции и экономико-математического моделирования.

Экстраполяция основана на анализе сложившихся в прошлом и настоящем закономерностей развития изучаемого экономического явления и распространения их на будущее. Предполагается, что основные соотношения, пропорции и темпы роста, характерные для данного явления, с большой степенью вероятности без существенных изменений могут иметь место в перспективе. Таким образом, использование экстраполяции в целях прогнозирования рыночной конъюнктуры представляет собой учет опыта прошлого как действия объективных законов развития экономики.

Прогнозирование развития малого бизнеса методом экстраполяции получило широкое распространение в странах СНГ. В России, с помощью этого метода, используя экспоненциальную функцию, было спрогнозировано количество малых предприятий на 2006-2008 гг. Отклонение прогнозных значений от фактических составило 8%. [6, 14]

Прогнозирование по моделям временных рядов в России несколько отличается от прогнозирования в других странах (например, в США), поскольку российские прогнозирующие организации, как правило, используют для оценки моделей и построения прогнозов месячные данные, в то время как их западные коллеги основываются на квартальных или даже на годовых рядах. Это приводит к тому, что в России по моделям временных рядов, как правило, получают краткосрочные прогнозы, а не среднесрочные, как за рубежом.

Итак, мы рассмотрели подходы к прогнозированию развития малого бизнеса. Выделили два основных метода: экстраполяция и экономико-математическое моделирование.

Малое предпринимательство играет важную роль в развитии экономики государства. С его помощью происходит развитие экономического сектора, создаются дополнительные рабочие места и увеличиваются налоговые поступления в бюджеты всех уровней.

Нынешние масштабы развития малого бизнеса в России обычно считают весьма скромными в сравнении со странами развитой рыночной экономики, где удельный вес занятых предпринимательством может превышать 50%, а доля малых предприятий в количестве всех хозяйствующих субъектов – 90%. В то же время экстенсивно развивается другая часть сектора малого бизнеса – индивидуальное предпринимательство. Численность предпринимателей без образования юридического лица постоянно растет, в связи, с чем именно по этой линии малый бизнес генерирует существенную, если не основную часть дополнительных рабочих мест.

Развитию малого предпринимательства поспособствовали законодательные шаги в области лицензирования. Позитивную роль сыграло введение «упрощённой системы» налогообложения и определённые меры в развитии банковского сектора. Важнейшее значение имеют правительственные инициативы по пресечению коррупционного давления на малый бизнес, связанного с проведением незаконных проверок.

Сложившаяся тенденция развития является положительной, хотя государству предстоит ещё немало сделать в области развития российского малого бизнеса. Только ответственные и целенаправленные шаги в данной области смогут вывести экономику России на уровень стартовых возможностей, сравнимых с ведущими мировыми странами.

Литература:

- 1.Басовский Л.В., Прогнозирование и планирование в условиях рынка. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 260 с.
- 2.Горфинкель В.Я., Малый бизнес: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2009. – 336 с.
- 3.Дуброва Т.А., Архипова М.Ю. Статистические методы прогнозирования в экономике: учебное пособие. — М., ИНФРА-М, 2008. — 136 с.

- 4.Дынкин А.А., Стратегический глобальный прогноз 2030. – М.: Магистр, 2011. – 88 с.
- 5.Кевеш Л., Малое и среднее предпринимательство в России. Стат. сб. Росстат. – 2010. – М., 2010. – 176 с.
- 6.Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л. Малое предпринимательство: учебное пособие. 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 272 с.
- 7.Минаев С., Глобальная экономика: 2010 год. – М.: ИНИОН РАН, 2010. – 86 с.
- 8.Нанивская В.Г., Андропова И.В. Теория экономического прогнозирования: учебное пособие для студентов. Тюмень, 2008. – 72 с.
- 9.Писарёва О.М., Методы прогнозирования развития социально-экономических систем. – М.: Высшая школа, 2007. – 591 с.
- 10.Смирнов Н.В., Анализ общей динамики развития малого предпринимательства в России в начале 21 века. – М.: Экономистъ, 2007. – 111с.
- 11.Ульянов И.С., Шустова Е.А., Малое предпринимательство в России. Стат.сб. Росстат. - М., 2009. – 164 с.
- 12.Шеремет А.Д., Малое предпринимательство: организация, экономика, управление: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 480 с.
- 13.Широков Б.М., Малый бизнес. Финансовая среда предпринимательства. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 496 с.
- 14.Официальный сайт министерства экономического развития РФ [электронный ресурс: <http://www.economy.gov.ru/minec/activity/sections/smallBusiness/>].

А. КИСЛИЦЫНА
Н.р.: О.В. ИЩЕНКО

ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ В АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Понимание деятельности аудируемого лица и среды, в которой она осуществляется, имеет большое значение при проведении аудита.

Согласно требованиям Федерального правила (стандарта) аудиторской деятельности № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, сре-

ды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности», утвержденное Постановлением Правительства РФ от 23.09.2002 № 696 (с изменениями от 27 января 2011 г.) аудитор должен изучить деятельность аудируемого лица и среду, в которой она осуществляется, включая систему внутреннего контроля, в объеме, достаточном для выявления и оценки рисков существенного искажения финансовой (бухгалтерской) отчетности, явившегося следствием ошибок или недобросовестных действий руководства и (или) работников аудируемого лица, а также достаточном для планирования и выполнения дальнейших аудиторских процедур.

Одними из параметров деятельности экономического субъекта, требующими изучения являются основные показатели деятельности аудируемого лица и тенденции их изменения.

В приложениях к стандарту указан примерный круг вопросов, которые может рассматривать аудитор в области оценки и анализа финансовых результатов деятельности аудируемого лица, включает:

- а) основные финансовые и статистические показатели отрасли;
- б) основные показатели результатов деятельности аудируемого лица;
- в) оценку работы персонала и политику стимулирующих поощрений;
- г) тенденции развития;
- д) использование прогнозов, смет и анализа вариантов;
- е) отчеты аналитиков и сообщения о рейтинге доверия;
- ж) анализ конкурентов;
- з) финансовые показатели результатов деятельности аудируемого лица за сопоставимые периоды, например: рост доходов, рентабельность, платежеспособность.

Аудитору необходимо разработать конкретные методы и процедуры, направленные на исследование основных показателей деятельности экономического субъекта.

Целесообразным в данном случае является применение способов экономического анализа для исследования основных показателей.

По мнению А.Д. Шеремета – финансовый анализ как один из видов экономического анализа используется в аудите в двух аспектах как:

- метод познания финансового механизма предприятия, процессов формирования и использования финансовых ресурсов для его оперативной и инвестиционной деятельности.

- вид услуг аудитора администрации предприятия, учредителям, собственникам, акционерам.

Необходимо отметить, что в первом случае результатом анализа является оценка финансового благополучия предприятия, состояние его имущества, активов и пассивов баланса. С целью прогнозирования степени риска инвестированного капитала и уровня его доходности.

Во втором аспекте необходима полная и обстоятельная информация о финансовом положении предприятия, полученных доходах и их использовании, а также поиска резервов укрепления финансового состояния, повышения доходности и наращивания собственного капитала.

Особое значение анализ имеет на ранних стадиях аудиторской проверки, в том числе и на стадии планирования проведения аудита. На этих стадиях аналитические процедуры позволяют определить особенности деятельности клиента, наметить стратегию проверки, оценить степень аудиторского риска, выявить проблемы в формировании финансовой информации. На данном этапе планируются временные рамки, глубина проверки фактического материала, процедуры, которые целесообразно применить для эффективного решения задач аудита.

В ходе проведения самих процедур аудита аудитор при помощи анализа оценивает необходимость сокращения или, напротив, увеличения количества детальных аудиторских процедур. Если анализ не выявляет отклонений, то вероятность существенной ошибки минимальна.

На заключительной стадии аудиторской проверки финансовый анализ необходим для оценки результатов и выработки аудиторского заключения.

При проведении финансового анализа используются знания таких смежных экономических дисциплин, как бухгалтерский учет, финансы и кредит, экономическая теория, хозяйственное право. Аудитор, проводящий финансовый анализ, на базе этих знаний реконструирует деятельность объекта анализа по данным исходной информации, т.е. повторяет работу бухгалтера, но в обратном порядке – от обобщения и классификации ис-

ходных данных в форме бухгалтерской отчетности до понимания сущности той или иной хозяйственной операции.

Анализ финансовых показателей позволяет аудитору понимать конкурентную позицию предприятия на текущий момент времени, насколько эффективно и результативно работает предприятие и предприятия-конкуренты.

Информация, полученная в ходе финансового анализа, важна как для внешних, так и для внутренних пользователей.

Анализ в системе внутреннего аудита преследует цели выявления резервов лучшего использования ресурсов, повышения производительности труда, снижения себестоимости продукции, роста рентабельности производства и продаж. С его помощью изучается и оценивается ритмичность производства и поставок, показатели качества и сортности продукции, техническая вооруженность труда, фондовооруженность и фондоотдача и другие показатели, характеризующие работу предприятия. Одновременно для выявления возможных злоупотреблений составляются показатели выработки и оприходования готовой продукции, оплата и поступления товарно-материальных ценностей, получения денежных средств с расчетных и валютных счетов и оприходования их в кассу.

