ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

АКТУАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СТУДЕНТОВ И АСПИРАНТОВ В ОБЛАСТИ ГУМАНИТАРНЫХ, ОБЩЕСТВЕННЫХ, ЮРИДИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Авторы _____ А.М. Орлова
_____ В.Р. Федорова
_____ Я.В. Федченко

Хабаровск, 2010

Актуальные исследования студентов и аспирантов в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук. Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов «Студенческая весна – 2010». 13 апреля – 14 мая 2010 года. г. Хабаровск (сборник статей) / ХГАЭП. – Хабаровск, 2010. – 1020 с. – Библиогр. в конце ст. Деп. в ИНИОН РАН 10.03.2011 № 60970.

ТОМ 3

Секция 4. Экономические науки

Научная редакция:

М.И. Разумовская, доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе Хабаровской государственной академии экономики и права;

В.А. Лихобабин, кандидат философских наук, профессор, ректор Хабаровской государственной академии экономики и права.

Рецензент

В.Т. Шишмаков, доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе Дальневосточного института международного бизнеса.

Компьютерная верстка, техническая редакция

А.А. Арефьева, С.В. Калитин, Т.В. Ковалева.

Статьи публикуются в авторской редакции.

Печатается в соответствии с решением Ученого совета Хабаровской государственной академии экономики и права, протокол № 10 от 25.06.2010 г.

Содержание

ТОМ 3

Секция 4. Экономические науки 548

Городилова А.Ю., Довгая О.В. Роль негосударственных пенсионных фондов в формировании обязательных пенсионных накоплений граждан: проблемы и пути их решения 549-561

Сабурова О.И., Лысенко В.А. Участие иностранных инвестиций в банках РФ (на примере банков Хабаровского края) 562-569

Довыденко А. В., Никитенко Н.Н. Совершенствование учета и анализа расчетов по оплате труда в ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» 570-576

Авраменко А. Г., Тютюгина А.В. Управление налоговыми рисками 577-580

Авхач А. Н., Шпак Г.Б. Корпоративные инновационные системы 581-586

Авхачев Д.А., Нигай Е.А. Методики исследования покупательского восприятия цены 587-590

Алеко Д.Б, Андрианова Н.В., Романенко Е.В. Стратегические проблемы логистики складирования и их решения в компаниях Дальнего Востока 591-593

Алёшин Д.А., Смирнова Т.А., Бушмелёва Н.В. Демографический кризис в РФ: причины и оптимальные пути преодоления 594-598

Алымова С.В., Бочкарева Т.А. Отличия национальных и международных правил учета выручки в части оказания услуг связи (на примере Хабаровского филиала ОАО «Дальсвязь») 599-604

Балябина У.Ю., Цалик Т.А. Использование неофициальной документации при производстве судебно-бухгалтерской экспертизы 605-610

Балябина У.Ю., Сорока С.А. Строительный рынок 611-615

Башкина М.Л., Домашенкина С.С., Замковая А.А., Панфилова А.Ю., Толканева О.В. Соответствие гостиниц «звездному» критерию как ориентир для потребителя. 616-620

Белоцерковец К.В., Вахрушева О.Б. Управленческие решения в инвестиционной деятельности 621-624

Березина Д.И., Мартынчук Л.А. Оценка российского рынка бижутерии: современное состояние, тенденции 625-627

Булавина К.Ю., Степанова В.С. К вопросу о необходимости создания особых экономических зон на территории Дальневосточного региона 628-631

Вогнерубова Е.Н., Савватеева О.П. Внешнеэкономическая деятельность фирмы и оценка её эффективности.....632-635

Волков Д.К., Пиханова С.А. Разработка стратегии вывода новой услуги на рынок автокредитования Хабаровского края 636-640

Геращенко И.Ю., Пиханова С.А. Разработка стратегии позиционирования на основе исследования отношения потребителей к фирме 641-645

Глазатова О.А., Андрианова Н.В., Романенко Е.В. Современные проблемы системы складирования торгового предприятия и пути их решения 646-651

Головина С.К., Мартынчук Л.А. Государственные закупки: принципы и современные подходы к их совершенствованию.....652-656

Джафарова А.Г., Лысенко В.А. Мировой рынок нефти: участники, состояние и перспективы.....657-660

Клепицкий В.Ю., Емельянова Д.В., Иванова В.Ф. Рынок алкогольной продукции в РФ и Хабаровском крае: тенденции развития, проблемы, социальные последствия.....661-663

Ермакова А.В., Гибельнева Е.А. Дискуссионные вопросы и проблемы отмены единого социального налога.....664-668

Ермакова А.В., Радина Т.Е. Основные проблемы прогнозирования баланса в соответствии с МСФО 669-672

Ермакова Н.В., Ким Ю.С., Бондаренко Т.Н. Проблемы мотивации в современных условиях.....673-675

Жаркова Е.А., Синюков В.А. Социальные сети: причины выбора 676-679

Жмак А.С., Ламашева Ю.А. Недооценка реального курса юаня: пути решения проблемы дисбаланса китайско-американской торговли.....680-684

Иванова Ю.Г. Проблемы ресурсно-зависимых регионов (на примере Хабаровского края).....685-690

Ижко Е.С., Бартюк О.В. Влияние коллективизации на развитие индустриализации России и Китая в период реализации политики "Большого скачка" 691-694

Кабацюра Д.В., Радина Т.Е. Оценка эффективности функционирования деятельности организации с использованием финансовых коэффициентов 695-698

Калёнов Д.С., Бондаренко Т.Н. Оценка конкурентоспособности товара.....699-705

Караева М.А., Диденко О.В. Переложение налогового бремени 706-710

Киракосян Л.Ш., Цалик Т.А. Пределы компетенции эксперта-бухгалтера при производстве судебно-бухгалтерской экспертизы.....711-716

Киреева Ю.А., Масюкова Л.В. Портфельные операции коммерческих банков с ценными бумагами 717-721

Киршова А.А., Писклова Т.Н. Скоринг малого и среднего бизнеса: проблемы на современном этапе..... 722-725

Киселёва А.А., Тараканова С.В., Синюков В.А. Особенности пищевой промышленности в блокадном Ленинграде..... 726-729

Клепицкий В.Ю., Есипов Г.А. Анализ мирового нефтяного рынка в разрезе национального механизма ценообразования на бензин 730-734

Ковалева Е.А., Масюкова Л.В. Современное состояние малого и среднего бизнеса и роль комерческих банков в его развитии..... 735-737

Коваленко В.В., Ихсанова Т.П. Оптимизация формирования и использования капитала организации (на примере ОАО «Дальневосточная генерирующая компания») 738-741

Кондакова С.Е., Зыкова О.Н. Особенности организации общественного питания в торговом центре 742-745

Костевская Е.К., Мартынюк Г.К. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью как универсальная антикризисная мера..... 746-749

Костевская Е.К., Соколова Н.О., Раевская О.Г. Анализ рынка бухгалтерского программного обеспечения г. Хабаровска 750-753

Костылева С.А., Ковалева Т.В. Проект создания этнокультурного комплекса 754-761

Кузьмина Л.А., Ихсанова Т.П. Мобилизация заемных источников финансирования организации на фондовом рынке..... 762-765

Кузьмина Н.А., Мармило М.С. Генезис финансовой политики и органов управления финансами в СССР и России 766-769

Куриленко Е.А., Покрашенко О.Е. Основные фонды и пути повышения эффективности деятельности организации..... 770-772

Левошко Е.А., Байбородина В.Г. Правовые основы освобождения и возмещения акциза при реализации товаров на экспорт..... 773-776

Лихунчан Е.С., Турченко Е.В., Тумунбаярова Ж.Б. Трансформация бюджета Забайкальского края в условиях кризиса 777-781

Лобынко Е.В., Шпак Г.Б. Оценка инновационного потенциала организации 782-787

Ляшкевич А.А., Синюков В.А. Современная молодежь и ночные клубы..... 788-790

Мазанова О.В., Солдаткина О.А. Учет хеджирования процентного риска в условиях преодоления кризиса 791-795

Мазур А.В., Михмель Г.Н. Анализ проекта по созданию фармацевтического супермаркета 796-799

Мельник А.П., Байбородина В.Г. Обложение имущества граждан: проблемы, пробелы и перспективы 800-803

Насонов Д.М., Мазанкова Т.В. Кооперация труда. Как рационально организовать труд оперативного торгового персонала 804-808

Нищев А.В., Шлык Н.Л. Соглашения о разделе продукции: возможные последствия от отказа их применения в Российской Федерации 809-812

Овчинникова Е.В., Барчуков А.В. Повышение конкурентоспособности предприятия с использованием инструментов финансового менеджмента 813-816

Овчинникова Ю.В., Ермолаева В.В. Роль, значение и специфика деятельности бюджетных учреждений в условиях рынка 817-820

Огнева М.М., Зикунова И.В. Причины возникновения финансового кризиса 2008 года в России 821-823

Пекарь К.В., Ламашева Ю.А. Проблемы и перспективы участия Российской Федерации в интеграционных процессах стран АТР 824-828

Перевалова А.В., Чекурда Т.П. Опыт создания единой коллективной валюты 829-832

Писаренко Т.С., Мазанкова Т.В. Как управлять текучестью кадров в торговле 833-837

Плотницкая Е.Н., Солдаткина О.А. Проблема применения в России МСФО для непубличных организаций 838-847

Попова Н.Н, Бочкарева Т.А. К вопросу об управлении денежными средствами 848-853

Разуваева О.А., Ихсанова Т.П. Роль векселей в осуществлении операций хозяйствующих субъектов 854-858

Разуваева О.А., Сарварова Е.П. Влияние экономического кризиса на рынок лизинга в России 859-862

Розенкова К.Д., Никонорова Л.А. Проблемы развития розничных сетей в России 863-868

Рязанова К.К., Бушмелева Н.В. Мотивация и стимулирование как инструменты повышения эффективности трудовой деятельности (на примере компании «Торговый дизайн-Хабаровск») 869-872

Савватеева А.Н., Шлык Н.Л. Роль зарубежных оффшоров в развитии российской экономики 873-876

Савенкова М.С., Мазанкова Т.В. Режим работы торговых организаций 877-880

Савенкова М.С., Польшина А.В., Толканева О.Г. Изменения в налоговом законодательстве РФ в сфере торговли 881-884

Сахнович Е.В., Солдаткина О.А. Объединение предприятий в соответствии с изменениями стандарта МСФО (IFRS) 3 885-890

Семенова Е.А., Байбородина В.Г. Проблемы налогообложения прибыли некоммерческих организаций 891-894

Сенчишина Н.А., Солдаткина О.А. Методика учета неконтролирующей доли в соответствии с изменениями МСФО 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» 895-898

Сидоренко М.И., Артеменко Т.В. Проблемы использования франчайзинга российскими предприятиями – субъектами внешнеэкономической деятельности 899-906

Скачков С.В., Ламашева Ю.А. Золото как устойчивый, безрисковый и высоколиквидный инструмент в условиях финансового кризиса 907-910

Слободенюк Д.А., Варламова Н.Н. Внешнеторговая политика России, её влияние на внешнеэкономическую деятельность страны 911-913

Соколова Н.О., Овчинникова И.В. Анализ и пути роста товарооборота (на примере ООО «ТК Континент») 914-917

Сотников К.А., Бурик М.В. Анализ рынка «luxury» в городе Хабаровске 918-920

Сотникова И.С., Михмель Г.Н. Оценка прибыли как источник повышения эффективности хозяйствования предприятия 921-924

Станишевский А.В. Ранжирование как инструмент оценки эффективности управленческих решений (на примере лесозаготовительной отрасли) 925-929

Станчин А.С., Иванова Ю.Г. Реформирование механизма налогообложения на примере введения страховых взносов 930-933

Тарасова Я.П., Ихсанова Т.П. Финансовый рынок. Структура финансового рынка 934-936

Татаркин Я.К., Радина Т.Е. Проблемы анализа формирования и использования оборотных активов 937-940

Терещенко Д.Н., Коломиец А.А., Байбородина В.Г. Значение взаимозависимых лиц при налогообложении 941-947

Украинская Н.Н. Страхование ответственности членов саморегулируемых организаций в строительной сфере: теоретический аспект 948-953

Ушакова Е.А., Солдаткина О.А. Проблемы применения новой редакции МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» 954-957

Ушакова Е.А., Сенчишина Н.А., Раевская О.Г. Эффективность системы управления «ASOFT CRM» в управленческом учете 958-961

Федченко Я.В., Чекурда Т.П. Загранбанки: необходимость создания и проблемы функционирования 962-964

Федченко Я.В., Лобанова З.И. Модель инвестиционной пирамиды 965-968

Халип М.Н., Золотова Я.В. Тенденции развития торговли запасными частями ... 969-973

Чернобровкин А.Е., Есипов Г.А. Состояние и перспективы развития рынка легковых автомобилей в России 974-979

Шамеева М.К., Андрианова Н.В., Порт М.С. Управление ассортиментом в цепях поставок как фактор формирования конкурентного преимущества 980-984

Шугай А.Н., Ихсанова Т.П. Значение опционных сделок в повышении доходности фондовых операций 985-988

Щербина Г.А., Терешко З.А. Резервы по сомнительным долгам как способ оптимизации налогообложения прибыли 989-992

Щетинина Д.Ю., Мазанкова Т.В. Управление рабочим временем 993-996

Юдина Т.О., Яблочкина Е.Е. Проблемы внедрения в российскую практику программ обязательного страхования жилья 997-1001

Юдина Т.О., Феоктистова Н.А. Современные проблемы в ипотечном страховании 1002-1006

Юркевич Т.В., Феоктистова Н.А. Особенности и проблемы слияний и поглощений на российском страховом рынке 1007-1012

Юркевич Т.В., Яблочкина Е.Е. Проблемы реализации страховщиками суброгационного требования: экономико-правовой аспект 1013-1020

ТОМ 3

СЕКЦИЯ 4
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Городилова А.Ю., Довгая О.В.[1]

РОЛЬ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ПЕНСИОННЫХ ФОНДОВ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ ПЕНСИОННЫХ НАКОПЛЕНИЙ ГРАЖДАН: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Проведено исследование, посвященное роли негосударственных пенсионных фондов в формировании и инвестировании обязательных пенсионных накоплений граждан. В статье рассмотрены положительные и отрицательные стороны работы НПФ для населения. По итогам опроса, проведенного в городе Хабаровске автором статьи, выявлены основные проблемы, с которыми сталкиваются негосударственные пенсионные фонды при привлечении пенсионных накоплений. Также определены основные вопросы, которые необходимо решить для повышения привлекательности НПФ для граждан. В заключительной части работы приведены методы решения этих проблем.

Одна из важнейших задач государства заключается в обеспечении минимального уровня доходов населения и создании необходимых условий для достойной жизни своих граждан. Трудовая пенсия, которую получают пенсионеры в настоящее время, как правило, недостаточна для нормального жизнеобеспечения. Средний ее размер по России 4546,3 рублей [5] приблизительно равен прожиточному минимуму пенсионера

[1] Научная работа заняла 1 место в секции «Экономические науки» XL научной конференции – конкурса научных докладов «Студенческая весна – 2010» (12 – 14 мая 2010 г.).

4044 рублей [1] и составляет, в среднем, 23 % от средней заработной платы 20012 рублей (за I полугодие 2009 года) [6], а в 2001 году это же соотношение составляло не менее 33 – 35 %. В последние годы, несмотря на периодическое повышение государством пенсии, процент замещения заработка относительно пенсии имеет тенденцию к снижению.

Сложившаяся ситуация является следствием серьезного спада рождаемости в конце 80-х и 90-х годах. Возникла необходимость в пенсионной реформе из-за ухудшения демографической ситуации в России. Соотношение количества пенсионеров к количеству работающих с каждым годом увеличивается, число пенсионеров растёт, а количество трудоспособного населения неуклонно снижается. На конец 2008 года, по статистике, на каждого неработающего пенсионера приходится меньше двух работающих человек, т.е. коэффициент составляет 1,7. Например, в Советском Союзе коэффициент замещения составлял около 70%, а на каждого пенсионера приходилось до пяти работающих. Трудовая пенсия формируется за счет страховых взносов, уплачиваемых работодателями за своих работников и зависящих от размера фонда оплаты труда. Поэтому темпы роста численности пенсионеров, опережающие темпы роста численности трудоспособного населения, приведут к снижению уровня государственного пенсионного обеспечения.

Для преодоления этой тенденции в России был осуществлен переход к распределительно – накопительному механизму пенсионного обеспечения.

Страховая часть взносов работодателей по-прежнему распределяется на текущую выплату трудовых пенсий, а накопительная часть зачисляется на индивидуальный лицевой счет в Пенсионном фонде и учитывается отдельно от страховой части. Эти деньги не тратятся на выплату текущих пенсий, а должны быть инвестированы с целью их приумножения. Участие в инвестировании пенсионных накоплений принимают непосредственно Пенсионный фонд Российской Федерации, Государственная управляющая компания – Внешэкономбанк, другие управляющие компании и негосударственные пенсионные фонды (далее НПФ).

Таким образом, основной смысл современного этапа пенсионной реформы - повышение зависимости между зарплатой, которую человек заработал за свою трудовую жизнь, доходностью инвестированных пенсионных накоплений и размером его пенсии.

С 1 января 2004 года граждане России имеют возможность самостоятельно управлять своими пенсионными накоплениями и влиять на размер будущей пенсии.

Сейчас накопительная часть пенсии по умолчанию находится в Пенсионном фонде Российской Федерации под управлением Государственной управляющей компании (далее – ГУК), которой является Внешэкономбанк. ГУК реализует свою главную цель: обеспечивает сохранность средств пенсионных накоплений граждан. Инвестиционный доход в ГУК, ниже уровня инфляции. Таким образом, пенсионные накопления постепенно обесцениваются, в связи с тем, что ГУК имеет право инвестировать средства в государственные и ипотечные ценные бумаги, у которых традиционно низкая доходность, а также вносить денежные средства на счета кредитных организаций. Доступные инструменты инвестирования были расширены с начала ноября 2009 года. Теперь Внешэкономбанк предлагает как консервативный, так и расширенный портфель инвестирования пенсионных накоплений.

В принципе существует немало способов обеспечить свою старость. У будущего пенсионера есть несколько вариантов действий на выбор. Граждане могут оставить свои сбережения в Пенсионном фонде Российской Федерации, перенаправить их в управляющие компании или в негосударственные пенсионные фонды. Рассмотрим эти варианты, см. таблицу 1.

На основании приведенной информации можно сделать вывод, что наиболее привлекательным для граждан является негосударственный пенсионный фонд.

Негосударственный пенсионный фонд несет ответственность по всем привлеченным средствам, и, кроме того, уже есть некая система страхования этих вкладов - фонды создают страховые резервы. Следует выбирать фонд с солидным размером собственного имущества, которое также является своеобразной гарантией для застрахованных лиц.

НПФ - это социально-финансовый институт, который обеспечивает стабильное накопление в течение длительного периода времени.

Рост накоплений возможен за счёт перевода накопительной части пенсии в НПФ, при превышении доходности фонда над инфляцией.

Работа негосударственного пенсионного фонда аналогична работе Пенсионного фонда Российской Федерации. Негосударственный пенсионный фонд так же, как ПФР аккумулирует средства пенсионных накоплений, организует их инвестирование, учёт, назначение и выплату накопительной части трудовой пенсии. НПФ осуществляют деятельность на основании Федерального закона N75-ФЗ от 07.05.1998 «О негосударственных пенсионных фондах».

Таблица 1 – Сравнительная характеристика положительных свойств Пенсионного Фонда Российской Федерации, Управляющей компании и Негосударственного пенсионного фонда

ПФ РФ	УК	НПФ
ПЛЮСЫ		
Гарантии	Высокая доходность	Финансовый результат от размещения пенсионных накоплений выше чем в ПФР
Надежность	Широкий спектр инструментов для инвестирования	НПФ может заключить договора на управления средствами сразу с несколькими УК, что уменьшает риски
Стабильность		За размещенными в НПФ финансовыми средствами ведется жесткий контроль
МИНУСЫ		
Чаще всего доходность ниже инфляции	Нестабильность получения дохода	Выплачивают вознаграждение УК, тем самым снижают доходность
Применение «серых» зарплатных схем, как следствие, недополучение больших сумм денег. Работодатели таким образом ограничивают свои сотрудников - будущих пенсионеров - в получении соответствующей пенсии при полноценной трудовой деятельности.	Риск	Недоверие граждан
С каждым годом число пенсионеров возрастает. Такая тенденция может негативно отразится на уровне пенсий.	Низкая мобильность пенсионных накоплений: поменять УК или НПФ можно только 1 раз в год	Усложнение документооборота у работодателя при взаимодействии с НПФ по обязательному пенсионному страхованию. Низкая мобильность пенсионных накоплений поменять НПФ можно только 1 раз в год

Негосударственный пенсионный фонд - особая организационно-правовая форма некоммерческой организации социального обеспечения, исключительными видами деятельности которой являются:

- деятельность по негосударственному пенсионному обеспечению участников фонда в соответствии с договорами негосударственного пенсионного обеспечения;
- деятельность в качестве страховщика по обязательному пенсионному страхованию в соответствии с Федеральным законом от 15 декабря 2001 г. № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» и договорами об обязательном пенсионном страховании;
- деятельность в качестве страховщика по профессиональному пенсионному страхованию в соответствии с федеральным законом и договорами о создании профессиональных пенсионных систем [2].

Можно отметить следующие цели создания негосударственных пенсионных фондов:

- повышение качества обслуживания застрахованных лиц и пенсионеров;
- повышение эффективности пенсионной системы.

Выбор НПФ клиентами осуществляется по многим критериям, среди которых опыт его работы в данной сфере, состав учредителей, размер резервов фонда, а также совокупный объём пенсионных взносов. Все эти показатели свидетельствуют в основном о надёжности негосударственного пенсионного фонда, что является наиболее важным для вкладчиков, доверяющих фонду своё будущее.

В таблице 2 приведен дистанционный рейтинг надежности НПФ по итогам IV квартала 2008 года, опубликованный Национальным Рейтинговым Агентством [8]. Рейтинг являлся актуальным на 08.06.09.