Финансовый анализ для внешнего аудита предназначен для собственников, акционеров и инвесторов. Значимость аудиторской проверки для них не только в оценке достоверности отчетности и финансовых результатов предприятия, соответствия учетной политики действующему законодательству и оптимальности налогообложения, но и в исследовании имеющейся информации для обоснования решений по управлению, в первую очередь инвестициями.

Пользователям важно с помощью финансового анализа получить представление о динамике развития предприятия, имеет ли место рост, стабильность, спад, о структуре капитала организации, представляет ли эта структура риск для вложения капитала и какова степень этого риска, определить место аудируемого предприятия среди аналогичных предприятий. Для администрации предприятия нужен анализ, позволяющий определить резервы роста эффективности производства и сбыта продукции, факторы роста прибыли, сокращения потерь.

В зависимости от поставленной аудиторской организацией задачи, финансовый анализ может являться инструментом получения аудиторских доказательств, элементом финансового менеджмента и сопутствующим аудиту видом услуги.

Анализ может быть проведен путем сравнения показателей деятельности предприятия за разные периоды времени, а также сравнения фактических показателей с рекомендуемыми нормативными значениями и сопоставления по организациям, относящимся к одним и тем же группам (по отраслям, видам выпускаемой продукции, численности персонала и т.д.).

На практике выработаны различные правила чтения финансовых отчетов: горизонтальный анализ, вертикальный анализ, трендовый анализ, метод финансовых коэффициентов, сравнительный анализ, факторный анализ.

Кроме перечисленных аналитических методов исследования финансовой отчетности для проверки прогнозной информации используются и другие приемы финансового анализа:

1. Экономико-математические: графический, матричный метод, метод линейного программирования, метод корреляционно-регрессивного анализа, метод теории множеств.
2. Эвристические – методы, основанные на экспертных оценках специалистов, их интуиции, прошлом опыте.

Конкретный метод анализа аудитор выбирает исходя из задач анализа, своего опыта и профессиональной квалификации, объема и состава информационной базы финансового анализа

Применение методов финансового анализа в аудите даст возможность сократить сроки аудиторской проверки и расходы на проведение аудита. Вместе с тем оценивая результаты анализа на этой стадии проверки аудитор сможет определить так же степень эффективности своей работы.

Результаты анализа деятельности предприятия оказывают влияние на мнение аудитора. Составляя аудиторское заключение, аудитор должен выразить свое мнение о соответствии финансового положения предприятия требованию непрерывности деятельности, которое означает, что предприятие в течение ближайшего финансового года будет нормально функциони-

ровать и не только не прекратит своего существования, но и существенно не сократит объемы своей деятельности.

Таким образом, финансовый анализ играет огромную роль в аудиторской деятельности, способен оказать существенное влияние на дальнейшее развитие экономического субъекта, его место в рыночной экономике.

Качественный финансовый анализ – основа всего процесса аудиторской проверки, поэтому ему уделяется самое пристальное внимание, как аудиторской организацией, так и экономическим субъектом, который в нем непосредственно заинтересован.

Литература:

- 1.Правило (стандарт) №8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности», утвержденного Постановлением Правительства РФ от 23.09.2002 № 696 (с изменениями от 27 января 2011 г.).URL: <http://www.base.garant.ru/12128253.htm> (дата обращения: 03.06.2014).
- 2.Шеремет Л.Д., Суйц И.П. Аудит: Учебник - 5-е изд., перераб. и доп. - М: ИНФРА-М, 2008 - 440 с.
- 3.Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Финансовый анализ. Управление финансами: Учеб. Пособие для вузов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006 – 639 с.
- 4.Финансовый анализ а аудит. URL: <http://www.bibliotekar.ru/audit/94.htm> (дата обращения: 04.06.2014).
- 5.Место и роль финансового анализа в аудиторской деятельности. URL: <http://www.economuch.com/finansami-predpriyatii-uprav/enie/finansovoga-analiza-auditorskoj-9146.htm> (дата обращения: 05.06.2014)
- 6.Информационная база обеспечения внутреннего контроля. Ищенко О.В. Вестник Академии знаний. 2012 № 1. С. 18-25.
- 7.Особенности аудита основных средств. Виткалова Т.А., Ищенко О.В. В сборнике: Материалы IV Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А , Краснодар, 2013. С. 13-22.

8. Особенности аудита расчетов с подотчетными лицами. Малышко М.Р., Ищенко О.В. В сборнике: Материалы I Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А, Краснодар, 2013. С. 58-66.
9. Особенности аудита расчетов с дебиторами и кредиторами. Александрова Ю.М., Ищенко О.В. В сборнике: Материалы IV Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А, Краснодар, 2013. С. 6-13.
10. Учетная информация как база экономического анализа выпуска и продажи готовой продукции. Ищенко О.В. Экономика и предпринимательство. 2012 № 2. С. 102-104.
11. Учет расходов по организации производства и управления в системе «директ-костинг» как способ оптимизации бухгалтерского управленческого учета. Гучетль А.И., Ленкова М.И. В сборнике: Материалы IV Международной научно-практической конференции «Мир гуманитарного и естественного знания» Петрова Т.А, Краснодар, 2013. С. 28-34.
12. Сущность «контроллинга» и его позиция в концепции управления организацией. Ошкина Ю.А. В сборнике: Материалы I Международной научно-практической конференции «Наука 21 века» Петрова Т.А., Краснодар, 2013. С. 75-80.
13. Нормы профессионального поведения и функции бухгалтера-аналитика. Лыкова О.С., Ленкова М.И. В сборнике Материалы I Международной научно-практической конференции «В мире научных исследований» Краснодар, 2013. С. 98-101.
14. Составление бухгалтерской (финансовой) отчетности по РСБУ и МСФО. Лимонова Н.В., Ленкова М.И. // Вестник Академии знаний. 2013. №2(5). С. 44-48.

Ю. КОТЛЯРОВА
Н.р.: Д.В. ПЕТРОВ

ПРОБЛЕМА СТРУКТУРИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТА СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Бюджетная политика в нашей стране постоянно находится в центре общественного внимания, что обусловлено тем местом, которое она занимает среди основных инструментов экономической политики государства. От качества федерального бюджета, заложенных в него параметров зависят и уровень социальной защиты граждан, и инвестиционные возможности государства, и степень влияния России на международной арене. Но прежде чем говорить о бюджетном устройстве РФ, необходимо определить бюджет государства.

Бюджет государства – это план доходов и расходов государства на текущий год, составленный в форме баланса и имеющий силу закона. В любой стране гос бюджет – ведущее звено финансовой системы, единство основных финансовых категорий: налогов, государственных расходов, государственного кредита - в их действии. Тем не менее, являясь частью финансов, бюджет можно выделить в отдельную экономическую категорию, отражающую денежные отношения государства с юридическими и физическими лицами по поводу перераспределения национального дохода в связи с образованием и использованием бюджетного фонда, предназначенного на финансирование народного хозяйства, социальных мероприятий, нужд обороны и государственного управления.

Именно с помощью бюджета государство имеет возможность сосредотачивать финансовые ресурсы на решающих участках социального и экономического развития, с помощью бюджета происходит перераспределение национального дохода между отраслями, территориями, сферами общественной деятельности. Ни одно из звеньев финансов не осуществляет такого многовидового и многоуровневого перераспределения средств, как бюджет. Вместе с тем, отображая экономические процессы, протекающие в структурных звеньях экономики, бюджет дает четкую картину того, как поступают в распоряжение государства финансовые ресурсы от

разных субъектов хозяйствования, показывает, соответствует ли размер централизуемых ресурсов государства объему его потребностей.

Таким образом, при правильном подходе бюджет объективно может быть не просто средством государственного экономического регулирования, он может влиять на рост экономики и социальной сферы, ускорение темпов научно-технического прогресса, обновление и совершенствование материально-технической базы общественного производства. Проявление присущих бюджету свойств, его использование в качестве инструмента распределения и контроля возможно только в процессе человеческой деятельности, что находит свое выражение в создаваемом государством бюджетном механизме, который является конкретным выражением бюджетной политики, отражающим нацеленность бюджетных отношений на решение экономических и социальных задач.

Бюджетная система, в первую очередь, определяется действующим государственным устройством. В бюджетную систему России, как федеративного государства, входят бюджеты трех уровней, являясь ее самостоятельными частями:

1. федерального бюджета и бюджета государственных внебюджетных фондов;
2. бюджетов субъектов Российской Федерации и бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов;
3. местных бюджетов, в число которых входят бюджеты муниципальных районов, бюджеты городских округов, бюджеты внутригородских муниципальных образований городов федерального значения Москвы и Санкт-Петербурга, а также бюджеты городских и сельских поселений.

Бюджеты, входящие в бюджетную систему Российской Федерации, самостоятельны и не включаются друг в друга, т.е. бюджеты субъектов Российской Федерации не включаются в федеральный бюджет, а местные бюджеты не включаются в региональные бюджеты.

Федеральный бюджет является ведущим звеном в бюджетной системе, денежные средства которые используются для реализации целей и задач, стоящих перед государством.

Бюджет субъекта Российской Федерации и местный бюджет – формы образования и расходования денежных средств, предназначенных для обеспечения задач и функций, отнесенных к предметам их ведения.

Обособленную группу в структуре бюджетного устройства России является понятие консолидированного бюджета.

Консолидированный бюджет Российской Федерации – это свод бюджетов всех уровней бюджетной системы Российской Федерации. Консолидированный бюджет Российской Федерации включает федеральный бюджет и консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации.