Рынок негосударственного пенсионного обеспечения по состоянию на 1 июля 2009 года характеризуется следующими показателями [9]:

- сумма пенсионных накоплений в НПФ с начала 2009 года выросла на 35,8% и составила 67, 3 млрд. руб. (за 2008 год упала на 3,5%);
- сумма пенсионных резервов НПФ возросла на 7% с начала 2009 года и составила 495,1 млрд. руб. (за 2008 год упала на 2,1%);
- число клиентов НПФ, привлеченных в рамках обязательного пенсионного страхования, увеличилось в 1,5 раза в 2009 году;
- количество участников НПФ, получающих негосударственную пенсию, постоянно растет и на 01.07.2009 составило 1,18 млн. чел.;
- объем пенсионных выплат из НПФ на 01.07.2009 составил 10,16 млрд. руб.

Таблица 2 – Дистанционный рейтинг надежности НПФ по итогам 4 квартала 2008 года

Название компании	Город	Дата присвоения рейтинга	Пенсионные резервы (тыс. руб.)	Пенсионные накопления (тыс. руб.)
Группа ААА (максимальная надежность)				
НПФ "БЛАГОСОСТОЯНИЕ"	Москва	30/10/2008	76 103 234.00	8 019 024.00
НПФ Электроэнергетики	Москва	30/10/2008	15 494 145.00	1 850 115.00
НПФ "ЛУКОЙЛ-ГАРАНТ"	Москва	30/10/2008	9 244 838.00	5 117 506.00
Группа АА+ (очень высокая надежность - первый уровень)				
НПФ "СтальФонд"	Москва	11/03/2008	6 186 022.00	911 570.00
Группа АА (очень высокая надежность - второй уровень)				
НПФ "Транснефть"	Москва	30/10/2008	13 106 472.06	235 166.22
НПФ "Телеком-союз"	Москва	30/10/2008	8 492 408.00	185 025.00
НПФ "Норильский никель"	Москва	22/05/2008	6 892 914.97	2 906 208.00
Группа АА- (очень высокая надежность - третий уровень)				
НПФ "НЕФТЕГАРАНТ"	Москва	22/05/2008	7 068 576.90	39 660.90
Группа А+ (высокая надежность - первый уровень)				
НПФ "РЕГИОНФОНД"	Москва	22/05/2008	3 302 895.00	39 948.00
НПФ "Социальная защита старости"	Магнитогорск	30/10/2008	2 251 176.00	354 662.00
НПФ "Первый национальный пенсионный фонд"	Москва	30/10/2008	1 616 297.47	335 438.00
НПФ Сберегательного банка	Москва	30/10/2008	1 900 291.00	1 230 509.00
НПФ "Социум"	Москва	30/10/2008	1 106 398.00	1 134 436.00
Группа А (высокая надежность - второй уровень)				
НПФ "Социальное развитие"	Липецк	30/10/2008	1 885 524.00	477 895.00
НПФ "Райффайзен"	Москва	30/10/2008	652 630.21	562 308.81
Группа А- (высокая надежность - третий уровень)				
НПФ "УГМК-Перспектива"	Екатеринбург	30/10/2008	775 505.21	387 801.00
Группа ВВВ+ (достаточная надежность - первый уровень)				
НПФ "Московский городской НПФ"	Москва	30/10/2008	155 324.00	5 992.00
Группа ВВВ (достаточная надежность - второй уровень)				
НПФ "Торгово-промышленный пенсионный фонд"	Москва	30/10/2008	617 915.00	20 014.00
НПФ "Капитан"	Санкт-Петербург	30/10/2008	326 670.23	35 821.52
Группа ВВВ- (достаточная надежность - третий уровень)				
ПФ "Порт Гарант"	Владивосток	22/05/2008	60 525.00	10 375.00

В сознании нашего населения пенсия ассоциируется в основном с государством. В отношении тех 7 миллионов человек, которые имеют накопления в негосударственных фондах, можно сказать, что у них коэффициент замещения приближается к рекомендованному Международной организацией труда минимальному размеру 40 %. У остальных граждан ситуация гораздо хуже — коэффициент замещения в среднем по стране за последние пять лет снизился с 37 до 23 процентов [7].

НПФ позволяет, вкладывая не особо большие деньги в течение 15 - 20 лет, накопить за этот срок серьезную добавку за счет постоянного реинвестирования средств. Небольшой пример: в 1996 году начались первые выплаты из негосударственных пенсионных фондов, в частности работникам «ЛУКОЙЛа». За 10 лет у людей, которым была назначена пенсия в тысячу рублей в 1996 году, за счет реинвестирования средств и индексации сегодня пенсия возросла до 12 тысяч рублей в месяц [7].

С недавнего времени, а именно с 1 января 2009 года, у граждан появилась еще одна возможность увеличить размер будущей пенсии – это государственная поддержка формирования пенсионных накоплений.

Программа рассчитана на 10 лет. Государственная поддержка пенсионных накоплений предоставляется гражданам, вступившим в правоотношения по обязательному пенсионному страхованию в целях уплаты дополнительных страховых взносов на накопительную часть трудовой пенсии в период с 1 октября 2008 года до 1 октября 2013 года.

Минимальный размер взноса в рамках программы софинансирования должен составить 2000 рублей в год. Государство удвоит эти деньги, доплатив сумму, равную годовой сумме взноса, но не более 12 000 рублей в год, а для мужчин, достигших возраста 60 лет, и женщин, достигших возраста 55 лет [3] не может составлять более 48000 рублей в год [4]. Если гражданин уже передал накопительную часть своей будущей пенсии в НПФ, то дополнительные взносы и государственное софинансирование будут направлены в данный негосударственный пенсионный фонд, а значит, прирост пенсионных накоплений будет еще выше.

Рассмотрим, какую роль негосударственные пенсионные фонды играют в Хабаровском крае.

На территории Хабаровского края работают 6 негосударственных пенсионных фондов: 1 региональный, осуществляющий деятельность только по негосударственному пенсионному обеспечению (НО «НПФ «Дальмагистраль») и

5 структурных подразделений межрегиональных НПФ, осуществляющих деятельность по негосударственному пенсионному обеспечению и по обязательному пенсионному страхованию (формированию накопительной части трудовой пенсии). Это такие негосударственные пенсионные фонды, как: Дальневосточный филиал НО «НПФ «Благосостояние», Хабаровский филиал НО «НПФ «Лукойл-Гарант», Хабаровский региональный филиал НО «НПФ электроэнергетики», Комсомольский-на-Амуре филиал НО «НПФ «Оборонно-промышленный фонд», Представительство НО «НПФ «Газфонд» в ДФО [10]. Также имеют право принимать и обрабатывать заявления от населения - НПФ «Промагрофонд», Дальневосточный банк Сбербанка России ОАО, филиал ОАО «Хабаровский Росмедстрах», филиал ООО «Страховой капитал», ОАО АКБ «Банк Москвы» - Хабаровский филиал, Хабаровский филиал ЗАО «Райффайзебанк» и др.

Государственный контроль деятельности негосударственных пенсионных фондов осуществляется территориальным отделом Регионального отделения ФСФР (г Хабаровск).

В период с 2003 по 2008 г. в Хабаровском крае правом на передачу накопительной части в НПФ воспользовались 42,8 тыс. человек, что составляет 6,5 % от общего числа лиц, имеющих право на формирование накопительной части [11].

Чтобы самостоятельно убедиться насколько интенсивно граждане используют предоставленную государством возможность самостоятельно накопить себе на старость, автором доклада был проведен социальный опрос жителей города Хабаровска.

Опрос проводился с 20 по 28 октября 2009 года посредством личного интервью и посредством интернет опроса. В ходе проведения исследования было опрошено 108 человек в возрасте от 20 до 50 лет. Были рассмотрены следующие социальные категории граждан: работники бюджетной сферы (врачи, учителя и др.) (8,3%); государственные служащие (10,2%); военнослужащие и работники правоохранительных органов (6,5%); наемные работники в частных компаниях (50%); работающие студенты (15,7%); временно безработные (9,3%), имеющие накопительную часть пенсии.

Участвующим было предложено ответить на 4 вопроса, касающихся Негосударственных Пенсионных Фондов:

1) Сталкивались ли Вы с понятием «Негосударственный Пенсионный Фонд»?

2) Написали ли Вы заявление о переводе накопительной части пенсии в НПФ?

3) При ответе «Да»: О переводе накопительной части пенсии, в какой НПФ Вы написали заявление? При ответе «Нет»: Причина Вашего отказа от НПФ?

4) Хотели бы Вы больше знать о деятельности НПФ?

Данные вопросы позволили определить информированность населения о негосударственных пенсионных фондах, способы распоряжения накопительной частью пенсии, причины отказа от НПФ, наиболее востребованные негосударственные пенсионные фонды, заинтересованность населения в вопросе об управлении накопительной частью пенсии.

Итоги данного опроса получились следующими: 25,9% опрошенных никогда не сталкивалось с понятием «Негосударственный Пенсионный Фонд», всего лишь 10,2% опрошенных - передали накопительную часть пенсии в управление НПФ, что представляет собой довольно скромный результат. Наиболее популярными среди НПФ города Хабаровска оказались НПФ Электроэнергетики, НПФ Лукойл-Гарант и НПФ Благосостояние.

На вопрос «Почему Вы не написали заявление о переводе накопительной части пенсии в НПФ?» встречались такие ответы как: «зачем негосударственный, если есть государственный?», «нет времени (желания) заниматься этим», «пока еще не думаю о пенсии, я молод», «не имею понятия об этом», «не знаю о процедуре перевода». Встречались также ответы среди более старшего поколения: «я им не доверяю». Для многих понятие «негосударственный» отождествляется с понятием «ненадежный».

Все вышесказанное свидетельствует о слабой информированности граждан. Скорее всего, это основная причина низкой активности населения в формировании своей будущей пенсии.

Большинство граждан не знают о тех возможностях, которые предоставляет им государство, мало знает о работе негосударственных пенсионных фондов. Часто информация носит рекламный характер и не отражает действительного положения вещей. Люди могут реально оценить, является это очередной необдуманной игрой государства или хорошим шансом обеспечить свою старость.

Отсюда можно отметить основные проблемы, с которыми сталкиваются негосударственные пенсионные фонды в процессе привлечения пенсионных накоплений населения:

- низкая степень осведомленности граждан о пенсионной реформе в целом, ее задачах, основных составляющих, накопительной системе пенсионного обеспечения;
- недоверие к понятию «негосударственный»;

- отрицательный опыт инвестирования накоплений в частный финансовый сектор (конец 90-х годов);
- неповоротливость государства в вопросах информирования населения в лице Пенсионного фонда.

Чтобы оценить активность населения в переводе своей накопительной части пенсии в негосударственные пенсионные фонды на рисунке 1, приведена динамика приема договоров от НПФ об обязательном пенсионном страховании в г. Хабаровске за 2005 – 2009 гг. [12].

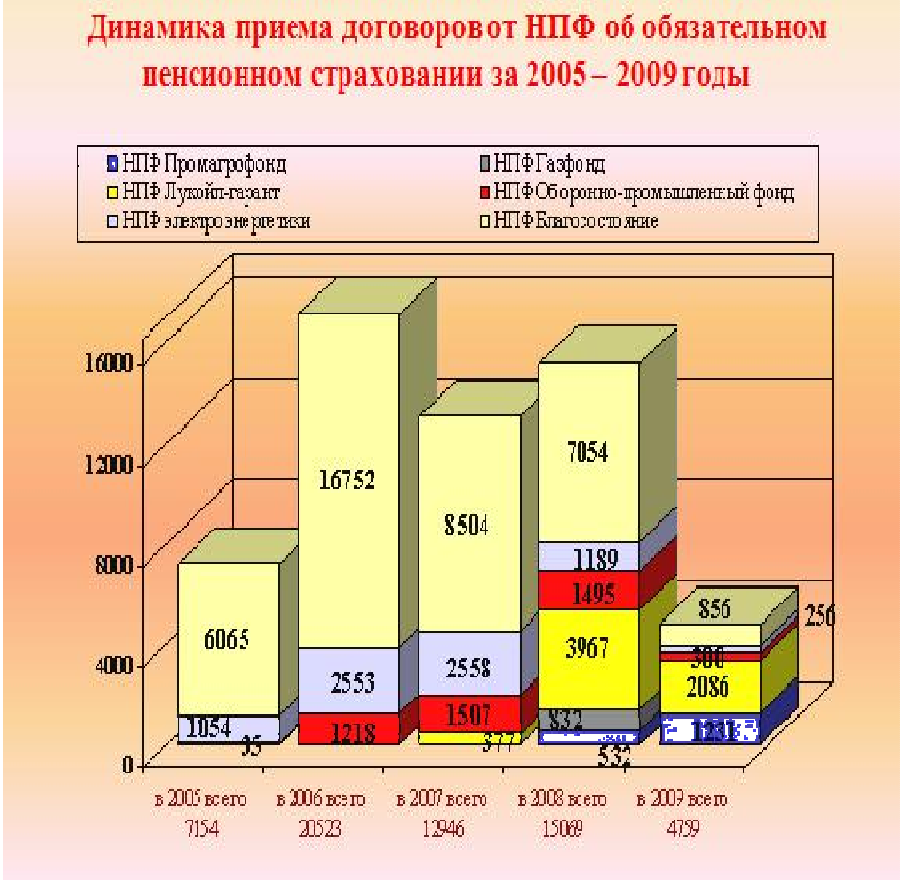

Рисунок 1 – Динамика приёма договоров от НПФ об обязательном пенсионном страховании за 2005 – 2009 годы

Как можно заметить в 2009 наблюдается резкое сокращение количества заключаемых договоров с негосударственными пенсионными фондами. Конечно, основной причиной данного факта на тот момент являлось кризисное состояние финансового рынка России. Во-первых, люди в столь сложный период больше доверяют государству, боясь того, что НПФ потеряют средства пенсионных накоплений, вложенные в ценные бумаги компаний. Многие из негосударственных пенсионных фондов по итогам 2008 года показали отрицательный результат. Во-

вторых, в условиях кризиса совокупные располагаемые доходы граждан сократились и оказались недостаточными, чтобы пополнить ими накопительную часть пенсии.

Наиболее острыми проблемами НПФ, которые необходимо решить в ближайшее время для повышения их привлекательности в глазах населения, являются:

- низкий уровень социальных гарантий со стороны государства, невысокие доходы населения и низкий уровень сбережений граждан, неадекватное налогообложение НПФ, низкий уровень вовлеченности средств негосударственных пенсионных фондов в инвестиционный оборот. Наблюдается снижение уровня сбережений граждан, то есть люди предпочитают не формировать накопления, а тратить деньги сразу. Таким образом, сбережения граждан не преобразуются в инвестиции.
- долгосрочный инвестиционный потенциал НПФ не реализуется в полной мере – фактически управляющие компании преобразуют долгосрочные ресурсы НПФ в краткосрочные активы (почти 70% активов НПФ размещаются на срок менее 1 года) [13].
- НПФ испытывает сильное давление со стороны государственных контрольных органов. Фонды не имеют права по своему желанию вкладывать деньги, находящиеся у них, в различные предприятия. Государство контролирует их, указывая, каким образом производить накопления.

Проанализировав статьи различных авторов, итоги заседания «круглого стола» в Совете Федерации и «круглого стола» в редакции «Российской газеты» по вопросам негосударственных пенсионных фондов, можно назвать следующие необходимые действия для решения возникших у НПФ проблем:

1) необходимо широкое информирование общественности о пенсионной реформе, преимуществах и правилах размещения пенсионных средств в негосударственном пенсионном секторе (консультации, «горячие линии», информационные стенды, публикации в региональной прессе);

2) нужны меры со стороны государства, а с другой стороны, сами люди должны осознать собственную ответственность за свою спокойную обеспеченную старость;

3) надо совершенствовать систему регулирования НПФ, расширить состав активов, в которые могут инвестировать средства негосударственные пенсионные фонды, а также обеспечить налоговое стимулирование программы господдержки НПФ;

4) нужно стимулировать развитие фондового рынка с целью создания новых механизмов и инструментов инвестирования, имеющих длительную срочность, сопоставимую со срочностью пенсионных обязательств, расширить перечень активов,

которые смогут приобретать НПФ, что значительно увеличит их инвестиционные возможности. Например, рассмотреть возможность привлечения пенсионных резервов и накоплений в крупные инфраструктурные инвестиционные проекты;

5) нужно проводить регулярный мониторинг правоприменительной практики, с целью выявления проблемных вопросов развития негосударственных пенсионных фондов в Российской Федерации и принятия оперативных мер по их устранению.

Таким образом, негосударственные пенсионные фонды в настоящее время являются важным элементом государственного пенсионного обеспечения России, выступая страховщиками в отношении накопительной части трудовой пенсии. Активизация работы НПФ зависит как от действий со стороны государства по решению их ключевых проблем, так и от заинтересованности населения в повышении будущего уровня пенсионного обеспечения. В Хабаровском крае население слабо информировано о преимуществах и недостатках деятельности негосударственных пенсионных фондов, что является основной причиной низкой активности по управлению своими пенсионными накоплениями. Однако без участия НПФ в формировании будущих пенсий граждан невозможно будет достичь достойного уровня пенсионных выплат, сопоставимых с развитыми зарубежными странами.

Список литературы:

1. Об установлении величины прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в целом по Российской Федерации за I квартал 2009 : Постановление Правительства РФ от 19 августа 2009 г. № 666 // Российская газета. 2009. 25 августа.

2. О негосударственных пенсионных фондах : ФЗ от 07.05.1998 N 75-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: http://base.consultant.ru (дата обращения 15.03.2010)

3. О трудовых пенсиях в Российской Федерации : ФЗ от 17.12.01 № 173-ФЗ // Российская газета. 2009. 2 июля.

4. О дополнительных страховых взносах на накопительную часть трудовой пенсии и государственной поддержке формирования пенсионных накоплений : ФЗ от 30 апреля 2008 г. N 56-ФЗ // Российская газета. 2008. 6 мая.

5. Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru (дата обращения 02.04.2010).

6. Средняя заработная плата в России в 2010 году. URL: http://www.obzorzarplat.ru/servis/zp (дата обращения: 02.04.2010).

7. Независимая старость. 03.10.2007 // Российская газета. URL: http://npf.investfunds.ru/analitics/view_comment.php?id=3167 (дата обращения 04.04.2010)

8. Дистанционный рейтинг надежности НПФ по итогам IV квартала 2008 года. URL: http://rating.rbc.ru/article.shtml?2009/06/08/32461445 (дата обращения: 06.03.2010)

9. Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. URL: http://council.gov.ru/inf_ps/chronicle/2009/10/item10754.html (дата обращения 28.03.2010).

10. Сервер Правительства Хабаровского края. URL: www.adm.khv.ru (дата обращения 12.11.2009).

11. Пенсионный фонд Российской Федерации отделение по Хабаровскому краю. URL: http://pfrf.ru/ot_habar_pers_count/ (дата обращения 04.04.2010).

12. URL: http://www.opfr.kht.ru/ (дата обращения 12.11.2009).

13. Рынок Негосударственных пенсионных фондов и долгосрочного страхования жизни. URL: http://www.raexpert.ru/strategy/conception/concept_institut/5/ (дата обращения 05.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Сабурова О.И., Лысенко В.А.[1]

УЧАСТИЕ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В БАНКАХ РФ (НА ПРИМЕРЕ БАНКОВ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ)

Данная статья содержит информацию об участии нерезидентов в российских банках. В работе освещены такие аспекты, как доля нерезидентов в российских банках, их влияние и возможности на данном рынке, современное состояние банковского сектора с позиции участия иностранных инвестиций. С практической точки зрения изложены данные о позиции иностранных банков и их участие в финансовой системе России. В процессе работы мною были использованы аналитические и сравнительные методы, изучены данные, предоставленные Банком России, информация о банках, периодические издания, интернет-ресурсы.

Российская банковская система все больше интегрируется в мировую финансовую систему. Процесс интеграции и интернационализации российских банковских институтов происходит под воздействием иностранного банковского капитала, проникающего на российский рынок.

Повышенный интерес к российским банкам со стороны нерезидентов в настоящее время вызван, во-первых, возможностью получить более высокую прибыль, чем в развитых странах; во-вторых, финансовой устойчивостью и предсказуемой

[1] Научная работа заняла 2 место в секции «Экономические науки» XL научной конференции – конкурса научных докладов «Студенческая весна – 2010» (12 – 14 мая 2010 г.).

стабильностью. К тому же вхождение в российский банковский рынок нерезидентов почти ничем не ограничено, за исключением запрета на уровне регулятора открытия филиалов иностранных банков. В процессе ведения переговоров о вступлении России в ВТО также будет необходимо решить вопрос об иностранных инвестициях и иностранных финансовых организациях. В целом либеральный подход к вхождению в российский банковский рынок очевиден.[1]. По данным ЦБ РФ, на 1 января 2010 года по России было 226 кредитных организаций с участием нерезидентов. Необходимо отметить достаточно высокие темпы роста числа подобных организаций (с 133 в 2000 г. до 226 в 2010 г.). Кредитные организации с участием нерезидентов можно классифицировать по размеру доли нерезидентов в уставном капитале, см. рисунок 1.

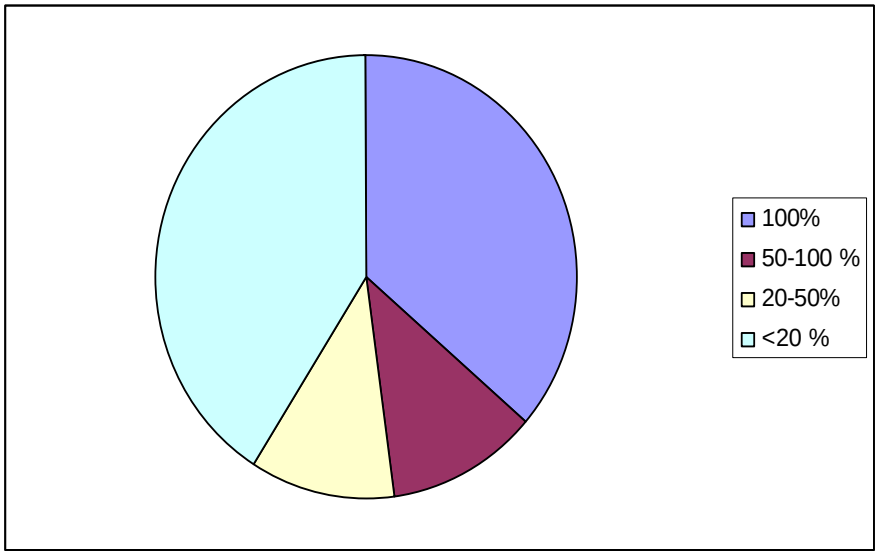

Рисунок 1 – Распределение вложений
в зависимости от доли иностранного участия в кредитной организации, %.1

Все аналитики, как правило, отмечают приход иностранного капитала как позитивный аспект привнесения новых технологий, высокого уровня корпоративного управления. Важным фактором участия иностранного капитала являются инвестиции нерезидентов в уставные капиталы действующих кредитных организаций. В частности, с 1 января 2001 г. по 1 января 2010 г. они увеличились более чем в 19 раз, тогда как совокупный зарегистрированный уставный капитал всей российской банковской системы за этот же период возрос в 6 раз. Сохраняется положительная динамика, см. рисунок 2.

[1] Рассчитано по данным Банка России: Информация о кредитных организациях с участием нерезидентов на 1 января 2010 года.[6]

Доля нерезидентов в уставном капитале российских кредитных организаций, сократилась в 2009 году на 3,97 процентного пункта и на 1 января 2010 года составила 24,53 процента, см. рисунок 3.

Рисунок 2 – Динамика роста иностранных инвестиций в уставной капитал кредитных организаций и совокупного уставного капитала банковской системы, %.[6]

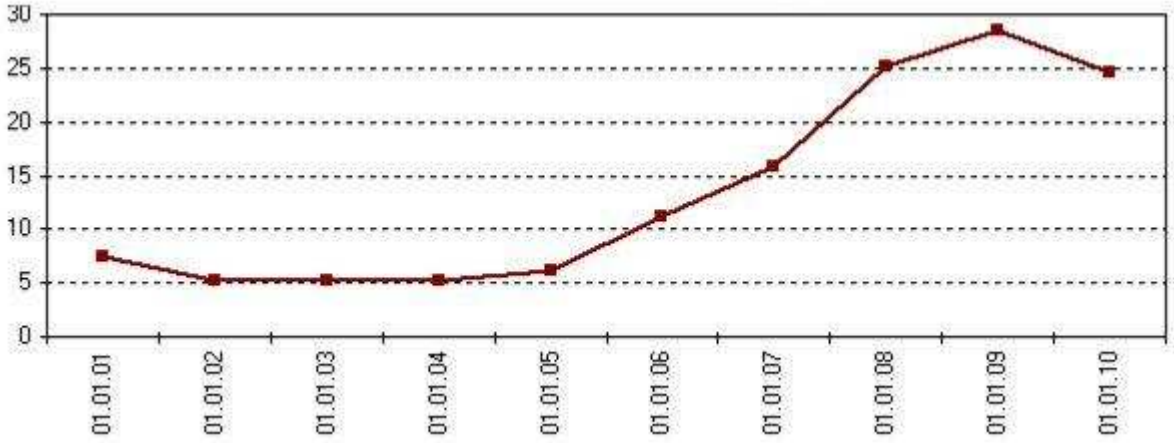

Рисунок 3 – Динамика доли нерезидентов в совокупном зарегистрированном уставном капитале банковской системы, %.[6]

Это обусловлено докапитализацией банков государством и российскими акционерами. Во втором квартале 2009 года уменьшение доли нерезидентов составило 3,6 процентного пункта, в третьем – 0,81 процентного пункта, а в четвертом – 2,22 процентного пункта. Нынешняя доля иностранного капитала в российских банках приблизилась к уровням 2007 года.

Именно на начало 2009 года пришлась докапитализация Райффайзенбанка и Росбанка. По мере стабилизации инвестиции нерезидентов остались неизменными, однако на фоне вливаний в капитал российских банков от акционеров и государства их доля снизилась. Во второй половине 2009 года были проведены дополнительные эмиссии Банка Москвы, ВТБ, банка «Санкт-Петербург». Банк Москвы провел допэмиссию акций на сумму свыше 20 млрд руб., 75% которой выкупило правительство Москвы. В сентябре 2008 года ВТБ разместил по открытой подписке 1,256 млрд акций на сумму 60,5 млн руб., большую часть пакета выкупило государство. В том же месяце ВТБ 24 в ходе допэмиссии акций привлек 24,7 млрд руб.

Действующие кредитные организации с участием нерезидентов расположены в 37 субъектах Российской Федерации, в том числе 144 кредитных организаций находятся в Центральном ФО, далее Приволжский ФО (24), Северо-Западный ФО (20), Южный ФО (12), Уральский ФО (10), в Сибирском ФО и Дальневосточном ФО зарегистрировано по 8 кредитных организаций с участием нерезидентов.

В Хабаровском крае представлены филиалы таких банков со 100%-ным иностранным капиталом, как ООО КБ «ЮНИАСТРУМ БАНК» (1), ООО «ХКФ Банк»(1 представительство), ООО ИКБ «Совкомбанк» (4 офиса), ЗАО «Райффайзенбанк»(1), ОАО «Промсвязьбанк»(2 офиса), ЗАО «Банк Интеза»(1), ООО «Русфинанс Банк»(1).

Также нельзя не отметить присутствие на Дальнем Востоке филиала ОАО АКБ «Росбанк», 64,7 % акций которого принадлежат французской банковской группе «Сосьете Женераль». Руководство этих банков приняло решение объединить в одну структуру все дочерние банки. При этом оба независимых бренда будут сохранены. После одобрения со стороны соответствующих органов власти и по итогам завершения процесса, Сосьете Женераль будет принадлежать 81,5% в новом банке. Дочки Сосьете Женераль – Банк Русфинанс, занимающийся потребительским кредитованием и ипотечный банк ДельтаКредит станут 100% дочками новой структуры. Росбанк может рассчитывать на дополнительные финансовые вливания со стороны Сосьете Женераль, а для французского банка – это вариант расширения бизнеса, получения дополнительной прибыли. Как отмечают эксперты, акции объединенного банка станут более интересными для портфельных управляющих.[13]

Одной из форм участия иностранного капитала в банках является приобретение акций российских банковских структур Международной Финансовой Корпорацией (IFC) и Европейским Банком Реконструкции и Развития (ЕБРР). Рассмотрим это на примере ОАО Социальный коммерческий банк Приморья «Примсоцбанк»,

присутствующего в Хабаровском крае. Международная финансовая корпорация совместно с ЕБРР приобрели 25%+2 акции Примсоцбанка, среднего банка с головным офисом во Владивостоке и сетью отделений по всему дальневосточному региону. В 2006 году IFC предоставила банку субординированный кредит в 150 миллионов рублей. Этот кредит будет предоплачен в процессе вхождения IFC в капитал банка. В результате, совместная работа с иностранными инвесторами позволит укрепить позиции банка в регионах присутствия, внедрить новые технологии и повысить качество обслуживания клиентов. Со слов Дмитрия Ярового, Председателя правления «Примсоцбанка», данная интеграция даст возможность предложить клиентам более выгодные программы кредитования малого и среднего бизнеса, расширить возможности ипотечного и розничного кредитования. Как отметил Джером Суклал, Директор IFC по Центральной и Восточной Европе, региональные финансовые институты – стратегическое направление инвестиций IFC на финансовых рынках России. Примсоцбанк кредитует малые и средние предприятия и население на Дальнем Востоке – в регионе, где банковские услуги пока относительно малоразвиты. Поэтому IFC инвестирует деньги с целью помочь банку в процессе его роста и дальнейшего расширения операций, повышения прозрачности и улучшения корпоративного управления.[11].

Говоря о влиянии банков с иностранным участием на финансовый рынок, необходимо в полной мере оценить положительные и отрицательные стороны их присутствия. Иностранные банки в России, занимающиеся розницей, можно разделить на две группы. Первая группа представляет собой универсальные кредитные организации. Целью таких банков является сохранение оптимального баланса между корпоративной и частной клиентурой и в то же время активное продвижение на розничном рынке, на что расходуются огромные ресурсы. К таким кредитным организациям относятся Райффайзенбанк, Ситибанк, банк «Сосьете Женераль». Они являются основными конкурентами друг друга, поскольку имеют схожие подходы к пониманию розничного бизнеса, как с точки зрения стратегий, так и с точки зрения технологий – оценки риска, портрета заемщика.

Банки другой группы, придя в Россию, изначально не стремились стать универсальными. Они ставили перед собой цель занять определенную рыночную нишу. Наиболее ярко такая стратегия развития проявилась у Хоум Кредит энд Финанс Банка (ХКФБ), КМБ-Банка, банка «ДельтаКредит».[12]

Главные преимущества иностранных банков — низкая цена и себестоимость услуг за счет экономии на масштабе. Банк с иностранным капиталом работает в развитой

международной сети, и делать серьезные капиталовложения для освоения новых услуг им, в отличие от российских банков, не нужно. Конкурентные преимущества банков с иностранным капиталом заключаются также в отработанных технологиях и доступе к дешевым долгосрочным ресурсам, за счет чего они могут предлагать более выгодные ставки по кредитам. Еще один «плюс»— надежность марки и хорошее знание международной практики. В арсенале российских банков — более простая и оперативная система принятия решений и наличие у ряда банков региональной сети. В иностранных банках преобладает довольно жесткая политика в отношении возможности делать существенные поправки на особенности России, то есть корректировать установки, диктуемые головной организацией либо невозможно, либо с большим трудом и затратами по времени.

По размеру чистых активов на 1 января 2010 года десятку крупнейших банков России замыкают 3 банка с участием иностранного капитала, такие как Юникредит Банк, Райффайзенбанк, Промсвязьбанк.[10]

Несмотря на это, в 2009 году произошло укрепление некоторых российских банков. Доля в розничном кредитовании Сбербанка, «ВТБ 24», Банка Москвы, Россельхозбанка и Транскредитбанка выросла с 44% до 46%. Так, на рынке кредитных карт, Сбербанк, «ВТБ 24» и Банк Москвы увеличили долю с 9% до 15,5%. Основной прирост обеспечил «ВТБ 24», который более чем вдвое нарастил объем требований к населению, доведя его до 20,6 млрд руб. В результате доля «ВТБ 24» в этом сегменте выросла с 4% до 10%. Это вывело его на 2-е место вслед за «Русским стандартом», хотя еще год назад он уступал «Хоум кредит энд финанс банку» и Ситибанку. По данным Frank Research Group, «ВТБ 24», начав период кризиса с 7% рынка розничного кредитования и портфеля в 316,3 млрд руб., завершил 2009 г. с портфелем в 380,4 млрд руб. и 10% рынка. Сдавали позиции не только мелкие, но и весьма крупные банки. Быстрее рынка, по оценке аналитиков, сокращали портфели «Абсолют банк» (на 12% до 47,1 млрд руб.), Райффайзенбанк (на 14% до 84,9 млрд руб.), «Уралсиб» (на 17% до 70,3 млрд руб.). В сегменте кредитования в торговых точках пальма первенства принадлежит иностранному банку, ХКФ-банку, принадлежащему чешской группе PPF. К концу года чехи заняли четверть рынка, сформировав портфель в 28,7 млрд руб. Что касается доли банков с участием нерезидентов на рынке вкладов, то заметна тенденция сокращения. При этом у всех банков, кроме двух, доля на рынке вкладов составила менее 1 %. У Райффайзенбанка и Росбанка этот показатель достигал 1,89 %.[14] Из этого можно сделать вывод, что, несмотря на активное проникновение иностранных банков на российский финансовый рынок, в целом ситуация остается стабильной.

Лишь немногие из иностранных банков стремятся расширить свое присутствие в российских регионах. Это обстоятельство особенно важно, поскольку последние годы розничный рынок растет за счет освоения регионов. Причем не только за счет крупных индустриальных центров, где есть представительства банков с иностранным капиталом, но и за счет средних и малых городов, где иностранные банки в ближайшем будущем не планируют открывать отделения.

В Хабаровском крае, как было упомянуто выше, представлено сравнительно небольшое количество филиалов, офисов и представительств банков с участием нерезидентов. Банковский сектор Хабаровского края за время кризиса практически не изменился ни по количеству учреждений, ни по структуре. На 1 апреля действуют 39 кредитных организаций. По данным Банка России, Хабаровский край продолжает занимать лидирующие позиции по привлечению и размещению денежных средств в ДФО, хотя в последнее время доля края несколько снизилась. Это связано с тем, что увеличились объёмы кредитования реального сектора в Приморском крае и Республике Саха (Якутия). Тем не менее, Хабаровский край - это 25,5 % всех выданных кредитов и 28 % всех привлечённых в округе средств.

Кредитование физических лиц снизилось более существенно, чем юридических. На 35,5 % по сравнению с апрелем прошлого года и на 4,5 % по сравнению с началом 2009 года.[5] Правительство Хабаровского края принимает активные меры для создания благоприятных условий для ведения бизнеса, приближенным к международным стандартам. Последние годы развитию Дальнего Востока уделяется особое внимание ввиду высокого потенциала в различных сферах деятельности. Соседство с Китаем, который в настоящее время занимает лидирующие позиции в мировой экономике, взаимодействие со странами Азиатско-Тихоокеанского региона, природно-ресурсный потенциал, добывающая и перерабатывающая промышленности – все это свидетельствует о перспективе привлечения иностранных инвестиций, развития инфраструктуры в округе и, как следствие, в крае.

Интеграция России в мировую экономику неизбежно приводит к проникновению иностранного капитала в страну в различных формах и проявлениях, в той мере, в которой позволяет законодательство и сложившаяся ситуация на рынке. В таких условиях необходимо повышать уровень конкурентоспособности российской банковской системы.

Важнейшим направлением поддержки российских банков является содействие их капитализации. Существует несколько путей наращивания уставных капиталов. Во-первых, это средства акционеров. Во-вторых, это IPO, которые эффективно

осуществлять могут только банки из первой двадцатки. Капитализация части банковской прибыли является одним из реальных и эффективных инструментов роста уставных капиталов кредитных организаций. И четвертой составляющей роста капитализации являются зарубежные инвестиции.

С моей точки зрения, важна эффективность иностранных инвестиций и привнесенного опыта. На данный момент практика привлечения иностранного капитала распространяется практически на все банки. К примеру, такие государственные банки, как Сбербанк и ОАО Банк ВТБ имеют в своей структуре акционеров иностранный капитал, 24,2 % и 8,64% соответственно.[8, 9].

Список литературы:

1. Киевский В. Г. Иностранный капитал в российской банковской системе // Банковское дело. 2008. №6.

2. Шарипова М. А. Государственное регулирование участия иностранного капитала в банковском секторе: поиск компромисса // Банковские услуги. 2008. №8.

3. Верников А. Доля иностранного капитала в банковском секторе: вопросы методологии// Деньги и кредит. 2006. №6.

4. Глебова О. Росбанк: курс на консолидацию // ТОЗ. 7 апреля 2010.

5. Вьюгина Н. Экономику оживят средства населения? // ТОЗ. 29 марта 2010.

6. Банк России. URL: http://www.cbr.ru/.

7. Правительство Хабаровского края, Министерство экономического развития и внешних связей, Агентство по привлечению иностранных инвестиций. URL: http://fipa.khabkrai.ru.

8. Сбербанк России. URL: http://www.sbrf.ru.

9. ОАО Банк ВТБ. URL: http://www.vtb.ru/.

10. РБК. Рейтинг. URL: http://rating.rbc.ru.

11. Международная Финансовая Корпорация. URL: http://www.ifc.org/.

12. Журнал о банках. URL: http://bankir.ru/.

13. Французские объятия «Росбанка». URL:http://www.gazeta.ru/financial/ 2010/02/18/3326631.shtml.

14. Госбанки увеличили долю на рынке депозитов граждан, URL:http://credit.rbc.ru/news/deposit/2009/02/11/67538.shtml.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Довыденко А. В., Никитенко Н.Н.[1]

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА И АНАЛИЗА РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА В ОАО «ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД «ХАБАРОВСКИЙ»

ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» является одним из крупнейших поставщиков ликеро-водочной продукции на территории Дальнего Востока. Несмотря на то, что экономика города Хабаровска в 2009 году столкнулась со сложными проблемами развития, связанными с негативным воздействием мирового экономического кризиса, по итогам 2009 года ОАО «ЛВЗ «Хабаровский» признано платежеспособным предприятием. На общем уровне снижения валового оборота организаций города к уровню прошлого года на 10,7%, обусловленного низкой инвестиционной активностью, и снижения эффективности производства, ОАО «ЛВЗ «Хабаровский» способствовало увеличению объемов производства, осваивало наименования новой продукции, внедряло инновационные проекты в системе водоподготовки и фильтрации выпускаемой продукции [1].

Данные обстоятельства послужили причиной выбора ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» в качестве исследования в области совершенствования учета, анализа и аудита расчетов по оплате труда.

[1] Научная работа заняла 3 место в секции «Экономические науки» XL научной конференции – конкурса научных докладов «Студенческая весна – 2010» (12 – 14 мая 2010 г.).

В целях совершенствования учета расчетов по оплате труда ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» внесены предложения по модификации системы автоматизации указанного участка учета.

Специалистами в области изучаемой проблемы констатирован факт роста функциональной наполненности современных систем автоматизации учета заработной платы, причинами которого являются систематический характер изменений нормативно-справочной среды, постоянно растущие требования потребителей и мировоззрение разработчиков программ [5]. Однако стоит признать, что универсального программного комплекса, предназначенного для учета расчетов по оплате труда персонала, не выработано, и связано это, в первую очередь, с разнообразием предъявляемых требований к современным системам автоматизации учета заработной платы у предприятий различных видов деятельности, масштабов и структуры.

В ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» с целью автоматизации расчета заработной платы внедрена типовая конфигурация «Зарплата и Кадры» системы программ «1С: Предприятие 7.7» без существенных изменений, которой предусмотрен стандартный набор функциональных возможностей.

В целях модификации и расширения функциональных возможностей типовой конфигурации «Зарплата и кадры» системы программ «1С: Предприятие 7.7», используемой в ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» можно внести следующие изменения.

Для рабочих розливо-моечного, сувенирного, посудного, механического и отпускного участков, оптовых складов, материального склада и спиртохранилища, для которых Коллективным договором предусмотрена повременно-премиальная система оплаты труда, реализовать в программе учет отработанного времени и расчетов по оплате труда на основании табелей учета рабочего времени, при заполнении которых автоматически будут учитываться данные о зарегистрированных периодах отсутствия работника на рабочем месте, не предусмотренных правилами внутреннего трудового распорядка ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский», и не допускаться ввод данных об отработанном времени за этот период.

Учитывая специфику работы сотрудников ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский», в целях минимизации непроизводительных выплат имеет смысл автоматизировать учет рабочего времени таким образом, чтобы можно было контролировать и учитывать рабочее время сотрудников, регистрировать вход и выход

каждого сотрудника, получать отчеты по сотрудникам и группам следующего содержания:

- Отчет по рабочему времени (Суммированный) — время между началом и окончанием работ, т.е. между первым и последним событием в рабочей смене;
- Отчет по рабочему времени (Фактический) - суммарное время между всеми входами и выходами за смену;
- Отчет по опозданиям - время опоздания с учетом допустимого времени опоздания.

Имеет смысл предусмотреть возможность автоматического подсчета месячного фонда отработанного времени в целях аналитических расчетов и выявления резервов сокращения себестоимости продукции.В действующей системе реализованы расчеты по всем видам исполнительных документов и различным видам кредитных договоров. В целях осуществления контроля за надлежащим получением денежных средств предлагаем ввести формирование почтовых извещений при перечислении алиментов и штрафов почтой.

Также уместно ввести автоматическую обработку контроля оплаты сверхурочных часов сотрудникам в пределах года.

В целях объективной оценки труда сотрудников ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» и адекватной оплаты труда предлагаем модифицировать стандартный документ «Табель отработанного времени» таким образом, чтобы в табеле учитывалась время в размерности часов/минут. В связи с этим необходимо модернизировать и виды расчетов «Оплата по табелю», «Доплата за вечерние часы по табелю», «Доплата за ночные часы по табелю», «Оплата сверхурочных часов» с учетом указанной размерности.В целях рационального использования рабочего времени бухгалтера по учету заработной платы имеет смысл предусмотреть программой автоматическое заполнение табелей исходя из графиков и смен.

В целях оценки и определения направлений совершенствования действующей политики в области оплаты труда создать для управляющего звена ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» в программе «Зарплата и кадры» специфические отчеты, дающие информацию о затратах на заработную плату с детализацией и упорядочиванием по различным критериям: подразделениям, должностям, гражданству, стажу работы на предприятии, окладу и т.д.

Учитывая семейное положение сотрудников ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» типовую конфигурацию «Зарплата и кадры» системы программ «1С: Предприятие 7.7» можно дополнить конфигурацией «Расчет родительской платы в

дошкольных образовательных учреждениях, высших и профессиональных учебных заведениях», предназначенной для автоматизации оплаты за содержание детей в детском саду, обучении в училищах и институтах. Основные функциональные возможности конфигурации следующие:

1) Ввод и хранение первичной информации:

- Нормативно-справочная информация по детям, детским садам, высшим и профессиональным учебным заведениям, видам и размерам льгот, тарифам;
- Документы для расчета начислений, расчета и учета льгот по оплате;
- Документы по оплате, документы по приему и переводу детей в указанных учреждениях.

2) Автоматизация учета:

- Расчет начислений оплаты содержаний детей в детских садах и обучениях в учебных заведениях по установленным тарифам;
- Получение оперативных сведений о детях;
- Автоматическое формирование лицевых счетов.

3) Отчеты:

- Формирование разнообразных отчетов по начислениям, оплате, задолженности;
- Формирование квитанций на оплату с возможностью выбора конкретного заведения или по конкретному ребенку.

В целях упрощения и автоматизации информирования сотрудников ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» о начислениях и удержаниях из заработной платы предлагаем организовать рассылку расчетных листков в подразделения предприятия, формируемых согласно типовому алгоритму конфигурации «Зарплата и кадры», по электронной почте.

В целях автоматизации расчетов по оплате труда предлагается создать в программе ряд дополнительных документов: расчет выработки; табель сдельщиков; расчет премии сдельщиков; табель водителя; сменный раппорт; повременная работа сдельщиков; табель учета рабочего времени обобщенный; бригадный наряд.

Предложенные изменения функциональной наполненности системы «Зарплата и кадры», применяемой в ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» способны решить специфические задачи учета и анализа кадрового состава, расчетов по оплате труда, усовершенствовать учет использования рабочего времени и выполненных работ и осуществить контроль за фондом оплаты труда на предприятии.