Итак, государственный бюджет, являясь основным финансовым планом государства, дает органам власти реальную экономическую возможность осуществления властных полномочий. Бюджет отражает размеры необходимых государству финансовых ресурсов и определяет тем самым налоговую политику в стране. Бюджет фиксирует конкретные направления расходования средств, перераспределение национального дохода и внутреннего валового продукта, что позволяет ему выступать в качестве эффективного регулятора экономики.

Ключевая проблема межбюджетных отношений - незавершенность децентрализации бюджетной системы. Расходы субнациональных бюджетов перегружены обязательствами, установленными федеральным законодательством («федеральные мандаты»), основная часть их доходов формируется за счет отчислений от федеральных налогов и финансовой помощи, имеет место резкая несбалансированность расходных обязательств и возможностей их финансирования. Официальная система межбюджетных отношений остается чрезмерно централизованной, заведомая невыполнимость (нерациональность) ее требований позволяет субнациональным властям переложить основную политическую и финансовую ответственность на федеральный центр. Для решения этой проблемы необходимо существенно расширить налогово-бюджетные полномочия региональных и местных властей и повысить ответственность за их использование при одновременном поддержании конкурентной среды, жёстких бюджетных ограничений и увеличении доли федерального бюджета в доходах консолидированного бюджета.

Существует также проблема нецелевого использования бюджетных средств. Опыт развитых стран подсказывает, что надо сделать прозрачным, подконтрольным общественности весь процесс составления плана расходования бюджетных средств и само расходование. Иными словами, бюджет Федерации, республики, края, области или района должен быть более подробным и выполняться согласно по каждому направлению бюджетных средств, вплоть до небольших сумм, чтобы все видели, на что власти собираются потратить и как в действительности тратят деньги налогоплательщиков. Для этого бюджет должен быть детализированным, открытым и понятным. Есть надежда, что контроль за движением средств федерального бюджета и их использованием действительно усилится с полным переходом России на казначейскую систему исполнения бюджета.

До сих пор остаётся нерешённой проблема чрезмерной бюджетной и налоговой нагрузки на экономику. По мнению экспертов, условием экономического роста является предел этой нагрузки в 25% ВВП. По официальным данным, она находится на уровне 33% ВВП и выше. Характерный признак чрезмерной нагрузки – значительная доля теневой экономики. Единый социальный налог в размере 35%, по международным нормам, чрезмерен для такой страны, как Россия. Значит, государственная администрация плохо работает, государственные расходы не стали эффективными и социально направленными. Нужно освободить экономику из под государственной опеки, с одновременным подкреплением рыночного механизма сильной государственной властью. Однако она должна не командовать бизнесом, а освободить рынок от монополизма, ведомственного произвола, региональной замкнутости, коррупции, которые препятствуют рыночным отношениям.

Ещё одна немаловажная проблема – низкая эффективность расходования бюджетных средств. Для её решения необходимо пересмотреть структуру бюджетных расходов, сокращая ненужные расходы, повышать долю капитальных вложений в бюджетных расходах, улучшать сферу образования и здравоохранения, выплачивать достойную заработную плату работникам социальной сферы, создать механизм, связывающий доступ граждан к общественным благам с уплатой налогов. Открытые конкурсы

по закупкам товаров и предоставлению услуг для бюджетных организаций оздоровят экономику, сократят число злоупотреблений.

Обновление бюджетного устройства России должно вестись по следующим направлениям:

- обеспечение формирования сильного федерального бюджета как гаранта устойчивости всей бюджетной системы, мощного инструмента государственного регулирования рыночной экономики;

- переход к целевым финансовым трансфертам (грантам) территориям с аккумуляцией федеральных и региональных бюджетных ресурсов для совместного финансирования инвестиционных и социальных программ;

- отказ от предоставления бюджетно-налоговых преимуществ по признакам государственно-национального статуса субъектов Федерации;

- законодательное утверждение бюджетной асимметрии в соответствии с программами региональной экономической и социальной политики с использованием критериев «бедных» и «богатых» регионов и других утвержденных Федеральным Собранием группировок и критериев.

Все это в совокупности способно значительно усовершенствовать бюджетное устройство Российской Федерации, особенно с точки зрения формирования нормальных рыночных межбюджетных отношений, основанных на принципах бюджетного федерализма. Тем не менее, это, являясь чрезвычайно важным аспектом реформирования всей бюджетной системы, затрагивает в основном лишь внутрибюджетные проблемы. Не менее важно и формирование рациональных «внешних» бюджетных отношений, то есть отношений бюджета с конечными объектами государственного бюджетного регулирования – с населением и предприятиями. А, следовательно, возникает необходимость рационализации бюджетных расходов, повышения их целевой направленности и, конечно, оптимизации доходных поступлений. Эта проблема выражается в Российской Федерации, как, впрочем, и во многих развитых государствах, в необходимости сбалансированности бюджета: проблеме управления бюджетным дефицитом и государственным долгом.

Таким образом, сама жизнь настоятельно требует преобразования бюджетной политики Российской Федерации. Большие надежды возлага-

ются на принятие Налогового кодекса, который должен упорядочить вопросы формирования доходной базы бюджета.

Литература:

- 1.Александров И.М. Бюджетная система Российской Федерации:
- 2.Беляев Ю.А. Финансы местного самоуправления // Финансы, 2010.- № 11.- С.50-61
- 3.Вахрин П.И. Бюджетная система РФ: Учебник. — М.: ИТК "Дашков и К0", 2009 г.-350 с.
- 4.Годин А.М., Максимова Н.С, Подпорина И.В. Бюджетная система РФ: Учебник. — М.: ИТК "Дашков и К0", 2010 г.- 270 с.
- 5.Дементьев Д.В. Бюджетная система России. - Новосибирск, 2009.- 126с.
- 6.Кудрин А.Л. «Модернизация государственных финансов» Москва/изд. Дом ГУВШЭ, 2010.- 320 с.
- 7.Кудрин А.Л. Федеральный бюджет – важнейший инструмент реализации государственной политики // Финансы № 1.-2010.- С. 3.
- 8.Мацкуляк И.Д «Государственные и муниципальные финансы». Москва изд. РАГС, 2010г.- 278 с.

А. КОШЕВЕЦ

Н.р.: М.И. ЛЕНКОВА

НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ ДОХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Согласно ст. 313 НК РФ по НПО налоговая база определяется с использованием сведений из налогового учета.

Налоговый учет обобщает сведения о работе организации для установления налоговой базы на основании сведений из первичных документов, которые систематизируются в соответствии с правилами, определенными НК РФ.

Налоговый учет позволяет осуществлять сбор полных и достоверных сведений о порядке учета объектов налогообложения по налогу на прибыль. Налоговый учет позволяет предоставлять все необходимые сведения внутренним и внешним пользователям информации.

Налогоплательщики организуют систему налогового учета сами, но при этом необходимо руководствоваться правилами применения норм налогового учета. Выбранную учетную политику необходимо утвердить надлежащим приказом или распоряжением руководителя организации.

В пункте 12 статьи 167 НК РФ говорится о том, что учетная политика организации для целей налогообложения должна применяться с 1 января года, следующего за годом ее принятия, и обязательно применяется во всех обособленных подразделениях организации. Вновь созданные организации должны принять учетную политику не позднее окончания первого налогового периода. Выбранная учетная политика считается применяемой со дня основания организации.

В случае внесения поправок в налоговое законодательство Российской Федерации, или в случае предпочтения налогоплательщиком иных методов и способов учета, предлагаемых Налоговым Кодексом Российской Федерации, нужно внести поправки в учетную политику организации. Если внесение поправок в учетную политику связано с поправками в законодательстве Российской Федерации, решение о внесении поправок в учетную политику организации нужно принять до момента вступления в силу изменений закона.

Налогоплательщик решений изменить учетную политику, обязан принять решение об изменении методов и способов учета с начала следующего налогового периода. Приказ о внесении поправок должен быть подписан руководителем организации не позднее 31 декабря текущего налогового периода.

Налогоплательщик может изменять учетную политику для целей налогообложения на протяжении всего налогового периода, только если: изменится налоговый кодекс и ФЗ, или если он начинает заниматься другим видом деятельности, об этом говорится в письме Минфина России от 14.04.2009 N 03-03-06/1/240.

В статье 313 НК РФ говорится о том, что сведения из налогового учета должны отражать, методы учета сумм доходов. Сведения из налогового учета подтверждаются первичными учетными документами, такими

как аналитические регистры налогового учета или справкой бухгалтера и расчетом НБ.

Статьей 9 Федерального закона от 21.11.1996 N 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» установлено, что все хозяйственные операции необходимо оформляться оправдательными документами, служащими первичными документами, с помощью которых в организациях ведет бухгалтерский учет.

Письмо УФНС Российской Федерации по г. Москве от 27.12.2007 N 20-12/124747 сказывает на то, что в качестве первичных учетных документов в налоговом учете используются копии первичных документов, используемых в БУ.

Первичные документы принимаются к бухгалтерскому учету, если они оформлены по унифицированным формам первичной учетной документации. Если в альбоме унифицированных форм нет правил оформления для данного документа тогда, организация может сама разработать необходимый документ.