Реализовать на практике предложения по автоматизации расчетов по оплате труда сотрудников ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» возможно при помощи

привлечения продавцов бухгалтерского программного обеспечения, предлагающих типовые проекты по автоматизации кадрового учета и расчета заработной платы на основе базовой конфигурации «Зарплата и Кадры» программы «1С: Предприятие 7.7» или посредством привлечения фирм, которые занимаются внедрением нескольких программных продуктов различных производителей.

В целях определения направлений совершенствования анализа расходов на оплату труда ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» проведена сравнительная характеристика методик анализа расходов на оплату труда таких авторов, как Маркарьян Э.А., Мельник М.В., Ковалева В.В., Чечевицына Л.Н. По результатам проведенной сравнительной характеристики установлено, что традиционными направлениями анализа расходов на оплату труда в отечественно практики являются оценка динамики заработной платы по категориям работников, анализ состава и структуры фонда заработной платы, анализ факторов, влияющих на формирование фонда оплаты труда на предприятии, анализ показателей эффективности использования фонда заработной платы и изучение соотношения между темпами роста производительности труда и уровнем его оплаты.

На наш взгляд, оценивая расходы на оплату труда персонала ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» целесообразно провести комплексный анализ заработной платы, который включает в себя элементы традиционной практики анализа затрат на оплату труда и который с учетом социально-экономической ситуации в городе Хабаровске в 2009 году и значений основных финансово-экономических показателей функционирования предприятия позволит определить приоритетные направления совершенствования организации заработной платы.

Учитывая снижение реальной заработной платы в городе Хабаровске, которая в 2009 году составила 96,5% к уровню 2008 года (26 579,7 рублей) [1], принципиально важным аспектом в анализе расходов на оплату труда ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» является анализ соответствия динамики заработной платы работников инфляционным процессам в экономике в целях выявления реального роста или снижения заработной платы. Данные для анализа представлены в табл. 1.

Результат корректировки фактической величины средней заработной платы на индекс роста цен показал падение ее реальной величины у всех категорий работников на гораздо большую величину, чем рассчитанное значение абсолютного отклонения среднегодовой заработной платы. Под влиянием инфляционных процессов темпы роста заработной платы составили от 88,74% до 83,16%. Уровень ее снижения в целом по ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» достиг 15,34%.

Таблица 1 – Анализ соответствия заработной платы работников ОАО «Ликероводочный завод «Хабаровский» инфляционным процессам в экономике

Категория работников	Среднегодовая заработная плата, рублей		Абсолютное отклонение, рублей	Темп роста, %	Среднегодовая заработная плата 2008 г., скорректированная на индекс инфляции	Темпы роста (снижения) заработной платы под влиянием индекса цен
	2008 г.	2009 г.				
Административно-управленческий персонал	458 400	440 400	- 18 000	96,07	516 571	85,25
Рабочие	294 960	276 406	- 18 554	93,71	332 390	83,16
Непромышленный персонал	61 200	61 200	-	-	68 966	88,74
Итого по предприятию	345 890	329 990	- 15 900	95,40	389 783	84,66
Индекс роста потребительских цен, коэффициент	1,1269					

Учитывая тот факт, что среднегодовая заработная плата непромышленного персонала ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский» за год не изменилась, снижение реальной заработной платы данной категории работников оказалось меньшим по сравнению со снижением реальной заработной платы других категорий работников. Оценка снижения реальной заработной платы административно-управленческого персонала и рабочих ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский», т.е. тем категориям работников, среднегодовая заработная плата которых в 2009 году снизилась по сравнению с 2008 годом, показала, что меньшее влияние индекса роста потребительских цен оказал на снижение среднегодовой заработной платы административно-управленческого персонала, что обусловлено тем, что при формировании уровня заработной платы данной категории работников учитываются колебания индекса инфляции и другие экономические риски.

В целях определения оптимальных пропорций минимальной и средней заработной платы работников ОАО «Ликеро-водочный завод «Хабаровский», имеет смысл рассчитать такие показатели, как соотношение минимальной и средней заработной

платы, соотношение минимальной и средней заработной платы с покупательной способностью, разрывность между минимальной и средней, минимальной и максимальной, средней и максимальной заработной платой в абсолютных величинах [2]. Данная информация позволит выработать основные направления внутрифирменной политики оплаты труда, позволяющей в итоге реализовать цели организации.

Внедрение наших предложений позволит улучшить учет расчетов по оплате труда и поднять его на более качественный уровень.

Список литературы:

1. О социально-экономической ситуации в городе Хабаровске в 2009 году и задачах администрации города по выполнению основных направлений социально-экономического развития на 2010 год: Постановление администрации города от 10.03.2010 №686.

2. Вострикова Л. А., Купрюшина О. М. Анализ эффективности использования средств на заработную плату // Справочник экономиста. 2007. № 7 (49). С. 86-92.

3. Ковалев В. В., Волкова О. Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.: ПБОЮЛ Гриненко Е.М., 2000. 424 с.

4. Кутырева Л. А. Автоматизация бухгалтерского учета оплаты труда // Бухгалтерский учет. 2009. № 16. С. 64-65.

5. Макарьян Э. А., Герасименко Г. П., Макарьян С. Э. Экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособ. М.: КНОРУС, 2008. 552 с.

6. Экономический анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник для ср. проф. образования / под ред. М. В. Мельник. М.: Экономистъ, 2004. 320 с.

7. Нехорошева И. А. Изменение функциональной наполненности современных систем автоматизации учета заработной платы // Фундаментальные и прикладные исследования. С. 82-85.

8. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / под ред. Л. Н. Чечевицина, И. Н. Чуев. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^0», 2003. 352 с.

9. URL: http://www.lc.ru/ (дата обращения 21.02.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Авраменко А. Г., Тютюгина А.В.

УПРАВЛЕНИЕ НАЛОГОВЫМИ РИСКАМИ

Широко обсуждается вопрос понятия налоговых рисков и определения факторов возникновения налоговых рисков, так как от этого во многом зависят меры по управлению рисками участниками налоговых правоотношений.

В действующем законодательстве о налогах и сборах термин «налоговый риск» не используется. Многие исследователи данной проблемы выделяют два основных понятия налоговых рисков: сточки зрения налогоплательщика и сточки зрения государства.

Можно сказать, что и для государства в лице его уполномоченных органов, и для налогоплательщиков общим в вопросе о налоговом риске является то, что причиной его возникновения выступают недостатки в законодательстве, которые нередко провоцируют возникновение спорных ситуаций, когда интересы компаний сталкиваются с интересами налоговых органов.

Налоговые риски - это опасность для субъекта налоговых правоотношений понести финансовые и иные потери, связанные с процессом налогообложения, вследствие негативных отклонений для данного субъекта от предполагаемых им, основанных на действующих нормах права, состояниях будущего, из расчета которых им принимаются решения в настоящем.

Если говорить о налоговых рисках на практике, нужно обратить внимание на обстоятельства, при которых риски увеличиваются: изменение налогового

законодательства; неточные формулировки отдельных налоговых норм; выпуск налоговыми органами разъяснений, дополняющих нормы законодательства о налогах и сборах; смена бухгалтеров на отдельных участках или главного бухгалтера на предприятии.

Высокие налоговые риски связаны в первую очередь с толкованием действующего Налогового кодекса. Положение ухудшается в связи с постоянным изменением налогового законодательства и необходимостью реагировать на эти изменения.

Эффективность организации управления риском во многом определяется классификацией риска. Существует несколько различных причин возникновения неопределенности (категорий рисков): информационные риски, риски процесса, риски окружения и репутационные риски.

Неопределенности, возникающие вследствие необходимости осуществления налоговых оценок - информационные риски.

Риск неоднозначного толкования закона налогоплательщиком и налоговым органом. Опыт показывает, что налоговые риски сопутствуют сделкам, проведенным для того, чтобы добиться благоприятных налоговых последствий.

Когда предприятие стремится сэкономить на налогах, оно находится в зоне потенциального риска, и поэтому действовать необходимо крайне осмотрительно. В ходе юридического и налогового анализа планируемых сделок, как правило, выявляются так называемые «налоговые риски» - ситуации, когда даже специалисту сложно однозначно ответить на вопрос: платить или не платить.

Группа рисков, связанных с неверным исполнением налоговых обязательств, ошибками в налоговом учете или налоговом планировании - риски процесса.

К данной категории относятся риски возникновения технических или фактических ошибок в процессе исчисления налогов и (или) просрочки их уплаты. Опасность таких рисков выражается и в том обстоятельстве, что каждый отдельный риск может быть невелик, но в совокупности они могут создать угрожающую ситуацию, особенно если предприятие имеет разветвленную, обширную сеть филиалов. Руководство компании должно задаться вопросами, что произойдет, если риски сложатся; достаточно ли ресурсов, чтобы нейтрализовать последствия; окажется ли результат развития в таком случае приемлемым. Такие риски принято называть портфельными.

В этой ситуации может помочь настройка системы документооборота, внутреннего контроля, тщательная аудиторская проверка внешними аудиторами.

Если налоговый или бухгалтерский отделы не вовлечены в процесс принятия управленческих решений, то возникают риски из-за простых управленческих ошибок и

недосмотра. На практике это означает, что в компании нет четкой организационной структуры управления рисками. Соответственно, чем больше бухгалтерия и налоговый отдел вовлечены в планирование операций компании, а не просто отражают их результаты, тем с большим основанием можно говорить об управлении рисками.

Одной из частых причин возникновения негативных налоговых последствий является недостаточное документальное подтверждение того, какую сделку осуществило предприятие.

Документальное подтверждение экономической оправданности значительно снижает налоговые риски, но существующим на данный момент налоговым законодательством оно не регламентировано: можно говорить лишь об общих принципах подготовки таких документов.

Риски, возникающие в результате правоприменения налогового законодательства налоговыми органами и судами - риски окружения. К данной категории относятся также риски, возникающие вследствие неопределенности применения налоговых законов в различных обстоятельствах, и риски возможного изменения налогового законодательства или практики, а также неожиданные судебные решения, смена власти, начиная от федерального министра и заканчивая налоговым инспектором.

Налоговые риски связаны с ожиданием пересмотра ставок налогов, введения новых налогов или платежей, а также отмены существующих. В отличие от других рисков, таких как геологические или ценовые, налоговые полностью определяются политикой государства, на территории которого работает компания. Уровень налоговых рисков зависит от стабильности фискального законодательства, которое является важнейшей составляющей общих институциональных условий в экономике.

Репутационные риски - риски нанесения ущерба репутации компании.

Проанализировав негативные тенденции налогового права России нужно отметить, что для российских налогоплательщиков факторами налогового риска могут выступать, как действия (бездействия) налоговых, судебных и иных государственных органов, так и собственные волевые действия (бездействия) налогоплательщиков могут провоцировать наступление налоговых рисков.

При этом управление налоговыми рисками - это творческий процесс, в котором каждая уникальная сделка налогоплательщика, со своими особенностями, может иметь различные комбинации способов управления налоговыми рисками. Что требует применения комплекса специальных мер по адаптации к непостоянству российского налогового законодательства.

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс РФ от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ (ред. 01.01.2009 г.)

2. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под общ. ред. А. Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2002.

3. Тихонов Д., Липник Л. Налоговое планирование и минимизация налоговых рисков. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004 г.

4. Гордеева О. В. К вопросу об управлении налоговыми рисками // Законодательство и экономика. 2008. № 2.

5. Можно ли снизить налоговые риски? // Консультант. 2010. № 1.

6. Налоговые риски: налогоплательщики и государство // Налоговый вестник. 2009. № 1.

7. Налоговый риск: сущность и проявления // Финансы. 2009. № 2.

8. Налоговые споры. 2009. № 4.

9. Финансовый директор. 2009. № 5.

10. Руденко С.А. Проблемы управления налоговыми рисками. URL: http://konfi-nalog.jurati.ru/node/25 /.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Авхач А. Н., Шпак Г.Б.

КОРПОРАТИВНЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

В работе раскрываются особенности механизма функционирования и внедрения инновационных систем на уровне предприятия. Приводятся аргументы, доказывающие, что корпоративные инновационные системы являются определяющим фактором конкурентоспособности и финансовой устойчивости российских предприятий. Особое внимание также уделено проектному подходу к рассмотрению процесса внедрения корпоративных инновационных систем.

Инновационное развитие всегда являлось одним из ключевых факторов успеха в странах с рыночной экономикой. Постоянное движение вперёд, технологическое совершенствование процессов управления и производства издавна служило основой конкурентоспособности предприятий в зарубежных регионах. В настоящее время в Российской Федерации устанавливается философия, центральной идеей которой являются инновации и инновационное развитие. Для того чтобы наша страна, а вместе с ней и российские предприятия взошли на рельсы экономики, базирующейся на нововведениях и высоких технологиях, необходимо, чтобы инновационные процессы приобрели системный характер.

Системы инноваций, как правило, имею трёхуровневую структуру. Первые два уровня системы имеют макро- и мезоэкономический характер и представляют собой управление инновациями на национальном и отраслевом уровнях. Два данных уровня преимущественно определяют общие направления научно-технического развития

страны и отрасли. Но на сегодняшний день, когда основными агентами инновационных преобразований в России становятся предприятия, важно уделять особое внимание третьему подуровню систем инноваций – корпоративным инновационным системам.

Целью нашей работы является переосмысление значения корпоративных инновационных систем в современной экономике России, развитии теоретических положений и разработка методических рекомендаций по управлению инновационным развитием предприятий России.

Задачи нашего исследования:

1. Проанализировать существующие подходы к системам управления инновациями.

2. Выделить основные компоненты систем управления инновациями на корпоративном уровне.

3. Дать характеристику процессу внедрения корпоративных инновационных систем в организационную структуру компаний.

Объект исследования – инновационные процессы, протекающие внутри предприятий. Предметом исследования является совокупность организационно-экономических и управленческих процессов развития предприятий.

Корпоративная инновационная система (КИС) – в широком смысле все важные факторы, оказывающие влияние на разработку, распространение и использование инноваций, повышение эффективности инновационного процесса в компании, а также взаимосвязи между этими факторами. Здесь мы видим принципиальное отличие от инновационных систем национального и отраслевого уровней: корпоративные инновационные системы призваны внести свой вклад в укрепление конкурентоспособности предприятия за счёт повышения эффективности и улучшения организации инновационного процесса внутри компании.

Существует ли на данный момент объективная необходимость создания инновационных структур на уровне предприятия? В современный период усиления конкуренции на отечественном рынке, когда соперниками российских предприятий становятся многочисленные зарубежные компании, характеризующиеся более высоким технологическим уровнем основных фондов и более совершенной организацией технологических и управленческих процессов, поддержание конкурентоспособности становится острой проблемой для российского бизнеса.

Согласно исследованиям, проведённым коллективом учёных во главе с И. Б. Гурковым, существует очевидная корреляция между поддержанием конкурентных преимуществ и инновационной политикой, проводимой на предприятии. По данным опроса 1431 руководителя предприятий наиболее лучшие показатели по системе

критериев “цена-качество-издержки” имели компании, активно внедряющие элементы инновации, такие как освоение новых технологий и рынков сбыта продукции, выход на рынок с новыми продуктами, внедрение стандартов ISO и современных систем управленческого учёта, применение усовершенствованных систем оплаты труда и мотивации сотрудников. Полученные данные исследования говорят о том, что создание корпоративных инновационных систем даже на уровне малых предприятий является стратегической задачей и напрямую связано с их конкурентоспособностью.

Таким образом, целями создания корпоративных инновационных систем являются:

- повышение конкурентоспособности предприятия и его продукции;
- создание инновационной базы для долгосрочного устойчивого роста компании;
- обеспечение экономической безопасности предприятия (посредством управления патентами и лицензиями)
- Полезный эффект от внедрения корпоративных инновационных систем достигается благодаря реализации следующих функций:
- прогнозирование рынка и выбор приоритетных направлений деятельности;
- стратегическое планирование инновационной деятельности предприятия;
- поиск, оценка и отбор инновационных идей и изобретений;
- реализация инновационных проектов;
- мониторинг показателей уже внедрённых инновационных проектов и их корректировка.

Потенциальными результатами внедрения системы управления инновациями на предприятии могут стать:

- разработка и выведение на рынок новых продуктов;
- сокращение издержек производства;
- модификация существующих продуктовых линий;
- интеграция сотрудников предприятия в процесс развития компании;
- разработка новых технологий, промышленных образцов, полезных моделей и, как следствие, экономия на издержках, связанных с приобретением патентов и лицензий;
- оперативное реагирование на отзывы покупателей о качестве и свойствах производимой продукции;
- рост конкурентоспособности предприятия, в перспективе – завоевание лидирующих позиций на рынке;

- обеспечение безопасности и соблюдение требований эргономики в процессе производства.

Всё это делает внедрение корпоративной системы управления инновациями стратегической задачей для успешного и прибыльного функционирования российских предприятий и в частности предприятий Дальнего Востока.

Какие же составляющие входят в систему управления инновациями на уровне предприятия? На этот вопрос можно ответить с двух точек зрения. Первая из них опирается на процессный подход, рассматривая компоненты корпоративных инновационных как взаимосвязанные процессы, позволяющие реализовать инновационный потенциал организации. С данной точки зрения в систему правления инновациями входят следующие процессы (см. рисунок 2):

- разработка новых видов технологий внутри предприятия, либо приобретение технологий из внешних источников, технологическое совершенствование процессов производства и выпускаемой продукции.
- технологическая диверсификация, являющаяся базой как для продуктовой диверсификации, так и для диверсификации научных исследований, проводимых компанией, а также для расширения набора технологий, которые использует компания в производственном цикле своих продуктов.
- развитие международной кооперации в сфере НИОКР - данный аспект относится, прежде всего, к компаниям, специализирующимся на внешнеэкономической деятельности и тесно сотрудничающим с зарубежными контрагентами.
- управление объектами интеллектуальной и промышленной собственности (промышленными образцами, патентами, полезными моделями и т. д.) – включает в себя комплекс юридически-правовых мероприятий на постоянной основе, позволяющих обеспечивать защиту, чистоту и сохранность результатов НИОКР.
- коммерциализация новых технологий – представляет собой внедрение новых технологий в производство. На данном этапе осуществляется экономическая оценка новых технологических решений, инвестиции в новшества, подготовка производства и полная перестройка технологического процесса в соответствии с особенностями новой технологии. Кроме того, в этап коммерциализации также входят меры по рыночной популяризации новых технологических решений, маркетингу инноваций и создание на их основе конкурентных преимуществ.

Существует ещё один подход к характеристике механизма функционирования корпоративных инновационных систем. Мы знаем, что любая система представляет собой совокупность элементов и подсистем с устойчивыми взаимосвязями между

ними. Поэтому корпоративная инновационная система может быть рассмотрена и как сочетание элементов её формирующих.Подсистемы, входящие в корпоративную систему управления инновациями: система управления персоналом; финансовая; информационная; технологическая; маркетинговая; идеологическая.

Внедрение корпоративной инновационной системы на предприятии представляет собой последовательность мероприятий временного характера, имеющего перед собой цель интегрировать КИС в существующую организационную структуру предприятия и обеспечить её стабильное функционирование. Таким образом, мы можем говорить о проекте по внедрению КИС, включающего в себя последовательность этапов. Данную последовательность можно представить в форме графиков Ганта (рисунок 1), нашедших своё широкое применение в проектном менеджменте.

Рисунок 1– Календарный график внедрения КИС на предприятие

На рисунке показано, что наиболее трудоёмким периодом является время с февраля по май, на которое приходится осуществление большинства этапов проекта, также необходимо отметить наиболее продолжительные этапы – это открытие и оборудование исследовательской лаборатории, а также работа привлечённых специалистов-консультантов, специализирующихся в области технологического инжиниринга.

Итоги исследования:

- корпоративные инновационные системы должны занять своё полноправное место в качестве третьего уровня систем управления инновациями;
- внедрение корпоративных систем управления инновациями становится обязательным условием для сохранения конкурентоспособности российских предприятий;
- внедрение корпоративных инновационных систем на предприятие должно носить комплексный, системный характер;
- к внедрению корпоративных инновационных систем на предприятие должен применяться проектный подход со всеми присущими ему особенностями;
- внедрение корпоративной инновационной системы должно сопровождаться модификацией организационной культуры, трансформация её в организационную культуру, главной ценностью которой являются творческое мышление, прогресс и инновации.

Список литературы:

1. Grandstrand O. Corporative Innovation Systems/ Chalmers Universitites of Technology, Industrial Management and Economics, 2005.

2. Гумерова Л. Р. Управление инновационным развитием промышленных предприятий. Автореферат дисс… канд. экон. наук. Уфа, 2010.

3. Бовин А. А. Управление инновациями в организациях, М. : Омега-Л, 2008. 415 с.

4. Гурков И. Б., Авраамова Е. М., Тубалов В. С. Конкурентоспособность и инновационность промышленных предприятий: взаимосвязи и влияние государственной экономической политики (по результатам массового опроса руководителей промышленных предприятий)// Вопросы экономики. 2005. № 2. С.78.

5. Инновационный менеджмент: многоуровневые концепции, стратегии и механизмы инновационного развития / под ред. В. М. Аньшина, М. : Дело, 2008. 584 с.

6. Павлов А. Г. Необходимость разработки корпоративной инновационной системы/ Межвузовский сборник научных трудов «Стратегическое управление инновационным развитием экономики России». 2009. Вып. 9. С. 102.

7. Павлов А. Г. Инновационная система компании/ Сборник научных трудов «Экономика и управление». Часть III. 2009, С. 56.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Авхачев Д.А., Нигай Е.А.

МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ВОСПРИЯТИЯ ЦЕНЫ

Цена – единственный элемент комплекса маркетинга, который напрямую связан с формированием прибыли, остальные – в основном увеличивают издержки. К тому же цена – один из наиболее гибких элементов маркетинговой программы – в отличие от характеристик товара, каналов распределения и даже способов (методов) продвижения ее можно быстро изменить.

К сожалению, современная профессиональная литература не уделяет внимания методикам исследования цены товара, основанным на проведении опросов покупателей и фокус групп. Классические методы ценовых исследований базируются в основном на сборе и анализе данных о величине спроса, текущих и постоянных издержках, не учитывая тот факт, что мнение покупателей относительно уровня цен в значительной степени оказывает влияние на конечный спрос.