Форма этого документа, должна содержать следующие обязательные реквизиты:

- наименование документа;
- дату составления документа;
- наименование организации, от имени которой составлен документ;
- содержание хозяйственной операции;
- измерители хозяйственной операции в денежном и натуральном выражении;
- наименование должностей лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность ее оформления;
- личные подписи указанных лиц.

Если налогоплательщик ведет внешнеэкономическую деятельность то для подтверждения хозяйственных операций он должен использовать документы, составленные по правилам, которые используются в иностранных государствах, представителями которых являются его клиенты. В документы должны содержаться те реквизиты, которые достаточно полно отображают суть операции. В иностранных документах должны быть все обязательные реквизиты, которые применяются и для российских первичных документов. На что указывает Письмо УФНС России по г. Москве от

13.04.2007 N 20-12/035154. Также в нем говорится о том, что в соответствии со статьей 68 Конституции РФ государственным языком на всей территории Российской Федерации является русский язык. Поэтому организация может представить документы, оформленные по законам иностранного государства и доказывающие обоснованность расходов, если они переведены на русский язык.

Если в регистрах бух. учета не хватает сведений для определения налоговой базы по налогу на прибыль, налогоплательщик может дополнить регистры бухгалтерского учета которые он использует, добавочными реквизитами, создавая новые регистры налогового учета, либо принять самостоятельные регистры налогового учета. Аналитические регистры налогового учета в соответствии со статьей 314 Налогового Кодекса РФ, это сводные формы систематизирования сведений из налогового учета за отчетный период, классифицированные в соответствии с требованиями главы 25 Налогового Кодекса РФ без разделения по счетам бухгалтерского учета.

Для форм аналитических регистров налогового учета тоже должны быть обязательные реквизиты:

- наименование регистра,
- период (дата) его составления,
- измерители операции в натуральном (если это возможно) и в денежном выражении,
- наименование хозяйственных операций,
- подпись (расшифровка подписи) лица, ответственного за составление указанных регистров.

После вступления в силу гл. 25 НК РФ МНС России создало Рекомендации.

Согласно которым учет следует структурировать так чтобы обеспечить постоянное отражение сведений о порядке совершения фактов хозяйственной деятельности которые в соответствии с налоговым кодексом могут повлиять на размер налоговой базы.

Налоговый кодекс РФ дает налогоплательщикам право самостоятельно определять порядок документооборота и порядок выполнения операций по регистрации показателей налогового учета, а также формы отра-

жения данных на бумажных документах. Для оформления регистров налогового учета можно использовать бумажные документы, электронные и (или) любые машинные носители.

В случае выявления погрешностей в аналитических регистрах налогового учета допускается внесение правок, которые обязаны быть обоснованы и заверены подписью руководителя организации с указанием даты внесения поправок.

В налоговом учете необходимо применять следующие регистры налогового учета, предложенные МНС России:

- регистр учета доходов текущего периода, который входит в состав регистров организации отчетных данных. Регистр применяется для систематизации сведений о источниках получения доходов организации в отчетном (налогового) периоде для исчисления сумм доходов (реализационных и внереализационных доходов) отчетного (налогового) периода, показанных в налоговой декларации по налогу на прибыль.

- регистр учета операций выбытия имущества, выполнения работ, оказания услуг, предоставления прав, регистрируемых в составе регистров учета хозяйственных операций. Регистр используется для систематизации сведений о мероприятиях выбытия имущества налогоплательщика, осуществления им работ, оказания услуг, предоставления прав и сбора сумм соответствующих доходов от реализации, подлежащих зачислению в налоговую базу согласно нормам установленным главой 25 Налогового Кодекса РФ. Формирование регистра должно предоставлять возможность систематизации сведений по условиям и источникам получения налогоплательщиком дохода и по типам полученных доходов;

Литература:

1. НК РФ ст. 167 п. 12
2. НК РФ ст. 314
3. НК РФ Статья 313
4. Статья 9 Федерального закона от 21.11.1996 N 129-ФЗ «О бухгалтерском учете»
5. Письмо Минфина России в от 14.04.2009 N 03-03-06/1/240.
6. Письмо УФНС Российской Федерации по г. Москве от 27.12.2007 N 20-12/124747

7.Письмо УФНС России по г. Москве от 13.04.2007 N 20-12/035154

8.Рекомендации МНС России «Система налогового учета, рекомендуемая МНС Российской Федерации для исчисления прибыли в соответствии с нормами гл. 25 Налогового кодекса Российской Федерации».

Б. МАМИЙ

Н.р.: Е.В. ФОМЕНКО

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Сейчас ни у кого уже не вызывает сомнения, что грамотное и продуманное стратегическое управление в условиях современной экономики является важнейшим и основополагающим условием успеха любого предприятия. В общем смысле стратегия управления это план управления фирмой, направленный на укрепление ее позиций, удовлетворение потребителей и достижение поставленных целей.

Стратегия управления современной фирмой охватывает огромное количество функций и подразделений: снабжение, производство, финансы, маркетинг, кадры, научные исследования и разработки. Принятие стратегического выбора означает связывание бизнес-решений и конкурентоспособных действий, собранных по всей компании, в единую систему. Это единство подходов и действий отражает текущую стратегию предприятия.

Хорошо продуманное стратегическое видение готовит компанию к будущему, устанавливает досрочные направления развития и определяет намерение компании занять конкретные деловые позиции.

Разработка стратегии является одной из основных функций менеджмента. Среди всего, что выполняет менеджер, найдется немного того, что в такой значительной мере влияет на благополучие компании, как разработка долгосрочной стратегии, развитие конкурентоспособных, эффективных стратегических действий, бизнес-подходов и выполнение стратегии таким образом, чтобы достичь намеченных результатов.

Стратегическое управление – это подсистема менеджмента организации, которая осуществляет весь комплекс конкретных работ профессиональной дея-

тельности по стратегическому анализу, развитию, реализации и контролю стратегии организации [6].

Стратегическое управление призвано расширить горизонты предвидения и тем самым создать возможность своевременной ответной реакции организации на те изменения, которые происходят в ее внешней среде: на рынках товаров и технологий, в научно-технической, экономической, социальной и политической сферах.

Формирование стратегии – это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения.

Стратегия выступает не только в качестве инструмента обоснования, выработки и реализации долгосрочных целей и задач производственного, научно-технического, экономического, организационного и социального характера, не только как фактор, регулирующий деятельность организации до тех пор, пока намеченные цели и задачи не будут достигнуты, но одновременно и как средство связи предприятия с внешней рыночной средой [7].

Оказаться без стратегического управления – значит, подвергнуть риску само существование организации, лишить ее возможности прогнозировать и строить планы, обречь лишь на краткосрочные, порой сиюминутные или запоздалые решения.

Практика показывает, что те организации, которые осуществляют комплексное стратегическое планирование и управление, работают более успешно и получают прибыль значительно выше средней по отрасли. Для успеха необходима целенаправленная концентрация сил и правильно выбранная стратегия. Иными словами, кто лучше планирует свою стратегию, тот быстрее достигает успеха.

Деятельность современных организаций различается как сферами деятельности, так и целями, которых организация стремится достичь с располагаемыми ресурсами, используемыми технологиями, уровнем менеджмента.

Поэтому классификационные признаки, на основании которых стратегии организации могут быть разбиты на классы, по мнению В.Э. Керимова, также достаточно разнообразны. В практике управления стратегии бывают как определенными, четко сформулированными руководством организации, так и

неопределенными, не существующими в виде хорошо продуманных и принятых руководством организации формулировок [3].

В основании этой классификации лежит уровень проработанности и осознанности руководством стратегии организации. Эффективно функционирующие организации руководствуются в своих действиях четкой, продуманной стратегией.

В то же время встречаются организации, в которых стратегическая линия деятельности остается не до конца продуманной, а следовательно, и не сформулированной.

По характеру изменений, происходящих в деятельности организации, стратегии подразделяются на стратегии роста, ограниченного роста, сокращения и их сочетания.

Стратегия роста закладывается в стратегические цели организации и может предполагать достижение более значимых объемов производства продукции или оказания услуг, изменение области деятельности, переход на новые или расширение существующих рынков сбыта, внедрение новых технологий, переоснащение предприятия, расширение производства, существенное изменение структуры управления организацией и т.д.

Стратегия ограниченного роста более характерна для уже сложившихся организаций. Такие организации обладают, как правило, ресурсами, технологиями, менеджментом, достаточными для осуществления их деятельности. Стратегические цели в них формируются по принципу «от достигнутого» и не предполагают резких изменений в деятельности. Она более характерна для успешных организаций.

Стратегия сокращения используется в случаях, когда по тем или иным причинам для руководства организаций более целесообразным представляется уменьшение объемов производства или оказываемых услуг, свертывание какого-либо из направлений деятельности, ликвидация организаций. Для стратегии сокращения характерно снижение уровня целей по сравнению с тем, который ставился ранее. Эта стратегия используется, когда наблюдается общий экономический спад, возникают неблагоприятные обстоятельства для отдельного вида деятельности или отдельно взятой организаций, а также в случае, когда принимается стратегическое решение о переориентации деятельности, о изменении ассортимента, о выходе на новые рынки сбыта [5].

На первый взгляд может показаться, что выполнение стратегии – это почти одно и то же, что и обычное управление. Действительно, раз стратегия предприятия определена, то дальше должна начинаться рутинная работа по её выполнению, которая очень далека от стратегического управления. На самом деле в таком рассуждении держится большое заблуждение. Для понимания роли и сущности стадии выполнения стратегии очень важно иметь в виду следующее: выполнение стратегии не играет роль пассивного по отношению к принятой стратегии средства её проведения в жизнь; важным свойством выполнения стратегии является то, что оно не только может в силу плохого осуществления реализации хорошей стратегии создать для предприятия трудности, но и то, что при условии хорошего осуществления оно может дать организации шанс на успех, даже если были допущены ошибки при выработке стратегии.

Анализ деятельности фирм, успешно реализовавших свои стратегии, показывает, что они в своей деятельности следовали следующим правилам.

Во-первых, цели, стратегии и планы были хорошо доведены до работников, с тем, чтобы добиться с их стороны не только понимания того, что делает организация, но и неформального вовлечения в процесс выполнения стратегий, в частности выработки у сотрудников обязательств перед организацией по реализации стратегии.

Во-вторых, руководство не только своевременно обеспечивало поступление всех необходимых для реализации стратегии ресурсов, но и имело план реализации стратегии в виде целевых установок и фиксировало достижение каждой цели.

Практика бизнеса показала, что не существует стратегии, единой для всех компаний, как и не существует единого универсального стратегического управления. Каждая фирма уникальна в своем роде, и процесс выработки стратегии для каждой фирмы уникален, так как он зависит от позиции фирмы на рынке, динамики ее развития, ее потенциала, поведения конкурентов, характеристик производимого ею товара или оказываемых ею услуг, состояния экономики, культурной среды и еще многого другого. В то же время есть ряд основополагающих моментов, которые позволяют говорить о некоторых обобщенных принципах осуществления стратегического управления. Конечно, всегда следует помнить, что стратегическое управление – это в первую очередь продукт творчества высшего руководства, но в то же время можно гово-

рять и о некой теории стратегического управления, знание которой позволяет более эффективно осуществлять управление организацией.

Стратегическое управление – это такое управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей [2].

Но возможности стратегического управления не безграничны. Существует ряд ограничений на использование стратегического управления, которые указывают на то, что и этот тип управления, равно как и все другие, не универсален для любых ситуаций и любых задач.

Во-первых, стратегическое управление уже в силу своей сущности не дает, да и не может дать точной и детальной картины будущего.

Во-вторых, стратегическое управление не может быть сведено к набору рутинных правил, процедур и схем. У него нет теории, которая предписывает, что и как делать при решении определенных задач или же в определенных ситуациях. Конечно, существует ряд рекомендаций, правил и логических схем анализа проблем и выбора стратегии, а также осуществления стратегического планирования и практической реализации стратегии.

В-третьих, требуются огромные усилия и большие затраты времени и ресурсов для того, чтобы в организации начал осуществляться процесс стратегического управления.

В-четвертых, резко усиливаются негативные последствия ошибок стратегического предвидения.

В-пятых, при осуществлении стратегического управления зачастую основной упор делается на стратегическое планирование. Однако этого совершенно недостаточно, так как стратегический план не обеспечивает его обязательного успешного выполнения. На самом деле важнейшей составляющей стратегического управления является реализация стратегического плана.

Данные ограничения на использование стратегического управления были выделены Парахиной В.Н. [4].

Функции стратегического управления:

- а) определение целей фирмы с учетом рыночной ситуации;
- б) определение средств достижения этих целей;
- в) сегментация, то есть разделение общей цели на подцели;
- г) разработка соответствующих перспективных планов и программ.

Все виды менеджмента взаимосвязаны. Любой менеджер выполняет административные функции, руководит персоналом, участвует в выборе целей своей деятельности и средств ее достижения. Директор малого предприятия и тем более индивидуальный предприниматель сам выполняет все или большинство функций. Лишь с увеличением размеров фирмы появляется возможность закрепить их за разными сотрудниками или отделами управления. Однако во всех случаях целесообразно различать и анализировать виды менеджмента, поскольку для них характерны особые средства и методы управления, навыки и приемы.

Стратегический менеджмент – основа управления предприятием. Установление целей развития и средств их достижения определяет задачи всех видов менеджмента [1].

Место и роль стратегического управления в настоящее время очень значимое в системе управления. Правильно избранная и успешно претворенная в жизнь стратегия управления предприятием – залог его плодотворного функционирования в условиях рыночной экономики.

Очевидно, что оказаться без стратегического управления – значит, подвергнуть риску само существование организации. Стратегическое управление призвано расширить горизонты предвидения, усилить дальность зрения и тем самым создать возможность своевременной ответной реакции организации на те изменения, которые происходят в ее внешней среде. Так как единой для всех предприятий стратегии не существует, то каждое предприятие, желающее выжить в жестких условиях рынка, вырабатывает свою собственную стратегию на основе анализа внешней среды, собственного потенциала, основываясь на целях и миссии организации. Выработка стратегии организации – не самоцель стратегического управления. Эта сложная и трудоемкая работа приобретает смысл, только в том случае, если стратегия в дальнейшем успешно реализуется. Для того чтобы контролировать процесс реализации стратегии и быть уверенными в достижении поставленных целей, руководители органи-

зации вынуждены разрабатывать планы, программы, проекты и бюджеты, мотивировать процесс, т. е. управлять им.

Литература:

- 1.Зайцев Л.Г., Соколова М.И. Стратегический менеджмент. – М.: Экономика, 2004. – 416с.
- 2.Виханский О.С, Наумов А.И. Менеджмент. – М.: Гардарики, 2003. – 236с.
- 3.Керимов В.Э. Стратегический учет. – М.: Омега-Л, 2005. – 315с.
- 4.Парахина В.Н. Стратегический менеджмент: учебник / В.Н. Парахина, Л.С. Максименко, С.В. Панасенко. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007. – 496 с.
- 5.Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов / А.А. Томсон, А. Дж. Стрикленд. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 576с.
- 6.Шевчук Д.А. Стратегический менеджмент. Учебное пособие / Д.А. Шевчук. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 476с.
- 7.Рюли Э. Исследование стратегических процессов в организации / Э. Рюли // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – №5. – С. 99 – 104.

М. НАНИЗ

Н.р.: Т.В. ПАВЛЮШКЕВИЧ

ОСОБЕННОСТИ ВЕНЧУРНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Проблема развития конкурентоспособного технологического потенциала страны в настоящее время является одной из ключевых. Инновационный путь развития заставляет искать новые подходы к реализации научно-технического потенциала. В значительной степени решение данной проблемы зависит от возможности и умения использовать современные финансовые инструменты и механизмы для привлечения в высокотехнологичную сферу экономики внебюджетных инвестиций. Актуальность темы определена тем, что одним из наиболее перспективных путей реализации высоко рискованных наукоемких инновационных проектов является инвестирование, эффективность которого подтверждена мировой практикой.

Развитие индустрии капитала и прямого инвестирования в

настоящий момент является одним из приоритетных направлений государственной инновационной политики и необходимым условием активизации инновационной деятельности и повышения конкурентоспособности отечественной промышленности.

Инвестирование – вид инвестирования, присущий развивающимся, динамично растущим рынкам. Это инвестиции для тех, кто готов вкладывать достаточно крупные суммы, рисковать и зарабатывать много, давая экономике новые технологии и производства. Венчурное инвестирование – это вложения в проекты, отдача от которых стоит под большим вопросом. В такие проекты нельзя вложиться «чуть-чуть» – им нужен один, максимум два инвестора, которые, поверив в проект, будут финансировать его до конца. Конца, понятно, может быть два – либо провал и потерянные вложения, либо успех и многократная отдача от инвестиций.

Особенности инвестирования заключаются в том, что, во-первых, это инвестиции в проекты, находящиеся в начальной стадии реализации, так называемые «старт-апы». Это может быть либо только идея, либо действующий опытный образец – но не налаженное производство с сетью сбыта. Иначе нарушается главное условие инвестирования – неизвестность уровня рыночной привлекательности продукции. Второе условие – наличие «ноу-хау». Новшество может выражаться в чем угодно – в новом виде продукции, новой разновидности уже известного продукта, новой технологии производства широко распространенного продукта. Обычно это высокотехнологичные, наукоемкие изобретения, но иногда возможен и успех очень простой идеи, способной перевернуть целые отрасли. Из всего объема ценных с научной точки зрения разработок нужно выбрать именно те достижения, которые возможно использовать на практике с достижением результата в короткий срок. Разглядеть действительно перспективное изобретение – это и есть залог успеха инвестиций. [3]

К особенностям в инвестировании также относятся:

- инвестор осуществляет вложения на долгосрочной основе и не ожидает быстрой отдачи;

- инвестор с самого начала предвидит свой выход из проекта. Существует три основных способа выхода из проекта: вывод компании на

биржу, продажа ее стратегическому покупателю или менеджменту. Таким образом, предприятие должно заранее подготовиться к этому событию, чтобы вывод средств не сказался на его операционной и финансовой деятельности;

- венчурный инвестор часто входит в руководство компании или группы, реализующей финансируемый проект. При этом он оказывает поддержку и консультативную помощь руководству фирмы, поскольку заинтересован в скорейшем успехе и получении доходов.

Существует два основных типа источников подобного финансирования:

- венчурные инвестиционные фонды, осуществляющие рискованные вложения в проекты фирм и отдельных предпринимателей;

- индивидуальные инвесторы или бизнес-ангелы т.е. физические лица, которые достигли определенного уровня благосостояния и способны вкладывать личные средства в проекты с высоким потенциалом роста.