Ценовые исследования можно разделить на три большие группы: экономические методы, контролируемый тест (эксперимент) и методы моделирования покупки.

1) Экономические методы опираются на использование уже имеющихся данных об объемах продаж при определенной цене.

2) Маркетинговый тест предполагает измерение эластичности спроса в форме эксперимента на ограниченном рынке.

3) Моделирование покупки основано на искусственном воссоздании ситуации совершения покупки в торговой точке. При этом не требуются данные об объемах продаж.

Исследования цены на основе маркетинговых тестов и моделирования покупки (неэкономические исследования цены), как правило, предполагают использование прямых или косвенных методик исследования.

В практике российских маркетинговых агентств используется ряд методик ценовых неэкономических исследований:

- «Лестница цен»,
- Randomized Buying Response (RBR),
- Monadic Test,
- Price Sensitivity Meter (PSM),
- Brand/Price Trade-off (BPTO).

Различаются они по качеству получаемых данных, степени гибкости, затратам времени и усилий. При всем методик исследований их можно разделить на две категории: прямые и косвенные.

Прямые методы определения оптимальной цены товара основаны на следующем подходе к установлению цены – “психологическая цена”. Данный подход позволяет найти минимально допустимую цену, при которой потребитель не сомневается в качестве товара и максимальную цену, который потребитель готов заплатить. Достоинством прямых методик ценовых исследований является простота их реализации.

Price Sensitivity Meter (PSM) – оценка чувствительности к цене. Это методика изучения ценового восприятия называется также по имени ее автора методом Ван Вестендорпа. Она основана на понятиях «рациональной цены» и «цены как индикатора качества». При использовании данного метода респондента просят ответить на следующие четыре вопроса:

- При какой цене вы бы решили, что данный товар слишком дорог и отказались бы от его покупки?
- При какой цене вы бы начали сомневаться в качестве данного товара и отказались бы от его покупки?
- Начиная с какой цены вам кажется, что товар становится дорогим?
- Начиная с какой цены вам кажется, что цена на товар становится выгодной?

PSM довольно широко применяется для оценки чувствительности к цене на товары повседневного спроса. При использовании этого метода респондент не оценивает

вероятность совершения покупки по предложенной цене, а самостоятельно называет цену, отражающую его восприятие ценности исследуемого товара. Ответы на каждый вопрос отображаются в виде кривой. На горизонтальной оси откладываются значения цены, а на вертикальной – отмечается накопленный процент респондентов для каждого значения цены. Кривые «недорого» и «слишком дешево» строятся как инвертированные (обратные) кривые. В дальнейшем при анализе получившихся кривых выявляют точки оптимальной цены на товар.

PSM – достаточно эффективная методика, позволяющая в первом приближении оценить приемлемый для потребителей диапазон цен, спрогнозировать изменение объемов продаж и выручки при повышении цены либо установлении скидок.

Так же в ходе исследования были продемонстрированы остальные заявленные методики.

И все-таки описанные выше прямые методы имеют ряд минусов:

- они не позволяют моделировать различные варианты развития событий на рынке;
- при их использовании не учитывается тот факт, что на рынке есть не только тестируемый товар, но и марки конкурентов;
- достаточно плохо скрывается от респондента логика методики и цель исследования.

Существуют более сложные (косвенные) методики, при использовании которых от респондента скрывается логика и цель исследования для того, чтобы максимально повысить искренность ответов. Они дают лучшие результаты, но их сложнее провести.

Результаты ценовых исследований используются для принятия важных решений в области ценообразования. Поэтому стоит обратить внимание на соблюдение условий, обеспечивающих их эффективность.

Тем не менее, не стоит возлагать на ценовые исследования неоправданно большие надежды и доверять полученным результатам. Любая используемая для этого методика имеет ограничения.

1. Исследование не способно в полной мере воспроизвести ситуацию покупки. «Тратить» деньги на словах (отвечая на вопросы анкеты) и тратить их в действительности – это совсем не одно и то же.

2. Осведомленность респондентов об уровне цен не всегда удовлетворительна. Иногда респонденты и вовсе имеют слабое представление о разбросе цен, а ответы на вопросы дают исходя из собственных предположений.

3. Иногда ни одна из стандартных методик не соответствует в полной мере задачам исследования. Необходимо использовать взаимодополняющие техники или разработать некий гибрид.

Методики исследования цены нужно использовать с учетом их ограничений и не пытаться растягивать их скромные возможности под обширные задачи исследования с ограниченным бюджетом. Они могут стать эффективным инструментом воздействия на уровень прибыли.

Список литературы.

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. СПб. : Питер,2006.

2. Чубаков Г. Н. Стратегия ценообразования в маркетинговой политике предприятия. М. : Инфра-М, 2005.

3. Михайлова Е. А. Ценовые стратегии в маркетинге : учебное пособие. М. : ГУУ, 1999.

4. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетин г: учебное пособие / сокр. пер. с нем. М. : Высшая школа, 2005.

5. URL: www.rivita.ru.

6. URL: www.md-management.ru.

7. URL: www.marketing.spb.ru/

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Алеко Д.Б, Андрианова Н.В., Романенко Е.В.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЛОГИСТИКИ СКЛАДИРОВАНИЯ И ИХ РЕШЕНИЯ В КОМПАНИЯХ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА

Выявлены следующие важнейшие проблемы логистики складирования: слабая транспортная связь с остальной территорией России; проблема пропускной способности; практически отсутствие складских логистических комплексов, готовых принять грузопоток, идущий через регион; инвестиции.

Самый оптимальный вариант - долевые инвестиции государства и местных инвесторов.

Дальний Восток – занимает 36,4% территории страны - 6215,9 тыс. км². Доля населения 4,9% всего населения России. Регион с богатейшими запасами природных ресурсов с уникальной флорой и фауной. Природные богатства позволяют успешно развивать электроэнергетику, топливную, горнодобывающую промышленность, цветную металлургию.

Самое уязвимое место региона - слабая транспортная связь с остальной территорией России. Действуют лишь воздушный транспорт и единственная, сильно перегруженная железная дорога - Транссиб.

Почти отсутствует автомобильное сообщение; внутренние связи между регионами весьма слабы; в летнюю навигацию выручают реки.

Ведущее место в межрегиональных перевозках принадлежит морскому транспорту. И в связи с этим экономика Дальнего Востока весьма закрыта

Учитывая особенности Дальневосточного региона, были выявлены следующие важнейшие проблемы логистики складирования.

1) Проблема пропускной способности. О строительстве в п. Ванино крупного логистического терминала, совокупная мощность которого составит 4 млн. т. грузов в год, говориться не один год. Дальневосточная транспортная группа совместно с азиатскими партнерами собирается строить новый порт в Ванино, который обеспечит выход мощных грузопотоков, зарождающихся в Западной Европе – в АТР и грузопотоков АТР – в Западную Европу. Но, это пока лишь слова и проекты, а в действительности заканчивается лишь строительство терминала по перевалке угля.

2) Существующие транспортные потоки негде перерабатывать и они уходят за пределы региона, на запад страны. Практически отсутствуют складские логистические комплексы, готовые принять грузопоток, идущий через регион.

3) Инвестиции – это еще одна проблема для Дальнего Востока. Многое говориться о перспективности региона, о его возможностях, но практически ничего не делается. Тот же логистический терминал в Ванино будет строиться на привлеченные средства.

Получается, что богатейшая кладовая страны не нужна государству. Говоря о перспективах, о становлении Востока России не менее мощным, чем Запад, забывается одно, его финансирование. Вот и приходится привлекать зарубежных инвесторов.

В 2008 году был открыт новый Логистический комплекс компании ООО «Эй-Пи-Трейд», официального дистрибьютора продукции «Procter&Gamble» на Дальнем Востоке, общая площадь которого составляет 5400 м². По меркам запада это небольшая цифра, но для Дальнего Востока – это прорыв. Логистический комплекс относится к складу класса А, единственному в Дальневосточном регионе.

Также компания ведет строительство в г. Владивостоке, двух мощных складских комплексов общей площадью 17100 м². Инвестиции в этот проект осуществляет сама компания «Эй-Пи-Трейд», их сумма порядка 450 млн. руб. / 17.4 млн. $.

Компания следит за всеми инновациями в области складской логистики, получает западный опыт, но опыт еще необходимо адаптировать для Дальневосточного региона.

Западные складские комплексы отвечают самым высоким стандартам, на ДВ, о таких, могут только мечтать. Запад развивает складскую логистику, его грузопотоки измеряются миллионами тонн, а Восток не может себе позволить внедрение новых технологий, поскольку существующее складское хозяйство для этого не приспособлено.

Для строительства на ДВ современных логистических комплексов, необходимы инвестиции. Есть несколько вариантов финансирования:

- государственное;
- привлечение иностранных инвесторов;
- местные инвесторы.

Полностью государственное финансирование проектов лишит региона средств, которые будут идти напрямую в казну.

Привлечение иностранных инвесторов приведет к оттоку финансовых потоков за границу, в качестве дивидендов. Но азиатские инвесторы способны вложить в строительство терминалов 200-300 млн. $, может быть, и больше.

Крупные российские инвесторы готовы вложить средства, но это будет строительство затянувшейся очереди терминала. Поскольку инвестиции не маленькие. Стоимость проекта, только угольного перевалочного комплекса оценивается в 12 млрд. рублей.

Самый оптимальный вариант - долевые инвестиции государства и местных инвесторов. Но пока произойдут все согласования, одобрения и выделение средств, Дальневосточная транспортная группа с азиатскими партнерами уже запустят терминалы.

Список литературы:

1. Дыбская В. В. Разработка и оптимизация складского хозяйства компании (Часть 1) // Логистика сегодня. 2006. №5. С.12-20.

2. Дыбская В. В. Разработка и оптимизация складского хозяйства компании (Часть 2) // Логистика сегодня. 2006. №6. С. 13-21.

3. Сергеев В. И. Логистика в бизнесе. М. : ИНФРА-М, 2001, 680 с.

4. Басова С. Н. Концепция развития международного транспортного коридора «Харбин – о. Б. Уссурийский – Ванино : материалы Дальневосточного экономического конгресса. Хабаровск, 2007.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Алёшин Д.А., Смирнова Т.А., Бушмелёва Н.В.

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЙ КРИЗИС В РФ:

ПРИЧИНЫ И ОПТИМАЛЬНЫЕ ПУТИ ПРЕОДОЛЕНИЯ

Одной из важнейших общественно-политических проблем в России сегодня является проблема депопуляции. Сокращение населения с каждым годом всё быстрее. Такая ситуация последнее время, всё чаще, стала привлекать к себе внимание не только, статистических органов, но и правительства нашей страны. Но до осознания нашим обществом всей серьезности и неизбежных последствий, этой ситуации, еще очень далеко. В то время как нынешнюю демографическую ситуацию в РФ можно смело охарактеризовать словом – катастрофа. Что привело страну к такому печальному положению? Каким образом влияет на демографический кризис потребление наркотических средств и алкоголя? Каковы пути выхода из демографической пропасти? Во всем этом в своей работе авторы попытались разобраться и предложить действенные меры.

Во второй половине прошлого века в Российской Федерации ежегодно рождались 2 – 2,5 млн. детей, умирали 1 – 1,5 млн. человек. Продолжительность жизни граждан постоянно увеличивалась и приближалась к показателям европейских стран. Средняя продолжительность жизни в 1990 – 1991 годах составляла 68 лет.

С 1992 года началось стабильное сокращение численности населения из-за превышения уровня смертности над уровнем рождаемости (естественная убыль населения). В течение последующих 15 лет в России ежегодно умирали более 2 млн.

человек, что в расчете на 1000 человек в 2 раза больше, чем в европейских странах и США, в 1,5 раза больше, чем в среднем в мире, а ежегодно рождались в этот период 1,2 — 1,5 млн человек [7].

В сочетании с территориальными претензиями, которые многие страны имеют к России, и тем, что наши ближайшие соседи (Турция, Иран, Китай, Индия, Пакистан, Корея, Япония, среднеазиатские страны СНГ) имеют очень высокую плотность населения и высокие темпы экономического роста, но бедны минеральными, энергетическими и другими природными ресурсами, это является потенциальной угрозой России. Обычно смертность и рождаемость взаимосвязаны – в странах с высокой смертностью высока и рождаемость, и наоборот. Но в случае с Россией всё складывается крайне неудачно – в то время как рождаемость падает смертность остаётся на очень высоком уровне.

Россия находится в состоянии глубокого демографического кризиса, угрожающего как ее территориальной целостности, так и самому существованию ее государственности. Смертность в РФ с начала 1990-х годов устойчиво превышает рождаемость. Ежегодно население России сокращается в среднем за 8 лет на 0.5 млн. человек в год. Катастрофически падает рождаемость. Снижение трудоспособного населения существенно затрудняет способность достигнуть устойчивого и качественного экономического роста. При сохранении темпов демографического кризиса, неизбежно повышения налогообложения, что также отрицательно скажется на экономике. Основные природные богатства России сосредоточены в отдаленных районах Сибири и Дальнего Востока. А при том, что плотность населения в этой части России – одна из самых низких в обитаемом мире, сохранение и дальнейшее освоение стратегического запаса полезных ископаемых требует поддержания там определенного уровня заселенности территорий. При демографическом дисбалансе с соседними странами эта ситуация чревата утратой контроля над экономически важными территориями.

Причины демографического кризиса.

По утверждению демографов, разрыв между смертностью и рождаемостью в большей мере обусловлен низкой рождаемостью, чем высокой смертностью. В нашем обществе бытует внушенное мнение, что причина низкой рождаемости кроется в тяжелом экономическом положении «нечего нищету разводить». Создается якобы тупиковая ситуация: до тех пор, пока не повысится уровень доходов и размер пособий на детей, рождаемость не увеличится. А без увеличения рождаемости невозможен рост доходов и пособий.

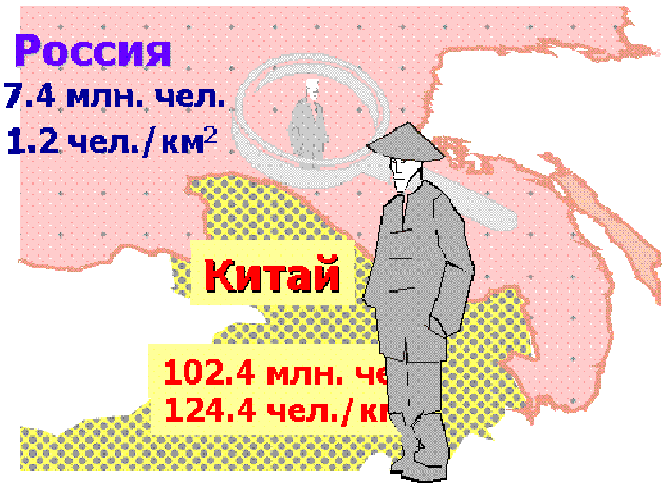

Рисунок 1 – Соотношение населения на Дальнем Востоке России и в северо-восточных провинциях Китая [1]

Но говорить о связи демографического кризиса с экономикой, значит идти вопреки очевидности. Низкая рождаемость никогда или почти никогда не связана с экономическими причинами, если связь между уровнем доходов и рождаемостью и существует, то только обратная: в семьях с меньшим доходом имеют больше детей, а в богатых странах рождается меньше детей, чем в бедных.

К числу факторов, влияющих на снижение рождаемости, можно отнести:

1) утрату традиционных устоев крепкой семьи;

2) насаждение «массовой культуры», дающей простор личным интересам индивидуума, противоположным интересам семьи, общества, государства;

3) наркоманию, алкоголизм;

4) оказание давления на женщину в медицинских учреждениях с целью принудить ее к отказу от рождения детей.

5) жилищную проблему.

Причины низкой рождаемости лежат преимущественно в духовной, нравственной сфере и обусловлены новыми стереотипами общественного сознания, хотя сказывается и влияние политической нестабильности. Повысить рождаемость можно не прибегая к существенным затратам, таким, как увеличение пособий на детей. Ни одна из предложенных в данной работе мер не требует значительных вложений из государственного бюджета. Ключевым моментом решения проблемы является кадровая политика при назначении чиновников высшего и среднего звена, деятельность которых влияет на демографическую ситуацию: министров образования и здравоохранения и их заместителей, членов комитета по демографической политике, заведующих женскими консультациями и роддомами и др.

Оставим в стороне проблему низкой рождаемости и остановимся на сверхсмертности. Решающую роль в сохранении российского демографического «креста» (когда нисходящая кривая рождаемости «пробивается» снизу восходящей кривой смертности) продолжает играть очень высокий уровень смертности; примечательно, что во многом он обеспечивается за счет людей, ушедших из жизни в довольно раннем возрасте.

Можно выделить две основные группы гипотез относительно причин столь высокой смертности в нашей стране. 1) Результат ухудшения уровня жизни после распада СССР: экономический кризис, низкий уровень медицины, неблагоприятная экологическая ситуация, неудовлетворенность жизнью, социальный стресс и т.д. 2) Основными фактором сверхсмертности россиян является высокий уровень потребления алкоголя и других наркотических токсичных веществ.

Практически все гипотезы, связывающие сверхсмертность россиян, прежде всего, с социально-экономическим кризисом не выдерживают проверки. Чем же это может объясняться? Ведь связь между благосостоянием народа и продолжительностью жизни представляется самоочевидной. В результате исследований выяснилось, что рост душевого ВВП с 400 до 3000 долларов обычно сопровождается действительно кардинальным ростом средней продолжительности жизни, как мужчин, так и женщин (с менее 30 до почти 70 лет), но при последующем росте такой тенденции не наблюдается, так средняя продолжительность жизни мужчин в странах, производящих ВВП в размере 3000-4000 долларов на душу населения, составляет, в среднем, около 69 лет, а в странах с производством ВВП в пределах 8000-11000 долларов средняя продолжительность жизни мужчин лишь на год больше - около 70 лет.

Основные характеристики российской смертности указывают на алкоголь как ее важнейший фактор. По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), уровень потребления спиртных напитков начинает представлять национальную опасность, если в стране в год на душу населения потребляется более 8 л алкоголя (в переводе на чистый спирт). Согласно оценкам экспертов, среднестатистический взрослый россиянин выпивает 18 литров спирта в год. После этого порога начинается необратимое угасание этноса. Сверхвысокое потребление алкоголя в России приводит к преждевременной, предотвратимой смерти около 30% смертности мужчин и 15% — женщин [2].

Как показывает мировой опыт, существуют следующие меры, помогающие эффективно снизить потребление крепких алкогольных напитков: увеличение цены на алкоголь, уменьшение физической доступности алкоголя, и снижение спроса: работа с

общественным мнением, информирование потребителей о его реальном вреде, профилактика и лечение алкоголизма. Но прежде всего необходимо формировать у власти и населения идеологию жизнесохранительного поведения, изменение общественного сознания, повышение ценности здоровой и продолжительной жизни, развитие физической культуры и спорта, особенно среди детей и молодежи. Привлекать СМИ к пропаганде здорового образа жизни.

Преодоление демографического кризиса - задача, решение которой вполне осуществимо в течение нескольких лет, и на государственных постах есть люди которым под силу эта задача, но почему-то меры указанные в Концепции демографической политики 2007-2025 гг. никак не возымеют реального действия, исходя из этого указа становится очевидным правительство абсолютно точно знает что нужно сделать, как сделать и главное зачем, так почему же не делает - наверно здесь есть треть сторона российской монеты эта сторона называется ребро, которое стоит поперек наших с вами интересов. Складывается уверенное впечатление что этой проблемой всё-таки занимаются не те люди, в лучшем случае сегодняшняя ситуация проявление халатности, хотя для халатности уж чересчур долгая и неизменная картина.

Список литературы:

1. Юрьева Е. Л. Социально-экономические аспекты демографического кризиса в России // Деловая Россия. URL: www.sedmitza.ru.

2. Немцов А. В., Терехин А. Т. Размеры и диагностический состав алкогольной смертности в России // Наркология. 2007. № 12.

3. Халтурина Д. А., Коротаев А. В. России грозит гуманитарная катастрофа.: Сайт «Нет – Наркотикам», Москва, 2005.

4. URL: http://www.demographia.ru.

5. URL: www.gks.ru.

6. URL: http://www.zavet.ru.

7. URL: www.socio.msu.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Алымова С.В., Бочкарева Т.А.

ОТЛИЧИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРАВИЛ УЧЕТА ВЫРУЧКИ В ЧАСТИ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ СВЯЗИ (НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО ФИЛИАЛА ОАО «ДАЛЬСВЯЗЬ»)

В предложенной статье сделана попытка определить проблемы национальных и международных правил учета выручки в части оказания услуг связи на примере Хабаровского филиала ОАО «Дальсвязь». Основным профилем деятельности филиала является предоставление услуг местной и внутризоновой связи г. Хабаровска, Хабаровского края, оказания услуг своим клиентам передачи данных с использованием Internet. Данный филиал является ведущим подразделением среди организаций, работающих в данной сфере услуг связи Дальнего Востока. По рейтингу он занимает четвертое место. Финансовую отчетность филиал представляет по национальным и международным правилам учета.

В настоящее время много проблем в бухгалтерском учете и анализе финансовых результатов, например, моменты признания доходов и расходов, определения выручки, различия между налоговым и бухгалтерским учетом, существуют методики разных авторов для анализа финансовых результатов, которые различны и соответственно различное их влияние на результативные показатели деятельности.

Рассмотрим разницу и сходство между МСБУ 18 и ПБУ 9/99 для услуг связи, а затем уже на примере организации связи - Хабаровского филиала ОАО «Дальсвязь»

покажем, какие есть проблемы в анализе финансовых результатов на предприятиях этой направленности.

Как показал проведенный анализ, по всем показателям Хабаровского филиала ОАО «Дальсвязь» в 2009 году по сравнению с 2008 годом произошел значительный рост выручки по производимым услугам связи, кроме оказания консультационных услуг не смотря на мировой экономический кризис.

Хабаровский филиал ОАО «Дальсвязь» - это организация, которая хорошо зарекомендовала себя на рынке услуг связи. Основной профиль деятельности – предоставление услуг местной и внутризоновой связи Хабаровского края, а также услуг передачи данных с использованием ресурсов Internet. Услуги, которые предприятие оказывает своим клиентам, имеют высокое качество, что является одним из критериев конкурентоспособности этой организации среди организаций, работающих в данной сфере, в Хабаровском крае, и в г. Хабаровске.