Индивидуальные инвесторы, или бизнес-ангелы, могут быть как российскими, так и зарубежными физическими лицами. Эта группа инвесторов наиболее закрыта. Однако если предприниматель сможет найти такого инвестора, заинтересовать его своей идеей и снискать доверие, то проблема привлечения средств значительно упрощается. Как правило, объем вложений бизнес-ангелов составляет от 50 тыс. до 1 млн. долл.

Фонды играют важную роль в системе посредниками между частными инвесторами и получателями финансовых средств. Под фондом понимается объединение на добровольной основе финансовых и материальных ресурсов, интеллектуального капитала нескольких физических и/или юридических лиц для организации процесса инвестирования в наукоемкие проекты. Деятельность венчурных фондов отличается от аналогичной деятельности иных инвестиционных институтов поскольку, как правило, такие фонды лишь управляют капиталом, не являясь его владельцем. Фонд получает вознаграждение от собственников капитала согласно условиям договора между управляющим фондом и учредителями фонда.

В мировой практике фонды могут быть открытыми и закрытыми (в России паевые инвестиционные фонды инвестиций могут существовать только в виде закрытых паевых фондов). В закрытых фондах после окон-

чания формирования фонда объем средств и перечень участников фонда (акционеров) строго фиксируется. Такие фонды существуют 5-10 лет, в течение которых средства, вложенные фондом, должны быть полностью возмещены и получена ожидаемая прибыль. В открытых фондах капитал может непрерывно изменяться за счет вхождения новых участников и выхода из фонда других участников. В этой связи срок существования открытого венчурного фонда может быть неограниченным. [1]

Инвестиции – это инвестиции проекты создания и освоения новых технологий или продуктов. Принципиальной особенностью таких инвестиций в отличие от обычных кредитов является необязательность их возврата. Первоначальным источником средств венчурных фирм, как правило, служат личные сбережения их учредителей. Но поскольку средств учредителей обычно бывает недостаточно для реализации инноваций, то они обращаются к внешним источникам финансирования (обычно на стадиях выполнения проекта, связанных с изготовлением и испытанием опытных образцов новшеств). «Идейной базой» инвестирования является концепция «одобренного риска». Это означает, что инвесторы заранее соглашаются на возможность потери вкладываемых средств в случае неудачи «рискового» проекта в обмен на большие прибыли в случае успеха.

Все возрастающий интерес к инвестированию обусловлен следующими причинами:

Во-первых, у инвесторов возникла возможность получать существенный доход, многократно превосходящий потенциальную прибыльность традиционных кредитно-финансовых операций.

Во-вторых, специфика основных объектов инвестирования — «рисковых» проектов дала толчок развитию особых методов менеджмента, способствующих минимизации инвестиционных рисков.

В-третьих, венчурный механизм обеспечил реальную возможность финансирования инноваций на начальных этапах их разработки и реализации (задолго до выхода на рынок), что важно с макроэкономической точки зрения. [2]

Характерные черты, присущие венчурному финансированию представлены в таблице 1.

Таблица – 1 Черты венчурного инвестирования

Показатель	Характеристика показателя
Черты венчурного инвестирования	- вложение инвестиций связано с приобретением пакета акций и рисками, присущими биржевой торговле ценными бумагами
	- капиталист вкладывает средства не непосредственно в активы компании, а в ее акционерный (складочный) капитал, другую часть которого составляет доля владельцев интеллектуальных ресурсов
	- акции финансируемых компаний еще не котируются на биржах
	- объектом инвестирования являются малые предприятия наукоемкого производства
	- инвестиции предоставляются на длительный срок
	- инвестиции вкладываются в компании с потенциальной возможностью роста, а не в компании, уже приносящие высокие прибыли
	- капитал направляется зачастую в нетрадиционные производства, что повышает как риск инвестирования, так и возможный уровень прибыли
	- предпринимательство позволяет создавать новые рынки сбыта и занимать на них господствующее положение
	- в отличие от традиционного акционерного финансирования, при котором акционерный капитал формируется на неограниченное время, венчурные инвестиции предоставляются лишь на определенное время

В процессе анализа выявлены недостатки и преимущества венчурного инвестирования, которые представлены в таблице 2.

Таблица – 2 Недостатки и преимущества венчурного инвестирования

Показатели	Характеристика показателей
Преимущества	Способствует росту компаний за счет предоставления значительной финансовой поддержки
	Инвестирование средств в проекты осуществляется на длительный период
	В течение всего срока реализации проекта капиталисты не требуют выплаты процентов на вложенный капитал и его полного возмещения
	Проекты позволяют получать наивысшую отдачу от

	инвестированных средств
	Капиталисты становятся деловыми партнерами фирмы и передают ей не только финансовые средства, но и свой опыт, деловые связи, способствуют юридической и консультационной поддержке предприятия
	С помощью финансирования осуществляется очень важная функция коммерциализации научно-исследовательских разработок, новых идей, их реального продвижения в жизнь
	Капитал способствует созданию условий по внедрению новых разработок, повышению технического и технологического уровня производства
	Тот факт, что имеются различные источники венчурного капитала и многие способы его инвестирования в венчурные проекты позволяет малым высокотехнологичным компаниям (МВТК) привлекать необходимые средства на любом этапе реализации венчурного проекта.[1]
Недостатки	Высокие риски, особенно на первоначальном этапе развития
	Отсутствие залогового обеспечения, т.к. основным активом, имеющимся у компании является интеллектуальная собственность
	Отсутствие сформировавшегося сегмента рынка при осуществлении начальных поставок продукции на рынок

Таким образом, авторы пришли к выводам, что развитие бизнеса оказывает благотворное воздействие и на всю экономику страны:

- способствует повышению занятости, прежде всего, высококвалифицированных специалистов;
- повышает взаимодействие между элементами функциональной цепочки: наука - технология - производство - рынок;
- создает предпосылки для инновационного развития промышленности, повышает конкурентоспособность наукоемких товаров, способствует росту культуры производства;
- способствует повышению национальной безопасности страны по всем направлениям (экологической, продовольственной, энергетической, военной и др.).

Литература:

1. Бизнес - форум www.Grandars.ru
2. www.ivr.ru Инвестиционные возможности России (ИВР)
3. А.М. Никконен «Особенности функционирования капитала».- БЭА, 2011.- 210с.
4. Берлин С.И., Методологические Аспекты Инвестиционной Привлекательности, Фундаментальные исследования, 2005. №3.С.23-25.

А. НАСИБОВА

Н.р.: А.А. АДАМЕНКО

ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ АКТИВОВ ДЛЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

Согласно требованиям федерального закона «О бухгалтерском учете» все объекты бухгалтерского учета для целей представления в отчетности должны подлежать оценке в денежном выражении. Исследуя требования действующих российских учетных стандартов, можно отметить, что вся совокупность способов оценки активов хозяйствующего субъекта для отражения в бухгалтерской (финансовой) отчетности может быть разбита на две группы: 1) способы оценки активов в момент их принятия к учету – первоначальная оценка; 2) способы последующей оценки, осуществляемой в процессе функционирования организации и основанной на учете влияния внешних (по отношению к хозяйствующему субъекту) экономических процессов и реализации внутренней финансовой политики экономического субъекта.

Порядок оценки активов в момент их принятия к учету устанавливается Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности. Согласно нему активы принимаемые к учету, должны быть оценены в сумме фактических затрат на их приобретение (в случае покупки, изготовления), по текущей рыночной стоимости (в случае получения безвозмездно), либо по согласованной стоимости (в случае если актив является вкладом в уставный капитал организации). В данном случае затруднения при оценке активов могут возникнуть в процессе формирования ры-

ночной и согласованной стоимости, что регламентируется не только бухгалтерским законодательством. Так, например, статьей 15 федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 г. № 14-ФЗ установлено что, если номинальная стоимость актива (отличного от денежных средств), вносимого в качестве вклада уставный капитал экономического субъекта превышает 200 МРОТ, его оценка должна производиться независимым оценщиком. В свою очередь в федеральном законе «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» от 29.07.1998 г. № 135-ФЗ указано, что, в случае, если в нормативном правовом акте, содержащем требование обязательного проведения оценки какого-либо объекта оценки, либо в договоре об оценке объекта оценки не определен конкретный вид стоимости объекта оценки, установлению подлежит рыночная стоимость данного объекта.

Важно заметить, что лишь в отдельных российских учетных стандартах уделено внимание определению рыночной стоимости объекта учета. Так, например, ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» определяет текущую рыночную стоимость как сумму денежных средств, которая могла бы быть получена в результате продажи объекта на дату определения текущей рыночной стоимости. При этом дается указание на то, что текущая рыночная стоимость может быть определена на основе экспертной оценки. Более подробное определение рыночной стоимости содержит федеральный закон «Об оценочной деятельности в Российской Федерации». Согласно нему рыночная стоимость – это наиболее вероятная цена, по которой объект может быть отчужден на открытом рынке в условиях конкуренции, когда стороны сделки действуют разумно, располагая всей необходимой информацией, а на величине цены сделки не отражаются какие-либо чрезвычайные обстоятельства. Пункт 2 МСФО 13 «Оценка справедливой стоимости» аналогом рыночной оценки устанавливает справедливую стоимость, цель оценки которой – определить цену, по которой проводилась бы операция, осуществляемая на организованном рынке, по продаже актива или передаче обязательства между участниками рынка на дату оценки в текущих рыночных условиях.

Дальнейшее использование активов в финансово-хозяйственной деятельности организации вызывает необходимость использования в учете

способов последующей оценки объектов учета. Порядок такой оценки регламентируется отдельными положениями по бухгалтерскому учету.

В частности порядок последующей оценки основных средств для представления в бухгалтерской (финансовой) отчетности устанавливается ПБУ 6/2001 «Учет основных средств». Данный стандарт предусматривает изменение первоначальной стоимости объекта основных средств в случаях:

- достройки, дооборудования, реконструкции, модернизации, частичной ликвидации. В этих случаях первоначальная стоимость основного средства для целей представления в отчетности будет корректироваться на величину фактически понесенных организацией расходов по соответствующему основанию;

- переоценки. Изменение стоимости основного средства в результате переоценки производится по состоянию на конец отчетного года. В результате переоценки стоимость основного средства доводится до текущей (восстановительной) стоимости. При этом под текущей (восстановительной) стоимостью следует понимать сумму денежных средств или их эквивалентов, которую пришлось бы выплатить в данный момент (по состоянию на конец отчетного года) при необходимости замены данного объекта имущества новым. Согласно Методических указаний по бухгалтерскому учету основных средств при определении текущей (восстановительной) стоимости могут быть использованы: данные на аналогичную продукцию, полученные от организаций-изготовителей; сведения об уровне цен, имеющиеся у органов государственной статистики, торговых инспекций и организаций; сведения об уровне цен, опубликованные в средствах массовой информации и специальной литературе; оценка бюро технической инвентаризации; экспертные заключения о текущей (восстановительной) стоимости объектов основных средств.

Следует отметить, что в отличие от основных средств переоценка нематериальных активов преследует целью определение текущей рыночной стоимости, а не восстановительной (п. 17 ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов»). Оценка по текущей рыночной стоимости нематериальных активов также должна осуществляться на дату составления годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, но при этом основываться на

данных активного рынка указанных нематериальных активов. Помимо переоценки изменение первоначальной стоимости нематериального актива для представления в бухгалтерской (финансовой) отчетности допускается в случае их обесценения. При этом проверка на обесценение должна производиться в порядке, определенном международными стандартами финансовой отчетности. В такой ситуации сумма первоначальной стоимости нематериального актива должна представляться в бухгалтерской (финансовой) отчетности не только за минусом накопленной амортизации, но и величины убытка от обесценения.

В случае морального устаревания, полной или частичной потери первоначальных качеств, снижения текущей рыночной стоимости или стоимости продажи возникает необходимость последующей оценки еще одного вида активов – материально-производственных запасов. Согласно ПБУ 5/2001 «Учет материально-производственных запасов» при наличии указанных признаков у данного вида активов следует определять текущую рыночную стоимость. В бухгалтерской (финансовой) отчетности материально-производственные запасы должны представляться за минусом резерва под снижение стоимости материальных ценностей, сформированного как разница между текущей рыночной стоимостью данных активов и их фактической себестоимостью. Важно заметить, что российскими учетными стандартами также никак не регламентирован порядок установления текущей рыночной стоимости материально-производственных запасов. Таким образом, можно заключить, что экономический субъект, обладая достаточной информацией для определения достоверной текущей рыночной стоимости материально-производственных запасов, вправе самостоятельно ее устанавливать. В ином случае возможно привлечение независимого оценщика.

С момента формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2011 г. российское законодательство обязало подвергать последующей оценке дебиторскую задолженность экономического субъекта, в случае признания ее сомнительной. В этой ситуации производится оценка достоверной суммы дебиторской задолженности, которая, скорее всего, будет погашена должником. На величину сомнительной задолженности должен быть сформирован резерв по сомнительным долгам и сумма дебиторской

задолженности экономического субъекта должна быть представлена в бухгалтерской (финансовой) отчетности за минусом этого резерва. Принято считать сомнительной дебиторскую задолженность организации, которая не погашена или с высокой степенью вероятности не будет погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена соответствующими гарантиями. При этом российское учетное законодательство никак не регламентирует порядок определения вероятности непогашения долга и объемы отчислений в резерв по сомнительным долгам, а соответственно данный порядок должен быть разработан и утвержден внутренними учетными стандартами самого экономического субъекта.

В составе активов экономического субъекта последующей оценке может подлежать также стоимость финансовых вложений. Согласно ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» всю совокупность финансовых вложений для цели последующей оценки следует делить на: те, по которым можно определить текущую рыночную стоимость и по которым текущая рыночная стоимость не устанавливается. Первая группа финансовых вложений для целей отражения в отчетности подлежит оценке по текущей рыночной стоимости (производится ежемесячно или ежеквартально). В данном случае в качестве текущей рыночной стоимости будет выступать рыночная цена финансового вложения, рассчитанная в установленном порядке организатором торговли на рынке ценных бумаг в соответствии с Порядком определения рыночной цены ценных бумаг, расчетной цены ценных бумаг, а также предельной границы колебаний рыночной цены ценных бумаг в целях 23 главы Налогового кодекса Российской Федерации, утвержденным приказом ФС ФР России от 09.11.2010 г. № 10-65пз-н.

Финансовые вложения, по которым текущая рыночная стоимость не устанавливается, отражаются в отчетности по их первоначальной стоимости, но в случае их обесценения должна формироваться их расчетная стоимость. Для целей формирования расчетной стоимости финансовых вложений наиболее эффективно воспользоваться услугами независимого оценщика, либо Порядком определения расчетной цены ценных бумаг, не обращающихся на организованном рынке ценных бумаг, в целях 25 главы Налогового кодекса Российской Федерации, утвержденным приказом ФС ФР России 09.11.2010 г. № 10-66/пз-н. В случае определения расчетной

стоимости силами организации документальным подтверждением изменения стоимости финансового вложения может быть акт проверки. К акту проверки следует приложить соответствующий расчет стоимости (расчетной стоимости) финансового вложения. В случае обесценения в бухгалтерской (финансовой) отчетности стоимость финансового вложения, по которому текущая рыночная стоимость не устанавливается, должна представляться за минусом суммы сформированного резерва по обесценению.

Таким образом, анализ содержания действующих учетных стандартов в отношении вопросов оценки активов для представления в отчетности, дает право заключить, что они раскрыты не достаточно полно и не всегда корректно. В частности, нет согласованности в их терминологии (понятие переоценки в ПБУ 6/01 и ПБУ 14/2007), а также нет единых требований к источнику представления данных о текущей рыночной стоимости (для нематериальных активов и финансовых вложений – организованный рынок, для материально-производственных запасов – может быть сам экономический субъект). Проблема достоверной оценки активов встает остро еще и по причине неразвитости организованных рынков отдельных объектов учета в России, а также необходимости использования дорогостоящих услуг независимых оценщиков в этом процессе.

Литература:

1. О бухгалтерском учете: федеральный закон Российской Федерации от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ: [принят Гос. Думой 22 ноября 2011 г.: одобрен Советом Федерации 29 ноября 2011 г.].
2. Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»: [утв. приказом Минфина РФ от 6 июля 1999 г. № 43н].
3. Адаменко А.А., Рыбянцева М.С. Дифференциация взглядов на систему контроллинга и ее информационное наполнение // Международный бухгалтерский учет. 2012. № 11. С. 54-62.
4. Адаменко А.А., Ткаченко А.С. Сравнительный анализ систем учета ТМЗ в международном учете // Вестник Академии знаний. 2013. № 1 (4). С. 8-10.
5. Боброва Е.А. Формирование учетной политики согласно РСБУ и МСФО: методологические основы / Е.А. Боброва // Аудиторские ведомости. –

2011. - № 1

6.Осипова А.И. Формирование учетной политики сельскохозяйственных организаций согласно МСФО / А.И. Осипова // Международный бухгалтерский учет. – 2012. - № 4

7.Петров Д.В. Анализ структуры комплекса маркетинга в банковском предпринимательстве России // В сборнике: Материалы II Международной научно-практической конференции «В мире научных исследований» Петрова Т.А. Краснодар, 2013. С. 115-123.

8.Петров Д.В. Влияние кредитных операций на изменение баланса спроса и предложения // Вестник Академии знаний. 2013. № 2 (5). С. 60-63.

В. НЕДБАЙЛО

Н.р.: Л.Л. ОГАНЕСЯН

АУТСОРСИНГ КАК ИСТОЧНИК СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных быстро меняющихся условиях рыночной экономики предприятиям необходимо становиться более гибкими, т.е. уметь быстро реагировать на запросы потребителей и постоянно модернизировать бизнес-процессы, идя в ногу с технологией. Таким образом, предприятия могут оставаться конкурентоспособными. Применение аутсорсинга как части гибкого управления предприятием может дать значительное конкурентное преимущество.

Конкурентное преимущество – это совокупность достоинств фирмы или товара, дающие ей преимущество над конкурентами и благодаря которой потребители делают выбор в пользу данных фирмы и товара. По М. Портеру, конкурентные преимущества делятся на два основных вида: дифференциация продуктов-товаров и более низкие издержки на создание и реализацию товаров. Низкие издержки отражают способность фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с затратами меньшими, чем у конкурентов. Дифференциация – это способность обеспечить покупателя уникальной и большей ценностью в виде нового качества товара, особых потребительских свойств или по-

слепродажного обслуживания. Любое новшество, дающее организации реальное приращение ее успеха на рынке, – это конкурентное преимущество.