В финансовой отчетности выручка является одним из показателей, который определяет финансовый результат деятельности компании. Для данного показателя в МСБУ 18, являющимся международным аналогом ПБУ 9/99, прописаны индивидуальные правила признания и оценки показателей в финансовой отчетности. Определим, насколько отличаются национальные и международные правила учета выручки в части оказания услуг связи?

В составе выручки в МСБУ 18 рассматриваются несколько основных составляющих: продажа товаров, предоставление услуг, процентов, лицензионных платежей, дивидендов. Из перечисленных категорий первые две наиболее близки коммуникационным компаниям, занимающимся оказанием услуг и реализующим сопутствующие средства связи. С позиций МСФО предоставление услуг подразумевает выполнение компанией оговоренной в контракте задачи в течение определенного периода времени (одного или нескольких отчетных периодов). С товарами еще проще: они представляют собой продукцию, купленную для перепродажи, например средства связи, приобретенные оператором и предназначенные для реализации клиентам и абонентам в офисах продаж. Проценты и дивиденды тоже не исключены как доходы коммуникационной компании, которая может располагать свободными денежными средствами и вкладывать их в инвестиционную деятельность. Мы неспроста выделили данные позиции: они регулируются именно нормами МСБУ 18. Оценка и признание доходов, полученных по иным основаниям, прописаны в других международных стандартах (например, платежи по аренде - в МСБУ (IAS) 17 "Аренда", дивиденды от инвестиций - в МСБУ (IAS) 28 "Инвестиции в ассоциированные организации",

изменения в стоимости финансовых активов - в МСБУ (IAS) 39 "Финансовые инструменты - признание и оценка").

В отличие от международного аналога ПБУ 9/99 более универсальный: он охватывает практически все доходы, которые может получить организация, начиная с выручки от обычных видов деятельности (продажи товаров, работ, услуг) и заканчивая прочими доходами (поступления от аренды, от участия в уставных капиталах других организаций, проценты и другие доходы организации). Это не означает, что российский стандарт более доработанный и удобный. Разработчики МСБУ 18 акцентируют внимание бухгалтера на наиболее важных моментах признания и оценки выручки от основных доходных операций. Все, что выходит за рамки продажи товаров, услуг, процентов, лицензионных платежей и дивидендов, более детально прописывается в отдельных стандартах, что помогает бухгалтеру получить более полную и четкую картину учета и оценки неосновных доходов. Возвращаясь к МСБУ 18, добавим, что он отличается от других международных стандартов тем, что больше описывает правила признания и оценки выручки в различных возникающих ситуациях, а не принципы данных процессов. В этом плане МСБУ 18 более подходит под документ американской системы учета и отчетности (US GAAP), а не под стандарт МСФО. Для коммуникационных компаний в МСБУ 18 не выделено отдельных ситуаций, в связи с чем бухгалтерам следует исходить из общих рекомендаций отражения в отчетности доходов от предоставления услуг, продажи товаров, получения процентов и дивидендов.

Представляет интерес оценка выручки от оказания услуг и продажи имущества. По международным правилам учета выручка идентифицируется поступлениями экономических выгод за период, возникающий в ходе обычной деятельности, когда такой приток приводит к увеличению собственного капитала. Очевидно, что у операторов связи основной экономической выгодой является поступление денежных средств от пользователей и абонентов.

Нормы МСБУ 18 требуют оценивать выручку (экономическую выгоду) по справедливой стоимости полученного или ожидаемого встречного предоставления. Возникает вопрос: что являет собой эта справедливая стоимость? Это сумма, на которую можно обменять актив или урегулировать обязательство при совершении сделки между хорошо осведомленными, желающими совершить сделку независимыми сторонами. Не правда ли, определение не отличается простотой и ясностью, но суть все-таки понятна: если переложить на знакомые бухгалтеру термины, выручку следует оценивать по рыночной стоимости. Для предприятий связи по основным операциям

такая оценка не представляет особых затруднений, так как выручка признается в цене, указанной в договоре о предоставлении услуг абоненту, и, пока не доказано обратное, эта цена считается рыночной.

При этом справедливая рыночная стоимость возмещения по сделке признается выручкой с учетом любых скидок, предоставляемых покупателю (заказчику). Таким образом, если оператор связи делает абонентам скидки, выручка по справедливой стоимости отражается с учетом скидок. В большинстве случаев встречное предоставление осуществляется в форме денежных средств, а сумма выручки - это полученная или ожидаемая к получению сумма таких средств. У многих операторов связи так и происходит: их выручка исчисляется суммой денежных средств, полученных от абонентов (в этом случае номинальная сумма и справедливая стоимость совпадают).

В то же время в МСБУ 18 допускается, что справедливая стоимость встречного предоставления для оценки выручки может быть меньше полученной или ожидаемой к получению номинальной суммы денежных средств (прописанной в договоре). В этом случае организация отражает в учете выручку по справедливой стоимости, а разница между справедливой стоимостью и номинальной суммой встречного предоставления признается в качестве процентного дохода. Речь идет о так называемых продажах в рассрочку. В сфере оказания услуг такая ситуация маловероятна, но в отношении товаров и имущества оператор может предоставить покупателю рассрочку.

Отсрочка платежа - один из случаев, когда справедливая стоимость может отличаться от номинальной, на практике возможны другие ситуации, когда выручка признается в цене, отличной от цены договора. Но в оказании услуг связи такое встречаются крайне редко, даже тогда, когда цена в договоре отличается от суммы выручки в учете (например, при предоставлении скидки). Говорить о том, что при предоставлении скидки справедливая стоимость выручки от оказания услуг связи отличается от ее номинала, в данном случае просто некорректно. Отражение в учете и отчетности выручки с учетом скидки является не более чем корректировкой номинальной цены согласно условиям заключенного договора.

Подведем итог сказанному: с позиций МСБУ 18 выручка в учете и отчетности оператора связи признается по справедливой стоимости, которая в большинстве случаев соответствует номинальной цене услуги, указанной в заключенном с абонентом договоре.

Рассмотрим признание выручки от оказания услуг связи. В контексте МСБУ 18 услуги связи представляют собой выполнение согласованного в договоре задания в

течение определенного периода времени, которое может длиться несколько отчетных периодов подряд. Услуги связи не ограничиваются одним отчетным периодом, поэтому признание выручки от оказания услуг должно осуществляться в соответствии с мерой (стадией) завершенности услуг на отчетную дату. К этому нужно добавить, что результат оказания услуг должен быть надежно оценен, для чего необходимо выполнение следующих условий:

- сумма выручки за услуги может быть выявлена и достаточно надежно определена;
- есть достаточная вероятность получения экономических выгод, связанных с оказанием данной услуги;
- можно с необходимой достоверностью определить стадию завершенности сделки на отчетную дату;
- затраты по оказанию услуги, уже понесенные и необходимые для оказания услуги, можно определить без больших погрешностей (с приемлемой достоверностью).

При оказании услуг связи все перечисленные условия выполнимы, многие из них напоминают требования ПБУ 9/99 к признанию выручки в отечественном учете и отчетности. Но есть отличия: например, в МСБУ 18 есть условие о необходимости надежной оценки стадии завершенности сделки, которая может быть определена на основе периодически составляемых оператором отчетов об оказанных услугах. В ПБУ 9/99 такой нормы нет, но есть другое условие для признания выручки - работа принята заказчиком (услуга оказана).

В отчетности, подготовленной по международным стандартам, Хабаровского филиала ОАО «Дальсвязь» все доходы и расходы отражены в тех периодах, в которых имели место соответствующие факты хозяйственной деятельности вне зависимости от момента выставления счетов, актов и иных подтверждающих документов. Когда международная отчетность составляется путем трансформации соответствующих показателей из национальной отчетности, в международном формате бухгалтер доначисляет доходы текущего периода, увеличивая на них дебиторскую задолженность, а чтобы в следующем периоде не произошло "задвоения" доходов, которые будут признаны в российском учете, в регистрах международного учета он уменьшает доходы на сумму ранее признанных без документов поступлений. Источником такой корректировки может являться кредиторская задолженность или нераспределенная прибыль (в зависимости от того, по итогам какого периода (отчетного или годового) производится корректировка доходов).

В целом правила признания и оценки выручки в международном и национальном форматах имеют много общего, что отчасти объясняется четким и отрегулированным механизмом расчетов за услуги связи. Расхождения возможны, но в большей степени по доходам, которые могут быть получены от оказания сопутствующих услуг и продажи товаров. В отношении основных операций правила международного и национального учета во многом согласуются, что позволяет оператору связи Хабаровского филиала ОАО «Дальсвязь» при составлении отчетности в международном формате воспользоваться данными выручки не только из национальной бухгалтерской отчетности, так как есть необходимость составлять отчетность согласно МСБУ и МСФО.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Балябина У.Ю., Цалик Т.А.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕОФИЦИАЛЬНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ СУДЕБНО-БУХГАЛТЕРСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Работа посвящена необходимости и эффективности использования неофициальной документации при производстве судебно-бухгалтерской экспертизы. Традиционно эксперту-бухгалтеру предоставляются на экспертизу официальные документы и отчеты, которые могут существенно искажать действительность и привезти к неправильному заключению экспертизы. В работе рассмотрена лишь часть неофициальной документации, о приобщение которой к делу целесообразно (при ее наличии) ходатайствовать эксперту-бухгалтеру.

Качество заключения эксперта-бухгалтера зависит от всестороннего исследования операций и фактов, относящихся к разрешаемым экспертизой вопросам, путем изучения всей известной ему как специалисту по бухгалтерскому учету, контролю и анализу хозяйственной деятельности установленной официальной и приобщенной к делу любой другой документации, освещающей обстоятельства дела/полного использования всех возможных методов и приемов исследования документальных данных; правильной оценки документальных данных и аргументации сделанного вывода, чтобы он логически вытекал из исследования и был определенным.

В этой связи можно выделить три группы материалов, подлежащих экспертному исследованию: заключающие в себе факт, подлежащий исследованию; отражающие

возникновение и изменение исследуемых фактов; облегчающие уяснение смысла и пределов их экспертного исследования.

Эксперт-бухгалтер, располагая материалами бухгалтерского учета для ответа на поставленные вопросы, не должен отказываться от использования других данных, в частности, от применения неофициальной учетной документации, которую условно можно разделить на четыре группы:

1) документы, установленные соответствующими инструкциями, но не используемые непосредственно в бухгалтерском учете, например, кассовые чеки и кассовая лента;

2) документы, произвольно установленные должностными или материально-ответственными лицами;

3) неофициальные записи материально-ответственных и должностных лиц.

Вместе с тем очень важно, чтобы эксперту-бухгалтеру передавались лишь такие материалы, которые действительно требуются для всестороннего разрешения вопросов экспертизы. Изучение излишних материалов вызывает неоправданную трату сил и средств, удлиняет сроки экспертизы и может оказывать на эксперта нежелательное отвлекающее воздействие.

Однако неосновательное ограничение исследуемых материалов может сузить возможности экспертизы. В таких случаях представителю правоохранительных органов, назначившему экспертизу, следует проконсультироваться с экспертом-бухгалтером и при необходимости представить их ему на основании письменного ходатайства.

Неофициальная учетная документация должна исследоваться экспертом-бухгалтером в пределах ее количества (объема), изъятого и приобщенного к делу. Трудности ее использования при экспертизе во многом связаны с многообразием форм этих документов и различной степенью их оформления. Экспертная практика показывает, что в их составе встречаются неполноценные документы, содержащие такие недостатки, как небрежность оформления, не оговоренные исправления, отсутствие подписей лиц, совершивших операции, неясное или неполное указание операций, наименований, фамилий и т.д. В отдельных случаях такая документация не охватывает учетный период и является отрывочной.

В связи с этим возникает необходимость в определении порядка оценки неофициальных учетных документов и пределов их использования в бухгалтерской экспертизе.

В уголовно-процессуальном законодательстве письменные документы, используемые для доказательства, не подразделяются по признаку установления порядка документирования тех или иных операций и по форме самих документов.

В судебно-следственной практике по делам о растратах, хищениях и недостачах товарно-материальных ценностей и денежных средств определяющим для установления объективной истины является достоверность документов по существу их содержания. По этим основаниям неофициальные учетные документы и копии документов бухгалтерского учета (фотоснимки, письменные дубликаты, удостоверенные нотариальной конторой, компетентным учреждением или органом расследования), приобщенные к делу, могут исследоваться и оцениваться, как всякие другие документы официального порядка. Необходимыми данными такого неофициального учетного документа следует считать сведения о том, кем, когда и какая совершена операция, о т очных размерах операции (наименование товарно-сырьевых ресурсов, количество, сорт, цена, сумма)

При оценке значимости документов по указанным выше признакам следует иметь в виду, что эти документы составляются материально ответственными и другими лицами в целях взаимного контроля, и они не всегда соблюдают правила, установленные для официальной документации. И хотя в них могут содержаться неясные, неполные и неточные записи, от них не следует отказываться.

Во всех случаях результаты исследования приобщенной к делу неофициальной учетной документации по финансово-хозяйственным операциям эксперт-бухгалтер обязан увязать с данными бухгалтерского учета по этим же операциям. С этой целью сопоставляются эти результаты с данными бухгалтерского учета, определяются расхождения между ними, выясняется их сущность и причины.

Наиболее часто в экспертной практике возникают вопросы, связанные с разграничением недостачи в розничной торговли между материально ответственными лицами и продавцами. При этом важная роль отводиться использованию данных неофициальной учетной документации. Путем их взаимной увязки с данными официальной документации решают задачи экспертизы по этой категории вопросов.

Пределы использования неофициальной учетной документации для обоснования выводов эксперта-бухгалтера в полной мере определяются состоянием ее оформления, конкретным содержанием поставленных перед бухгалтерской экспертизой вопросов и обстоятельствами дела. Поэтому заранее определить полный перечень случаев возможного использования неофициальной учетной документации и ее объемов не представляется возможным.

В уголовно-процессуальном законодательстве отмечается, что фактические данные устанавливаются показаниями лиц (свидетеля, потерпевшего, подозреваемого, обвиняемого), заключением эксперта, протоколами следственных и судебных действий и др. Показания указанных лиц эксперт-бухгалтер может использовать при следующих условиях: изложенные в них факты имеют отношение к предмету бухгалтерской экспертизы; эти факты приняты судебно-следственным органом как доказательства и предложены эксперту-бухгалтеру в качестве исходных данных для дачи заключения. Обязательным условием является для эксперта использование этих данных на основе специальных познаний.

Практика показывает, что в ходе предварительного расследования для полного выполнения задач экспертизы нередко требуется, чтобы эксперт-бухгалтер не только был ознакомлен с протоколами следственных действий, но и присутствовал при их выполнении и лично выяснял существенные для экспертизы обстоятельства.

Более того, действующим процессуальным законодательством эксперту-бухгалтеру предоставлено право знакомиться с материалами дела, относящимися к предмету экспертизы; заявлять ходатайства о предоставлении дополнительных материалов, необходимых для дачи заключения; с разрешения лица, производившего дознание, следователя, прокурора или суда присутствовать при допросах и других следственно-судебных действиях и задавать допрашиваемым вопросы, относящиеся к предмету экспертизы.

В то же время остается дискуссионным в бухгалтерской экспертизе порядок использования показаний обвиняемых и свидетелей по делу. Разработанные экспертными учреждениями в разные периоды методические рекомендации по данной проблеме способствовали установлению правильного отношения к показаниям обвиняемых и свидетелей по делу. Однако в них недостаточно освещен порядок использования этих показаний при составлении заключения бухгалтерской экспертизы.

Обосновывая свои выводы документальными учетными и внеучетными данными, заключениями экспертов других специальностей, эксперт-бухгалтер может сослаться на показания обвиняемых и свидетелей, имеющие отношения к предмету экспертизы. При этом входить в оценку показаний, т. е. утверждать их правильность или неправильность, эксперт-бухгалтер не может, ибо данное обстоятельство выходит за пределы его компетенции.

Согласно Конституции Российской Федерации и другим законодательным актам такое право оценки доказательств по делу и, следовательно, показаний обвиняемых и свидетелей предоставлено суду и органам предварительного следствия. Поэтому в

заключении эксперта-бухгалтера по результатам проведенной судебно-бухгалтерской экспертизы ссылку на показания обвиняемых и свидетелей, на наш взгляд, целесообразно делать в крайних и необходимых случаях, а именно:

- при необходимости обратить внимание следователя на противоречия между документально обоснованными выводами эксперта-бухгалтера и показаниями лиц, проходящих по делу;
- если органы предварительного следствия считают необходимым проверить документальное подтверждение показаний обвиняемых и свидетелей, в связи с чем ставят эксперту-бухгалтеру соответствующий вопрос;
- когда обвиняемые необоснованно оспаривают документально оформленные операции и настаивают на принятии к зачету отдельных документов, уменьшающих установленную экспертом -бухгалтером недостачу ценностей;
- при необходимости представить в органы предварительного следствия расчет суммы материального ущерба, вытекающей из сопоставления учетных данных и данных, приведенных в свидетельских показаниях, в связи с постановкой эксперту-бухгалтеру соответствующего вопроса.

Для эксперта-бухгалтера большое значение имеют заключения экспертов другой специальности. При необходимости сведений и фактов, которые могут быть установлены другими экспертами, эксперт-бухгалтер должен возбудить ходатайство о назначении соответствующих экспертиз (если они не были проведены).

При наличии заключений других экспертов эксперту-бухгалтеру целесообразно использовать их в процессе своего научного исследования и основывать на них свои выводы и ответы по поставленным перед ним вопросам.

Таким образом, при производстве судебно-бухгалтерской экспертизы необходимо исследовать весь спектр представленный материалов дела, при этом особое внимание обращать именно на неофициальную документацию предприятия, так как фальсификация таких документов практически не производиться и именно они наиболее точно позволяет увидеть действительность.

Но, как правило, таким материалам дела уделяют очень мало внимания и в редких случаях приобщают к делу, но эксперт-бухгалтер, заботясь о качестве выдаваемого им заключения должен ходатайствовать о привлечение таких материалов к делу.

Список литературы:

1. Опеченко Н. И. Судебно-бухгалтерская экспертиза. Мн., 1997.

2. Сахнова Т. В. Судебная экспертиза. М.: Городец, 2000.

3. Аксенова Т. П. Судебно-бухгалтерская экспертиза : учебное пособие. Хабаровск, 2001.

4. Алибеков Ш. И. Использование неофициальной документации для судебно-бухгалтерской экспертизы // Бухгалтерский учет. 2008. №7.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Балябина У.Ю., Сорока С.А.

СТРОИТЕЛЬНЫЙ РЫНОК

В период кризиса строительный рынок переживает не лучшие времена и пусть самое худшее по оценкам экспертов уже позади, но до полного восстановления строительного рынка на уровень 2006 – 2007 гг. еще очень далеко и 2008 - 2009 гг. еще очень долго будет сказываться как на жилищном рынке, так и на рынке строительных материалов. Как раз тенденциям, которые наблюдаются сейчас на строительном рынке и посвящено исследование.

Исследование строительного рынка - комплексный анализ разнообразных источников информации, в том числе, официальной статистики (Росстат, данные министерств РФ, Федеральная таможенная служба, железнодорожные перевозки РФ) и открытых данных (пресс-релизы компаний, Web-сайты производителей и отраслевых союзов, интервью представителей компаний).

Базовые составляющие строительного рынка: строительно-монтажная деятельность (рынок жилья, рынок коммерческой недвижимости); рынок строительных материалов, конструкций и изделий.

Факторы, влияющие на строительную отрасль, необходимые для изучения при анализе строительного рынка: 1) государственная политика и приоритеты финансирования различных проектов из бюджета; 2) инвестиционный климат, "уровень здоровья" экономики страны, темп роста доходов населения рассматривается чаще всего как косвенно влияющий фактор; 3) уровень развития и доступности ипотечного

кредитования, в том числе государственные программы по поддержке этого направления; 4) менталитет и наличие поддерживаемых большинством национальных идей, новые технологии и материалы

Рынок строительных материалов включает следующие составляющие: рынок цемента; рынок изделий из бетона; рынок строительного кирпича; рынок строительного песка; рынок строительного стекла и т.д.

Исследования данных рынков по данным официальных источников подразделяются на следующие виды: 1) анализ данных по производству строительных материалов по информации Росстата и изучение проектов строительства новых производств; 2) анализ импорта (экспорта) строительных материалов в РФ; 3) мониторинг цен на строительные материалы и анализ темпов их изменения; 4) динамика базовых отраслей-поставщиков сырья; 5) обзор государственных программ поддержки производства отдельных видов строительных материалов.

В первом квартале 2010 г. жилищному строительству удалось превысить свои прошлогодние показатели на 2,4%. Этот скромный результат в свете многочисленных предположений об практически полной остановке ввода нового жилья, тем не менее, заслуживает некоторого признания. В 35 регионах из 84 наблюдается рост объемов строительства, в ряде областей вводятся специальные меры стимулирования жилищного рынка, а в целом министерство регионального развития рассчитывает превысить в 2010 году рубеж в пятьдесят миллионов квадратных метров ввода нового жилья.

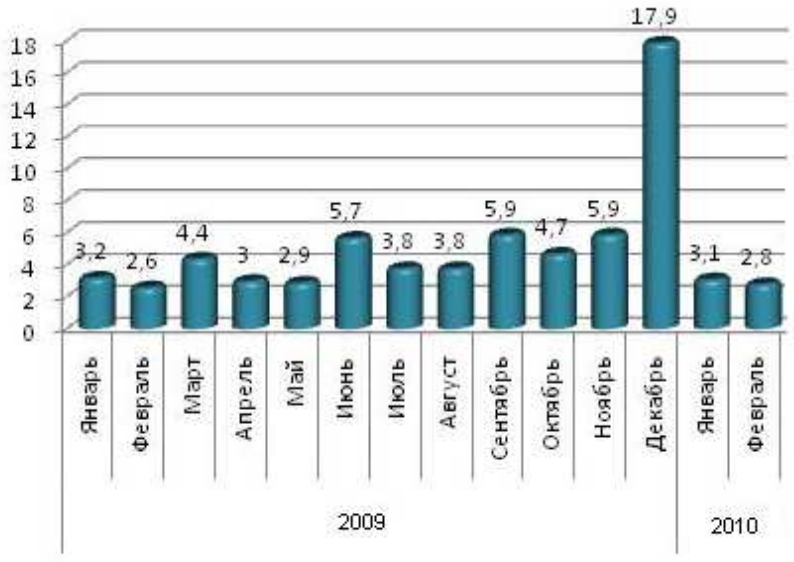

Рисунок 1 – Динамика ввода жилья в 2009 –2010 гг., млн кв.м.

В сравнении с 2009 годом показатели первого квартала представляются вполне оптимистичными. А вот объем работ, выполненных по виду деятельности «строительство», отличается от предыдущего года менее успешными итогами - в первом квартале 2010г. этот показатель составил около 640 млрд. рублей, всего 80,7% от результатов 2009 года.

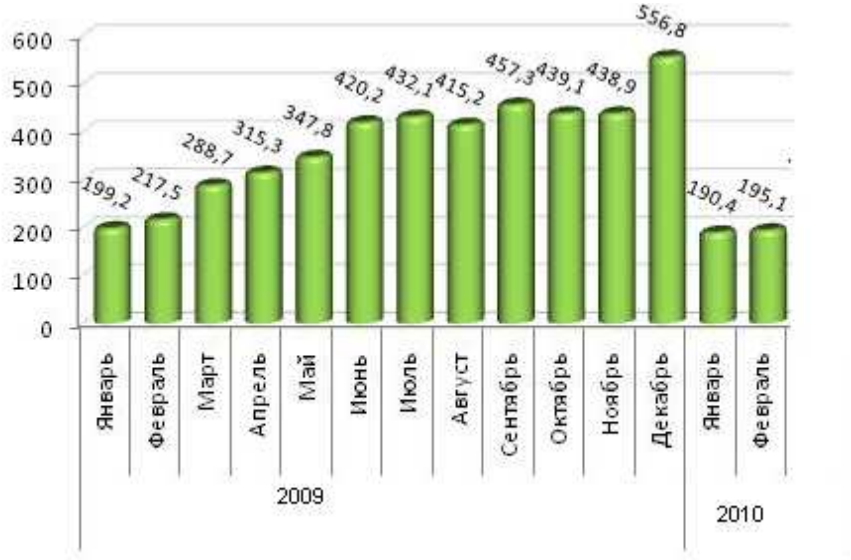

Рисунок 2 – Динамика объемов работ в строительстве в 2009 – 2010 гг., млрд руб.

Невысокие результаты начала года можно объяснить некоторым снижением цен на строительно-монтажные работы и, конечно, затишьем на рынке жилья. По данным Росстата средняя обеспеченность заказами в 1 кв. 2010 г. составила на 1 месяц меньше, чем в предыдущем квартале – 5 месяцев против 6 месяцев в конце 2009 года, при этом, у небольших строительных фирм (численностью до 50 человек) срок вовсе оказался равен трем месяцам.

В числе ключевых факторов, тормозящих развитие строительных компаний, их руководителями были названы высокий уровень налогов, неплатежеспособность клиентов и, несмотря на продолжение тенденции падения цен на строительные материалы, фактор стоимости материалов, конструкций, изделий.

Рост дебиторской задолженности, недостаточный объем заказов и, соответственно, увеличение объемов просроченной кредиторской задолженности, при 80% общего числа строительных компаний, использующих банковский кредит, значительно ухудшили финансовое положение большинства участников строительного рынка.

В строительном комплексе по-прежнему все надежды на государство, которое обещало локомотиву российской экономики верность и поддержку в форме 440 миллиардов рублей разностороннего «финансирования». Здесь и закупка готового

жилья для льготников, и олимпийские Сочи, и развитие инфраструктуры, без которого, как «наверху» решили, в мировом кризисе не устоять. Выделенная сумма, стоит отметить, по словам премьер-министра, составляет около 1/3 стоимости всего жилищного рынка страны. Одно из главных направлений финансирования, конечно, поддержка строительных компаний – как застройщиков, так и производителей строительных материалов. В списке системообразующих предприятий и претендентов на госпомощь удалось получить место компаниям «Главстрой», ГК ПИК, «РАТМ-цемент», «Интеко» и другим крупным предприятиям отрасли.

«Не забывают» российских строителей и иностранные инвесторы, так, австрийская компания Mayr-Melnhof Holz Gmbh совместно с группой ЛСР запускает лесопильное производство в Ленинградской области, а представители турецкой фирмы Rasen планируют освоить Карачаево-Черкесию, инвестируя в строительство нового цементного завода. Хотя чего-чего, а цемента в текущем году хватит всем, по словам официальных лиц «Евроцемент Груп», даже с излишком.

Приток иностранных инвестиций, проекты, которые, несмотря на сложности, реализуют крупные отечественные компании и некоторое сезонное оживление в отрасли могут существенным образом улучшить ситуацию в ближайшие месяцы, особенно если правительство осуществит все обещанные меры полностью и в срок.

После проведенного анализа можно выделить несколько направлений, следуя которым, преодоление сложной ситуации будет возможно в ближайшие годы:

- Государство как влияющая категория, на которую следует нацеливать свое внимание, может стать полезной для строительной компании в стыковке интересов. Интересы строительной компании и государственных органов соприкасаются плотно в зоне общественного спокойствия. Государство в нынешнем понимании власти не заинтересовано в народных волнениях.
- Спокойствие дольщиков – также первоочередной интерес топ-менеджмента строительной компании. Государство обязано нести социальную нагрузку и несомненно разрабатывает и разработает реальные механизмы поддержки строительной отрасли. Соответственно, важно придавать максимальное усилие для поддержания сотрудничества с государственными органами.
- Потребители становятся ценнейшим элементом поддержания бизнеса. Потенциальные и существующие, они повышают свое внимание к деятельности строительной компании в разы. Топ-менеджмент, таким образом, имеет шансы наладить с существующими клиентами доверительные отношения (это очень серьезный кропотливый труд) для дальнейшей жизни и процветания компании. Для

строительных компаний рекомендуется проводить открытые экскурсии на реализуемые объекты с участием владельцев компании или в крайнем случае – топ-менеджера.

- СМИ с самого начала кризиса на строительном рынке, особенно в федеральном формате занимали весьма активную позицию. Зачастую, не особо разобравшись в причинах изменений на рынке, их трансляции побуждали рядового потребителя застыть в ожидании «будущего падения цен на недвижимость». При всех объективных на то предпосылках, СМИ добавили масла в огонь. Произошел парадокс – в регионах снижение цены на новое жилье произошло практически до уровня себестоимости строительства. В будущем это приведет к острой нехватке жилья и обратному взвинчиванию цен, так как прибыль строительных компаний должна идти на новые объекты (сейчас этого не происходит).
- Остальные категории: инвесторы, конкуренты, партнеры, безусловно, важны, но в настоящее время их влияние не столь значительно, так как у каждого из них собственные проблемы в кризис и даже конкурентная борьба отходит на второй план. А активность частных инвесторов явно не удастся поддержать одному отдельному предприятию – здесь наблюдается комплексное отсутствие интереса к отрасли.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, юридических и экономических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Башкина М.Л., Домашенкина С.С.,

Замковая А.А., Панфилова А.Ю., Толканева О.В.

СООТВЕТСТВИЕ ГОСТИНИЦ «ЗВЕЗДНОМУ» КРИТЕРИЮ КАК ОРИЕНТИР ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Отели делились на классы всегда. К середине 50-х годов прошлого столетия туризм приобрел массовый характер, и появилась необходимость создания классификации гостиниц. В ряде европейских стран возник новый способ характеристики отелей — "звезды". Владельцы гостиниц вешали их, как хотели, однако для туристов это все равно стало ориентиром. Но за полвека существования "звездной" системы классификации отелей в мире так и не возникло единых правил появления "звезд".

В настоящее время известно около тридцати различных классификаций гостиниц, однако наиболее распространенными являются три: с помощью звезд – от одной до пяти, букв – от A до D, корон или ключей, которые распространены в клубных гостиницах.

В большинстве стран определение числа "звезд" для гостиницы — дело абсолютно добровольное. Отель может вообще отказаться как-либо себя классифицировать. А в некоторых странах — присвоить себе любое количество "звезд".

Несмотря на различные классификации, обслуживание должно соответствовать заявленной категории. «Звездность» отеля – это система оповещения потребителей о предоставляемых услугах и их качестве.

Нередко владельцы престижных гостиниц международного класса заказывают классификационные услуги во Всемирной Туристической Организации, либо в Швейцарском гостиничном обществе (это одно из самых старых и авторитетных объединений в мировом гостиничном бизнесе), чтобы те подтвердили их "звездность" по системе SSH.

Всемирная туристская организация (ВТО) несколько лет назад попыталась положить конец "параду звезд" и ввести универсальную систему классификации гостиниц. Ее секретариат предложил профильным ведомствам разных стран и крупным международным гостиничным компаниям тщательно разработанный свод правил для определения "звездности" гостиниц. Эти стандарты пока еще не стали обязательными во всех регионах, но во многих странах уже ориентируются именно на них и согласовывают свои правила с рекомендациями ВТО. Впрочем, специалисты гостиничного бизнеса с сожалением отмечают, что критерии Всемирной туристской организации тоже несовершенны, так как учитывают не все критерии оценки. Так что гостиничные "звезды" и далее будут оставаться крайне условным ориентиром для туристов.

В России до 1994 года классификация гостиниц осуществлялась в соответствии с «Положением об отнесении гостиниц к разрядам и номеров в гостиницах к категориям», которое предполагало подразделение гостиниц на семь разрядов: «Люкс», «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3, 4; мотелей – на пять разрядов: «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3.

В 1994 году в РФ были разработаны «Положение о критериях классификации гостиниц», «Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации», а также принят ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», согласно которому все гостиницы подразделяются на пять категорий с присвоением от 1-ой до 5-ти звезд, мотели – на четыре категории – с присвоением от 1-ой до 4-х звезд.

В настоящее время право присваивать звезды гостиницам и отелям в России принадлежит Федеральному агентству по туризму РФ (Ростуризм), которое 21 июля 2005 года утвердило Систему классификации гостиниц и других средств размещения. Классификация отелей проводится на добровольной основе, в ходе ее устанавливается соответствие гостиниц нормативным требованиям. По результатам классификации присваивается категория «две звезды», «три звезды», «четыре звезды», «пять звезд».

На основе таких документов, как ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц», «Критерии классификационных требований к гостиницам (мотелям) Российской Федерации» и Системы классификации гостиниц и других средств размещения, проанализируем соответствие «звездности» наиболее крупных и известных гостиниц города Хабаровска. Такими гостиницами оказались: «Ерофей», «Интурист», «Парус», «Турист» и «Саппоро».

Анализ проводится на основе следующих критериев оценки:

1. Здание и прилегающая к нему территория;
2. Комфортабельность номеров;
3. Санитарные объекты;
4. Квалификация персонала;
5. Уровень обслуживания;
6. Услуги питания.

Безусловно, все гостиницы разные по уровню обслуживания, имеют достоинства и недостатки. Читая отзывы о выбранных для анализа гостиницах, можно сделать вывод, что наиболее популярной и комфортабельной для своих посетителей является гостиница «Парус». Некоторые критично отзываются о гостинице «Интурист» из-за довольно высоких цен за услуги. Что касается остальных гостиниц, то там, по мнению посетителей, уровень обслуживания на среднем уровне.

В настоящее время только гостиница «Интурист» прошла процедуру классификации в Аттестационной комиссии Ростуризма, где 26.01.2007 ей была присвоена категория «три звезды». Остальные гостиницы города Хабаровска (в том числе выбранные для анализа) не имеют подлинных «звезд» и сами себе их «устанавливают». Из них только гостиница «Турист» планирует подать заявку на проведение оценки соответствия установленным требованиям, и аттестацию на соответствующую категорию.

Гостиницы не подают заявку на получение сертификата соответствия «звездности» из-за дороговизны услуги и дополнительных затрат на последующее подтверждение заявленной категории. Бюджет гостиниц с малым номерным фондом и низкой категорией «звездности» (одна и две «звезды») не позволяет нести дополнительные расходы. В настоящее время в получении «звезд» заинтересованы гостиницы, принимающие иностранных гостей, для включения их в реестр гостиниц России. Считаем необходимым присвоение категории «звездности» всем гостиницам, так как это в первую очередь важно для потребителя. Сложно со стороны определить уровень гостиницы и качество предоставляемых услуг, а «звезды» потому являются главным

ориентиром для постояльцев. «Звезды» помогут потребителю правильно выбрать гостиницу, которая будет соответствовать их потребностям. Для упрощения системы присвоения «звезд» предлагаем внести изменения в Положение о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения касающееся передачи полномочий присвоения категорий одна и две «звезды» комиссиям при органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации. Это сделает процедуру доступней и побудит небольшие гостиницы, которые преобладают в городе Хабаровске, проходить классификацию с присуждением соответствующего количества «звезд».

Список литературы

1. О сертификации продукции и услуг: ФЗ от 10.06.1993 г. (в ред. ФЗ от 31.07.1998 г. № 154-ФЗ).

2. Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц: ГОСТ Р 50645-94.

3. Об утверждении положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения: приказ Минэкономразвития и торговли РФ: N 197 от 21.06.2003 г.

4. Система классификации гостиниц и других средств размещения / утверждена приказом Ростуризма от 21.07.2005 г. № 86. – режим доступа: http://www.russiatourism.ru

5. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. Киев: ВИРА-Р, 2001.

6. Балашова Е. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. М-СПб: Вершина, 2006.

7. Ефимова О. П. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. пособ. / под ред. Н. И. Кабушкина. М.: Новое знание, 2004.

8. Кабушкин Н. И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учеб. пособ. / Мн.: ООО «Новое знание», 2000. 216 с.

9. Ляпина И. Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. М.: Академия, 2005.

10. Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. М.: Альфа-М, 2006.

11. Сенин В. С., Денисенко А. В. Гостиничный бизнес. Классификация гостиниц и других средств размещения. М.: ФиС, 2006.

12. Туризм и гостиничное хозяйство: учебник / под ред. А. Д. Чудновского М.: ЮРКНИГА, 2005.

13. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства: учеб. пособ. М.: РДЛ, 2005.

14. Информация по гостиницам. URL: http://www.hotelnews.ru

15. Федеральное агентство по туризму. URL: http://www.russiatourism.ru

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Белоцерковец К.В., Вахрушева О.Б.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Данная работа предусматривает принятие экономически выгодного решения по организации производства теплоэффективных блоков с декоративным наружным покрытием на примере компании ООО «СК «Эверест» по проекту «Освоение новой технологии производства». А именно:

1) Обоснование рентабельности организации цеха по изготовлению теплоэффективных стеновых блоков с декоративным наружным покрытием;

2) Удовлетворение спроса населения г. Хабаровска в названных строительных материалах и обеспечение оптовых поставок стеновых блоков строительным и торгующим организациям г. Хабаровска, Хабаровского края.

3) Получение прибыли фирмы, достаточной для погашения заемных средств, полученных на осуществление проекта и накопления чистой прибыли для дальнейшего развития производства, своевременный и полный возврат кредитных средств.

Основной профиль ООО «СК «Эверест» – это строительство коттеджей по индивидуальному проекту, то есть всего усадебного комплекса, в который входят строительство забора, коттеджа, гаража, бани. Благоустройство территории, подключение всех сетей и коммуникаций, а так же выполнение всех отделочных работ «под ключ». Основная задача построить качественный комфортабельный дом, снизив

основные издержки строительства до минимума. Основные материалы стен – кирпич, брус и туфоблок.

ООО «СК «Эверест» реализует новаторский подход и прогрессивные стандарты ведения бизнеса, поэтому одним из важнейших направлений работы является инвестирование. Процесс инвестиционного планирования и контроля организован, исходя из соблюдения следующих принципов: принцип максимизации экономической отдачи, принцип соответствия стратегическим приоритетам, принцип выделения ответственным за принимаемые решения, принцип непрерывности процесса инвестиционного планирования и контроля, принцип учёта финансового состояния.

В процессе инвестиционного планирования и контроля предусмотрена группировка инвестиционных проектов на три категории: инвестиции с финансовой отдачей, инвестиции с качественной отдачей, специальные инвестиции. ООО «СК «Эверест» предпочитает инвестировать средства в проекты с финансовой отдачей.

Данные исследования и рекомендации помогут ООО «СК «Эверест» выйти на более высокий уровень развития и тем самым увеличить свою прибыль. Кроме того, работа важна с точки зрения потенциальных клиентов организации, так как экономичность и одновременно высокое качество теплоэффективных стеновых блоков позволяют возводить жилые дома, административные здания, производственные помещения, затратив минимум времени и средств.

Инвестиционный замысел – закупить в счет кредитных средств основное технологическое оборудование для организации производственного цеха по изготовлению теплоэффективных блоков.

Финансовые ресурсы, необходимые для осуществления проекта:

1) Цена линии ЛТБ 60 м3/смену – 16 000 000 руб. (занимает в общем объёме вложений 94,12%)

2) Доставка – 100 000 руб. (0,59%)

3) Шеф-монтаж, пуско-наладка, обучение персонала – 900 000 руб. (5,3%)

Итого стоимость проекта – 17 000 000 руб.

Универсальность и многопрофильность входящего в состав линии оборудования позволит менять номенклатуру выпускаемой продукции без переналадки линии, легко размещать «лего – линию» в небольших (до 500 м2) помещениях, комплектовать линию необходимым набором оборудования.

Сегодня в нашей стране существует такие программы, как: «Доступное и комфортное жилье – гражданам России!», «Энергосбережение» и многие другие. Теплоэффективные блоки – идеальное и доступное решение проблем, поставленных

этими программами. Дома, построенные из блоков «Теплостен», являются жилищем нового поколения, главным образом по экономичности, начиная от производства конструкций и строительства и кончая эксплуатацией зданий. В среднем, срок строительства дома на 100-120 м2 составляет всего 30 дней! Это недорогой, быстровозводимый, теплый, индивидуальный жилой дом малой этажности. Стоимость 1 кв. м. жилья из теплоэффективных блоков составляет всего 10 000-12 000 рублей.

В связи с низкой себестоимостью одного м2 такого дома, а также небольшим временем на его сооружение, открываются реальные возможности по использованию ипотечного кредитования строительства, привлечению средств внебюджетных организаций, пенсионных фондов и накоплений граждан. Стены из многослойных блоков в 23 раза легче кирпичных. Поэтому создают значительно меньшую нагрузку на фундаменты, что приводит к снижению стоимости работ на этом этапе на 15-20%. Расходы на транспортировку материала уменьшатся в 2-3 раза, поскольку толщина стен из теплоэффективных блоков в 1,5 раза, а вес в два-три раза в зависимости от исполнения блока меньше толщины и веса кирпича соответственно. Экономия при возведения междуэтажного перекрытия. Стоимость 1 кв. м. сборно-монолитного перекрытия на 60% ниже перекрытия из пустотных плит.

Коммерческая стратегия бизнеса учитывает сезонные колебания спроса на готовую продукцию. В силу этого фирмой должны быть зарезервированы складские помещения для запасов готовой продукции с тем, чтобы в весенне-летний период (период пика спроса на продукцию цеха) компенсировать спад уровня спроса в зимний период времени.

Предполагаемая цена реализации продукции – теплоэффективных блоков для жилищного строительства составляет порядка 6000 руб. за 1м3 с НДС.

В одном куб. м содержится 33 блока, из них можно сложить 2,65 м2 стены.

Себестоимость за 1м3 – 4500 руб. Прибыль от реализации в год - 37 500 000 руб. Срок окупаемости – 0,66 года.

В результате реализации основной задачи по выполнению данного проекта ООО «СК «Эверест» также может увеличить ежегодную прибыль за счёт дочернего предприятия по строительству зданий и сооружений по современным технологиям, что также обеспечит расширение рынка сбыта данной продукции. Чистая прибыль от строительства 1 одноэтажного коттеджа размерами 10×10м ориентировочно составит 150 тыс. руб. Учитывая, что из блоков, производимых на данной линии, можно построить около 300 домов, то чистая прибыль от строительства может составить 300*150 000 = 450 000 000 рублей.

Таким образом, применение новых технологии и материалов способно обеспечить необходимое сочетание скорости строительства, качество зданий и сооружений, сокращение себестоимости возведения каждого квадратного метра зданий.

Предприятия, производящие теплоэффективные блоки, уже действуют в России и за рубежом, но их мощностей явно не достаточно для насыщения рынка строительных материалов, поэтому вопрос сбыта продукции решается очень быстро.

Приведенные в работе расчеты и факторы деятельности дают основание полагать, что фирма освоит новый вид технологии в запланированные сроки и обеспечит своевременный возврат кредитных средств.

Список литературы:

1. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет : учебник. 7-е изд., стер. М. : Издательство «Омега-Л», 2010. 570 с.

2. Стратегический процесс управления инвестиционной деятельностью предприятия. URL: http://www.kftam.ru.

3. Автоматизированное конвейерное оборудование для производства теплоэффективного стенового блока. URL: http://теплостен.su/oborydovanie.html.

4. Строительная компания «ЭВЕРЕСТ». URL: http://ckeverest.ru/index.html.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Березина Д.И., Мартынчук Л.А.

ОЦЕНКА РОССИЙСКОГО РЫНКА БИЖУТЕРИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ТЕНДЕНЦИИ

Большинство специалистов, исследующих современные тенденции на рынках ювелирных изделий и бижутерии, единодушны в том, что начиная с середины 90-х годов прошлого столетия в США, странах Европейского союза, АТР и России отличается постоянный рост потребительского спроса именно в пользу такого сегмента, как изделия бижутерии. Несмотря на всё более заметное расширения интереса именно к бижутерии и неювелирным украшениям, прежде всего со стороны молодёжи, в том числе и студентов, а так же женщин различных возрастных групп, следует констатировать, что данный сегмент рынка занимает весьма незначительное место в современных маркетинговых исследованиях. При этом он существенно уступает по числу исследований рынка ювелирных изделий не только в России, но и в других странах[1].

С учетом возможностей, востребованности и перспектив развития этого рынка в Российской Федерации и её субъектов, представляется актуальным в данной работе дать оценку некоторых аспектов развития этого рынка в последние годы.

В данном случае делается оценка на такие аспекты, как:

– определение понятия «бижутерия»;

[1] Журнал «Навигатор». 2009. № 6.