Организации добиваются конкурентного преимущества, находя новые способы конкуренции в своей отрасли и выходя с ними на рынок, что можно назвать одним словом – «нововведение».

Нововведение в широком смысле включает и улучшение технологии, и совершенствование способов и методов ведения дел. Нововведение может выражаться в изменении продукта-товара или производственного процесса, новых подходах к маркетингу, новых путях распространения товара, новых концепциях сферы конкуренции и т.д.

Источники конкурентных преимуществ разделяют на два класса:

- низшего порядка – обычно позволяют снизить издержки (дешевая рабочая сила, дешевое сырье, внедрение эффективных технологий конкурентов, использование других общедоступных факторов производства);

- высшего порядка – позволяют дифференцировать продукцию (патенты, репутация, тесные отношения с клиентами, использование других развитых факторов производства). Конкурентные преимущества на основе лишь уровня издержек, как правило, не так стойки, как преимущества на основе дифференциации. Например, дешевая рабочая сила относится к преимуществу низкого ранга.

Конкурентные преимущества более высокого уровня или порядка, такие, как патентованная технология, дифференциация на основе уникальных товаров или услуг, репутация организации, основанная на усиленной маркетинговой деятельности, тесные связи с клиентами, можно удерживать более длительное время. Как правило, достижение преимуществ высокого порядка становится возможным при условии долговременных и интенсивных капиталовложений в производственные мощности, в специализированное обучение персонала, в проведение НИОКР, а также инвестиций в маркетинг.

К наиболее типичным источникам получения конкурентных преимуществ относятся:

- новые технологии;
- изменения структуры и стоимости отдельных элементов в технологической цепочке производства и реализации товара;
- новые запросы потребителей;

- появление нового сегмента рынка;
- изменения «правил игры» на рынке.

Особый источник – информация о своем бизнесе плюс профессиональные навыки, позволяющие добывать и обрабатывать подобную информацию так, что конечным продуктом обработки оказывается реальное конкурентное преимущество.

Такую технологию управления как аутсорсинг можно отнести к источникам конкурентных преимуществ, как высшего порядка, так и низшего. Аутсорсинг в общем виде – это передача организацией своих задач, функций, бизнес-процессов внешней организации-исполнителю на договорной основе и с передачей ответственности за результат.

Как источник конкурентных преимуществ низшего порядка, аутсорсинг позволяет снизить издержки, за счет оптимизации организационной структуры службы эксплуатации объекта и, как правило, сокращение численности персонала, а также увеличить стоимость активов и инвестиционную привлекательность предприятия, за счет минимизации финансовых рисков и возможности перераспределить свои ресурсы, направляя их в основную деятельность предприятия

Как источник конкурентных преимуществ высшего порядка, аутсорсинг дает возможность руководству предприятия сконцентрировать собственные усилия и ресурсы на основном виде бизнеса за счет передачи непрофильных функций внешней специализированной подрядной организации, а также получить опыт, знания, новые технологии, новейшие методы управления бизнес-процессами за счет фирмы-провайдера (поставщика аутсорсинговых услуг).

Особенно аутсорсинг актуален для представителей малого бизнеса, которым быть адаптивными и мобильными позволяет как оборот предприятия, так и численность персонала, к примеру. Но стать конкурентоспособными за относительно короткий срок они не в состоянии, т.к. сказывается нехватка средств или отсутствие уникальной технологии. Не секрет, что большая часть малого предпринимательства имеет в штате небольшое количество персонала, где каждый специалист может отвечать за несколько функций, тогда как наибольшей эффективности любое предприятия достигает только тогда, когда

каждый специалист, в том числе и руководитель, занят именно своей функцией, не отвлекаясь на второстепенные задачи.

Пользуясь аутсорсинговыми услугами, организация получает следующие преимущества:

- общее снижение издержек – снижение постоянных издержек за счет вывода сотрудников за штат, некоторая экономия на налогах;
- увеличение качества выпускаемых продуктов или услуг – концентрация на основном продукте, использование оборудования, знаний и технологий сторонней организации, которая в свою очередь направляет большинство ресурсов на развитие ключевых направлений;
- частичная передача рисков другой компании.

Очевидно, что любая новая технология имеет свои недостатки, которые тоже требуют внимания, рассмотрим некоторые из них:

- риск недостаточного уровня профессиональной подготовки и компетенции сотрудников аутсорсинговой компании;
- отсутствие законодательной базы регулирования аутсорсинга в России – в настоящее время в гражданском кодексе отсутствует понятие аутсорсинга. Нельзя сказать, что это является недостатком самой технологии, но определенные трудности, связанные с введением и использованием аутсорсинга, всё же вызывает.
- риск нарушения сохранности коммерческой тайны, утечки конфиденциальной информации;
- недостаточная гибкость и оперативность в решении чрезвычайных ситуаций.

В настоящее время на законодательном уровне аутсорсинг не регулируется. Во многих случаях оказание услуг аутсорсинга регулируется нормами главы 39 «Возмездное оказание услуг» ГК РФ. По договору возмездного оказания услуг исполнитель (фирма-аутсорсер) обязуется по заданию заказчика оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги (п. 1 ст. 779 ГК РФ). В некоторых случаях могут быть заключены договоры о техническом или абонентском обслуживании заказчика. [3]

Таким образом, взаимодействие всех участников аутсорсинга законодательством можно представить графически:



Рисунок 1 – Взаимодействие участников аутсорсинга с законодательством

При поиске аутсорсера (специализированное аутсорсинговое предприятие) прежде всего необходимо провести тщательный анализ, в котором необходимо ответить на следующие вопросы [5]:

– так ли необходимо сейчас передавать какие-либо задачи на аутсорсинг?

– насколько это может снизить затраты предприятия?

– насколько эффективным окажется подобное взаимодействие?

– не повредит ли это предприятию?

Также необходимо тщательно подобрать фирму-партнера, с которой можно придется сотрудничать довольно длительный промежуток времени.

Руководителю, который собрался воспользоваться аутсорсинговыми услугами, необходимо провести глубокий и подробный анализ, требующий оценки следующих факторов:

- 1) необходимость и целесообразность заключения договора аутсорсинга;
- 2) состояние конкурентной среды;
- 2) конкурентные и другие преимущества, который может дать аутсорсинг;
- 3) риски, связанные с применением услуги;
- 4) оценка рынка аутсорсинговых услуг;
- 5) деятельность предприятий, воспользовавшихся услугами того или иного провайдера;
- 6) оценка выбранного поставщика услуг.

После принятия решения о целесообразности применения аутсорсинга и выборе самого поставщика необходимо составить договор аутсорсинга. Договор

аутсорсинга содержит, обычно, такую информацию как описание тех видов деятельности заказчика, которые затрагивает соглашение об аутсорсинге: исходное положение предприятия (одной из функций), цель передачи функции внешнему исполнителю; описание и технические характеристики подразделений, затрагиваемых соглашением. И, конечно, предмет договора – это те задачи или виды деятельности, которые принимает на себя аутсорсер, при этом проводится различие между деятельностью производственного характера и деятельностью в сфере услуг.

«Сегодня в условиях быстрых внутренних и внешних изменений использование аутсорсинга российскими предприятиями приобретает особую ценность, благодаря своим свойствам, позволяющим оптимизировать бюджеты компаний. Именно поэтому так важно сейчас поддерживать цивилизованное развитие этого рынка, чем мы и намерены заниматься в составе НП «Астра», – заявил Денис Калинин, генеральный директор IBS DataFort [8].

Литература:

1. Аутсорсинг. Новая система организации бизнеса: учебное пособие / Д.М. Михайлов. – М.: КНОРУС, 2006. – 256 с.
2. Борзунова О. Перекаладываем работу на чужие плечи: договор аутсорсинга // Клерк.ру // <http://www.klerk.ru/img/pb/original/artistaffiBorzunovaishemai21624.gif>
3. Грачев В., Самоделов В. Подготовка предприятия к выделению ряда бизнес-процессов на аутсорсинг // SunQuality Management System // <http://www.sunquality.ru/content/view/273/152/>
4. Новости НП «АСТРА» // <http://www.in4media.ru/market-evolution-ru/-qq.html>
5. Преимущества и недостатки аутсорсинга // Audit-it.ru // <http://www.audit-it.ru/articles/account/otrasl/a101/44091.html>
6. Стратегическое управление: модульная программа для менеджеров // <http://www.grosbook.info/index.php?name=Files&op=viewfile&lid=1530>

**ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ.
ВЕСТНИК СТУДЕНЧЕСКОГО НАУЧНО-ТВОРЧЕСКОГО
ОБЩЕСТВА КСЭИ**

Выпуск 104

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ И
МЕНЕДЖМЕНТА**

Подписано в печать 22.08.2014.
Формат бумаги 60х84 ¹/₁₆. Усл. печ. л. 7
Тираж 100 экз.

Издательство Кубанского социально-экономического института
Отпечатано с оригинал-макета заказчика в типографии
Кубанского социально-экономического института

Кубанский социально-экономический институт
350018 г. Краснодар, Камвольная, 3.