– ценовая сегментация исследуемого рынка;

– характеристика основных субъектов, функционирующих на рынке Российской Федерации и её регионов;

Бижутерия (от фр. bijouterie) – это украшения из недрагоценных камней и металлов. Долгое время она считалась уделом бедных людей. Но ситуация в корне изменилась в XX веке, во многом благодаря торговому дому Swarovski, который превратил имитацию драгоценных камней в искусство. Причём это искусство приносило неплохую выгоду, учитывая, что в то время все слои общества хотели носить украшения.

Специалисты подразделяют рынок всех видов украшений на следующие сегменты:

– изделия из золота и серебра;

– драгоценные украшения класса «люкс»;

– бижутерия и украшения;

– наручные часы.

Современные тенденции, складывающиеся на российском рынке бижутерии, свидетельствуют о том, что в последние годы данный рынок продолжает развиваться, несмотря на кризисные явления в экономике страны и снижение уровня доходов населения во всех регионов РФ. По итогам 2009 г. зафиксировано снижение объемов продаж, но оно в разрезе регионов составило 3,8 – 4,1%, что явно свидетельствует о более благоприятной ситуации на этом рынке, по сравнению, например, с рынком ювелирных изделий (10 – 15%)[1].

Эксперты и операторы исследуемого рынка утверждают, что рынок бижутерии – один из немногих в нашей стране, где конкуренции как таковой пока нет. Появившихся в самом начале мелких торговцев и оптовиков в последние годы стали сменять сетевые торговые точки, а поставщики переориентировались на более дорогую продукцию.

Отметим, что украшения являются частью более широкой группы аксессуаров, и в этот объём включают ещё и головные уборы, шарфики, платочки и ремни.

По количеству продаваемых позиций на российском рынке бижутерии традиционно лидируют кольца, цепи и серьги.

Обычно применительно этого сегмента украшений выделяют три категории по цене: низкие цены – стоимость товара в различных субъектах РФ варьируется в пределах 100 – 500 рублей; средние – 500 – 1500 рублей и высокие – (люкс, премиум класса) – более 1500 рублей.

---

[1] Журнал «Управление магазином». 2008. № 12.

В двух регионах (Сибирский Федеральный округ и Дальневосточный федеральный округ) констатируется наиболее высокий уровень покупателей изделий по самым низким ценовым категориям, и лидером здесь является Дальневосточный федеральный округ. Что касается покупателей, приобретавших в 2005–2008 годах изделия по наиболее высоким ценам, то менее всего их определено также в этом округе (24,6 - 24,3 %).

В России бижутерия производится в очень мелких объёмах (менее 1,2 % от общих в стране продаж). Лидером среди российских производителей неювелирных украшений можно считать холдинг Etalon-Jenavi, развивающий одноименную розничную сеть в Москве и Санкт-Петербурге и поставляющий свою продукцию в другие страны. Большинство компаний – и зарубежных, и российских – предпочитают заказывать продукцию по более низкой себестоимости у азиатских производителей, в первую очередь у китайских. В России насчитывается большое количество оптовых компаний, специализирующихся на неювелирных украшениях. Основная их масса торгует не только бижутерией, но и различными аксессуарами. Крупные оптовики поставляют продукцию по всей территории России, а также страны ближнего зарубежья (Украина, Беларусь)[1].

Как показывает статистика, потребители г. Хабаровска отдают предпочтение более низкому сегменту ценовой политики. По нашему мнению, открытие престижного магазина облегчила бы поиск украшений для разных случаев жизни, бижутерии высокого качества, но и высокой цены.

Список литературы:

1. Юрьева Е. Л. Социально-экономические аспекты демографического кризиса в России // Деловая Россия. URL: www.sedmitza.ru.

2. Немцов А. В., Терехин А. Т. Размеры и диагностический состав алкогольной смертности в России // Наркология. 2007. № 12.

3. Халтурина Д. А., Коротаев А. В. России грозит гуманитарная катастрофа. URL: «Нет – Наркотикам», Москва, 2005.

4. URL: http://www.demographia.ru.

5. URL: www.gks.ru.

6. URL: http://www.zavet.ru.

7. URL: www.socio.msu.ru.

[1] URL: www.frshop.ru

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Булавина К.Ю., Степанова В.С.

К ВОПРОСУ О НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН НА ТЕРРИТОРИИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА

Российский Дальний Восток, и Хабаровский край в частности, в дореформенный период представляли собой не только военно-политический, но и внешнеторговый форпост страны на Тихом океане. Для такого субрегиона, как Хабаровский край, развитие внешнеэкономических связей как фактора экономической динамики достаточно очевидно.

В настоящее время трансформация международных отношений ставит перед нашей страной новые задачи: экономическое сотрудничество, научно-техническое развитие, привлечение инвестиций и т.д. И одной из составляющих формирования современной экономики России – создание особых экономических зон, которое является достаточно эффективным и широко применяемым инструментом территориального развития в странах разной степени рыночной зрелости.

В соответствии с российским законодательством особая экономическая зона (ОЭЗ) – это определяемая правительством Российской Федерации часть территории Российской Федерации, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности [1].

Особые экономические зоны распространены в различных регионах мира, как в развивающихся, так и в развитых странах. Для одних, как правило, это уникальный шанс привлечь внешние инвестиции. Для других – просчитанный шаг для развития того или иного региона или сектора экономики. Главной целью создания таких зон в России является решение стратегических задач развития государства в целом или отдельной территории: внешнеторговых, общеэкономических, социальных, региональных и научно-технических задач, путём развития обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей, производства новых видов продукции, транспортной инфраструктуры, а также туризма и санаторно-курортной сферы [2].

В Российской Федерации долгое время не существовало унифицированных правил, определяющих правовой режим особых экономических зон. Законодательство в данной области было представлено небольшим количеством нормативных актов, касающихся создания свободных экономических зон в конкретном географическом районе.

Новый подход к сотрудничеству Российской Федерации с мировым сообществом потребовал формирования концептуально нового законодательства об ОЭЗ. Нынешний закон об ОЭЗ, принятый 22 июля 2005 года, учитывает негативный опыт создания зон начала 1990-х гг. Принципиальным отличием нового подхода стал всесторонний поиск системообразующих точек роста отечественной экономики: независимо от того, на какой территории находятся эти точки, ведётся конкретный поиск перспективы создания высокоэффективных производств и интеллектуальных центров [2].

При всём упомянутом выше необходимо выделить проблемы создания и развития ОЭЗ. Одной из основных проблем в регионах – отсутствие инфраструктуры и планов развития территорий. Достаточно актуальным является вопрос о сроках инвестирования, окупаемости и критериях обоснования источников финансирования проектов. Проблематичным является и вопрос о государственном и общественном контроле за деятельностью ОЭЗ, в том числе борьба с «коррупционной составляющей». При этом следует отметить, что принятый закон никак не определяет рамки эффективного контроля.

Рассматривая в ретроспективе опыт ОЭЗ на Дальнем Востоке, следует отметить попытки реализации в первой половине 90-х гг. 20-го века проектов торговых и промышленно производственных зон «Сахалин» и «Находка», а также международной специальной экономической зоны (МСЭЗ) «Туманган» [4]. Однако ни один из упомянутых проектов не реализован до предполагаемого уровня эффективности.

За неимением притягательного портового центра в нашем приморском по географическому положению крае, основная часть его населения стекается с востока и

севера в приграничный краевой центр. Однако наш Хабаровск не обладает достаточным технологическим и научным потенциалом.

О необходимости создания портовой особой экономической зоны и принятии такого решения говорилось не один год. Помимо сложившейся проблемы, мировой опыт показывает, что открытие и функционирование свободных экономических зон в морских портах служит мощным стимулом для их развития, привлекает огромные инвестиции.

Решение о создании принималось по итогам жесткого конкурса при энергичном лоббировании краевой властью. Концепция Советско-Гаванской ПОЭЗ предполагает создание на территории морского порта международного многопрофильного портового и судоремонтного центра. На территории зоны планируется особый режим осуществления предпринимательской деятельности, предусматривающий льготы по НДС, налогу на прибыль, по таможенным пошлинам [5]. ПОЭЗ будет размещена на восточном берегу залива Советская Гавань. Её протяженность должна составить 8 километров, а общая площадь – 4,5 квадратных километров. Предполагается, что портовая зона будет функционировать в течение 49 лет [3].

В целом, рассматривая и подвергая анализу данный проект, можно сказать о тех положительных моментах, который он под собой несёт. Во-первых, и одним из важнейших аспектов создания ПОЭЗ в Советской Гавани станет возрождение судоремонтной отрасли.

Во-вторых, формирование зоны, на мой взгляд, даст и мощный социальный эффект: новые рабочие места будут заполнены местными кадрами.

В-третьих, статус ПОЭЗ дает два крупных козыря: государственно-частное партнерство с двусторонними соглашениями и серьезные льготы по налогам и ввозимым пошлинам для заключивших эти соглашения резидентов-инвесторов.

И, в-четвертых, создание ПОЭЗ обеспечит стремительное развитие Ванино-Советско-Гаванского транспортного узла, что открывает выгодный, ранее не использовавшийся транзитный маршрут, создает ворота для БАМа.

Однако, рассуждая о необходимости создания ПОЭЗ в Советской Гавани, важно ответить на один интересный вопрос: а нужна ли эта ПОЭЗ дальневосточникам, самим совгаванцам? Так по данным опроса «Нужна ли ПОЭЗ на Дальнем Востоке» из 69 опрошенных 89,7% однозначно согласились с необходимостью создания особой портовой зоны, 5,8% были против и 4,35% засомневались [3]. Значимо то, что из всех опрошенных никто не остался равнодушным, а это значит, что вопрос остается открытым для дискуссии.

Подводя итог, нужно сказать, что, не смотря на положительные моменты создания особых экономических зон, их нельзя рассматривать как, своего рода, панацею и нельзя также отрицать необходимость применения и совершенствования прочих методов повышения эффективности региональной экономики.

Список литературы:

1. Об особых экономических зонах в Российской Федерации : ФЗ от 22.07.2005 № 116-ФЗ // КонсультантПлюс. URL: http://base.consultant.ru (дата обращения 02.04.2010).

2. Лопатин С., Панченко Е. Внешнеэкономический фактор регионального развития: Хабаровск: РИОТИП, 2007. 122 с.

3. Бадюков В. Ф., Рожков Ю. В., Соломко И.М., Байбородина В.Г. Современные проблемы и перспективы развития финансовой и кредитной сфер экономики России XXI века. Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2009. 148 с.

4. Несостоявшаяся столица. Третья попытка поднять Советскую Гавань // Аргументы и факты. Дальинформ. 2009. №41(816). С 4.

5. Особая гавань. 21.01.2010г. // Российская газета. URL: http://www.rg.ru/printable/2010/01/21reg-dvostok/poez.html (дата обращения 17.04.2010)

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Вогнерубова Е.Н., Савватеева О.П.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЫ И ОЦЕНКА ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Одной из важнейших сфер деятельности российских предприятий на современном этапе является внешнеэкономическая. Внешнеэкономическая деятельность предприятия – это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной интеграцией и кооперацией, экспортом и импортом товаров и услуг, выходом на внешний рынок. На уровне предприятия внешнеэкономическая деятельность направлена на заключение и исполнение контрактов с иностранными партнерами.

Первым шагом осуществления ВЭД является выбор стран–партнеров. На следующем этапе задача состоит в определении рисков, связанных с выходом на рынки предварительно отобранных стран. Под страновыми рисками понимаются опасности, которые могут нанести ущерб хозяйственной деятельности фирмы в зарубежной стране. Можно выделить следующие страновые риски: военные действия, законодательные ограничения, изменения валютных курсов, тарифные ограничения и.т.д. Детальный анализ проводится по трем группам критериев: привлекательность странового рынка (емкость рынка, рост и.т.д.) и собственным конкурентным позициям (потенциал предприятия, рентабельность производства и т.д.).

Существует несколько основных стратегий выхода на рынок:

Стратегия контрольной точки заключается в достижении целевой прибыли при заданных объемах сбыта или заданной цене товара. («Дженерал моторз», «Эппл»).

2)Конкурентное ценообразование применяется прежде всего на рынках однородных товаров, где рентабельность производства примерно равная (например, печатные издания, одежда). Фирме, следующей за лидером, необходимо отслеживать ценовую политику лидера, учитывая скидки и распродажи

3)Стратегия «снятия сливок». Первоначально фирма устанавливает максимально высокую цену на товар. Суть стратегии — максимизировать краткосрочную прибыль в условиях низкой конкуренции, когда другие фирмы не могут предложить аналогичный товар.

5)Стратегия, основанная на воспринимаемой ценности товара. Эта стратегия подходит прежде всего для предметов роскоши, парфюмерии, косметики.

Работа на внешних рынках требует изучения зарубежной практики ценообразования.

Цена рассчитывается по формуле:

$$Ц = C (1 + R/100) \quad (1)$$

Где С – удельные текущие издержки по производству и сбыту товара, ДЕ./ед.

R – нормативная рентабельность, %

Цены фактических сделок более реальны и конкретны, но они чаще всего являются коммерческой тайной. Окончательная цена включает в себя множество различных поправок: на количество, на условия платежа и.т.д.

На изменения цен в международной торговле могут оказывать влияние колебания валютных курсов. Поэтому при ценообразовании и заключении контрактов важно ориентироваться на ту валюту, которая при изменении ее курса приводит к увеличению валютной выручки, а также включать в контракты валютные оговорки. Чтобы снизить риск потерь вследствие изменения валютных курсов, следует включать в контракт условие возмещения потерь при изменении валютного курса (валютную оговорку).

При заключении торгового контракта экспортеру выгоднее устанавливать цену в более сильной валюте, курс которой растет или хотя бы не понижается по отношению к национальной. Для импортера, наоборот, в качестве валюты цены, предпочтительнее более слабая валюта, курс которой падает по отношению к национальной валюте.

Экономическая эффективность внешнеторговой деятельности предприятия измеряется абсолютными и относительными показателями. К абсолютным показателям относятся:

Валовая прибыль (ВП), или доход от продаж, или прямой экономический эффект, определяется:

При экспорте — как разница между ценой контракта (Цк) и полными затратами предприятия на экспорт (Зэкс) — затратами на производство и реализацию продукции (реклама, маркетинг, транспорт, страхование, пошлины, сборы и др.):

ВП = Цк – Зэкс (2)

При импорте (с целью продажи ввозимого товара на внут¬реннем рынке) — как разница между ценой реализации (Цр.и) импортной продукции на внутреннем рынке (с учетом расхо¬дов, связанных с организацией продаж — реклама, марке¬тинг, транспортные издержки) и ценой ее покупки на внеш¬нем рынке (Цп.) включая все расходы, связанные с ее при¬обретением (пошлины, транспортные издержки, страховка, оплата услуг посредников и др.):

ВП = Цр.и – Цп. (3)

Одним из основных среди относительных показателей эффективности внешнеторговой деятельности является рентабельность- отношение коммерческого результата от экспорта / импорта к затратам (З):

Р = КР/З • 100%. (4)

Этот универсальный показатель дает текущую картину эффективности внешнеторговых операций предприятия, отражая величину заработка на каждый вложенный рубль.

При оценке эффективности внешнеторговой деятельности промышленного предприятия, которая связана, как правило, с организацией экспортных поставок, целесообразно рассчитать следующие показатели рентабельности:

Показатель экономического эффекта от экспорта товаров, продукции, работ или услуг определяется следующим образом:

ЭЭЭКС= О вф+ Вр З экс (5)

где ЭЭ экс – показатель экономического эффекта экспорта,

Овф – рублевый эквивалент отчислений в валютный фонд предприятия, рассчитываемый пересчетом валютной выручки в рубли по курсу на дату поступления валюты,

Вр – рублевая выручка от обязательной продажи части валюты государству, руб.;

З экс – полные затраты предприятия на экспорт, которые включают: затраты на производство и реализацию продукции (реклама, маркетинг, транспорт, страхование, сборы и др.).По экономическому содержанию показатель эффекта соответствует понятию прибыли.

Показатель экономической эффективности экспорта рассчитывается следующим образом:

ЭЭКС = Овф + В р / З экс (6)

где Э экс — показатель экономической эффективности руб./руб.

Экономический смысл показателя эффективности в том, что он определяет, какое количество выгоды, результата имеется на каждый рубль затрат, т.е. по экономическому содержанию показатель эффективности соответствует понятию рентабельности Достаточное условие эффективности экспорта будет выполнятся, если этот показатель больше единицы. Таким образом, внешнеэкономическая деятельность требует решения ряда сложных, но неотложных задач, прежде всего восстановления и развития экспортного потенциала страны, повышения конкурентоспособности товаров на мировых рынках. Развитие внешнеэкономической деятельности даст российским предприятиям новые возможности для осуществления своих производственных задач.

Список литературы:

1. Стровский Л. Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. М., 2008.

1. Сергеев В. И. Глобальные логистические системы / В. И. Сергеев, А. А. Казим, П. А.Эльяшевич. СПб. : Бизнес-пресса, 2001.

2. Курс экономической теории/ под ред. М. Н. Чепуриной, Е.А. Киселевой. Киров: АСА,2005.

3. Медведев А.Г. Экономическое обоснование внешнеэкономических экономических операций и международных проектов. СПб. : СПбИЭИ, 2006.

4. Международные экономические отношения / под ред. Л.Е. Стровского. М. : ЮНИТИ-ДАНА,2005.

5. Овсянко Д. В. Основы менеджмента.: учеб. пособие. СПб. : СПБУ, 2006.

6. Предприятие на внешних рынках: внешнеторговое дело / Под ред. С. И. Долгова, И. И. Кретова. М. : БЕК,2007.

7. Пузакова Е. П. Международные экономические отношения : учебное пособие. Ростов н/Д: МарТ, 2005.

8. Россинтер Дж., Перси Л. Реклама и продвижение товара : Пер. с англ. СПб. : Питер, 2004.

9. Шмитгофф К. Экспорт: Право и практика международной торговли / пер. с англ. М.: Юрид. лит-ра, 2006.

10. Эггерт М., Эмих В. Системы менеджмента: подходы к внедрению. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Волков Д.К., Пиханова С.А.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ВЫВОДА НОВОЙ УСЛУГИ НА РЫНОК АВТОКРЕДИТОВАНИЯ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ

На настоящий момент в России банковский сектор недостаточно развит, при этом он имеет относительно высокие темпы роста около 20-25% в год. Число коммерческих банков насчитывает (871 на 1 мая 2009 года), в состоянии роста рынка каждый банк борется за получение новых клиентов и увеличение прибыли. Как известно прибыль банку приносят в основном кредитные продукты, поэтому на мой взгляд особое внимание стоит уделить разработке новых кредитных продуктов, что приведет к увеличению портфеля банка и его прибыли. Это обуславливает выбор темы разработка кредитных продуктов. На мой взгляд рынок автомобильного кредитования является наиболее новым и перспективным с учетом роста благосостояния населения (около 2,5 млн. авто приобретается каждый год и это число будет расти).

1. Общий анализ рынка. Первоначальным этапом при разработке стратегии вывода новой услуги является проведение общего анализа рынка, который включает:

1.1 Анализ предложения и конкуренции

1.2 Анализ спроса

1.3 Анализ факторов макро среды

1.1 Результаты анализа предложения и конкуренции

– На рынке появляются новые виды кредита (кредит без первоначального взноса с подтверждением дохода в свободной форме, кредит на покупку автомобиля без оформления страховки и др.)

– Договоры с автопроизводителями позволяют значительно снизить стоимость автокредита не только до депозитной ставки, но и вплоть до нулевой отметки (Nissan Finance, Infiniti Finance, GM Finance, Renault Credit, Toyota Kreditbank GmbH и др.)

– Предложение по автокредитованию в регионах гораздо ниже, чем в столицах, хотя спрос на эту услугу с каждым годом растет, так как благосостояние жителей регионов улучшается

– Предложения конкурентов в Хабаровском крае мало отличается друг от друга

– В Европе через Рефинансирование продается около 60% автомобилей, а в США – более 80%

– В России Рефинансирование занимает не более 20%, с развитием рынка подержанных авто и кредитования эта доля может вырасти до 50%.

– Существует слабая конкуренция на рынке автокредитования (рефинансирование автокредита предлагают - Райффайзенбанк, Юникредитбанк).

Вывод: Для создания конкурентного преимущества необходимо внедрение продукта «Рефинансирование» автокредита

Методы: анализ предложения, комплексный подход, сравнение конкурентов.

1.2 Результаты анализа спроса

– В 2008 году приобреталось около 2,5 млн. автомобилей в год при темпах роста 9% (Автостат)

– Емкость рынка автокредитования Хабаровского края в 2009 году около 2,5 млрд.руб.

– Прогноз положительной динамики спроса из-за следующих факторов: Рефинансирование дает следующие преимущества:

1.Увеличивает выбора продукта для клиента.

2.Дает возможность перекредитоваться с целью уменьшить ежемесячный платеж.

3.Позволяет продать перешедшую к автосалону машину с пробегом с технической гарантией.

4.Обслуживание нового автомобиля дешевле, чем подержанного авто.

– Первые потребители Рефинансирования- люди, уже приобретавшие автомобиль в кредит с высоким доходом, часто меняющие автомобиль на новый с конвейера.

Вывод: Существует высокий потенциал роста спроса на услугу рефинансирование автокредита.

Методы исследования: мнения экспертов и анализ статистических данных, расчет емкости рынка

1.3 Результаты анализа факторов макросреды

– Происходит улучшение технологий (скоринг, дистанционная обработка данных)

– Рост уровня финансовой грамотности населения

– Прогноз улучшение финансовой обстановки в стране и мире

– Программы поддержка автопромышленности государством

Вывод: Политически - правовая база, НТП и социально-экономические факторы способствуют развитию рынка автокредитования

Методы: изучена нормативная база, экономические показатели, сделан прогноз

2 Разработка концепции товара

«Рефинансирование автокредита» заключается в том, что в автосалон можно приехать на автомобиле, купленном в кредит; банк погасит за заемщика оставшуюся часть кредита и выдаст еще один кредит на покупку нового автомобиля.

Целевая аудитория: А – топ-менеджеры, В – менеджеры среднего звена, С1 – специалист высокой квалификации

Методы: оценены основные параметры продуктов, которые уже существуют на рынке, они предложены в качестве базовых для концепции

Профиль заемщика:

– Заемщики, не допускавшие просрочек платежей по кредиту больше 5 дней

– Кредит предоставлен не менее года назад

– При перекредитовании автомобиль должен быть куплен в салоне

– Пробег для авто российского производства не более 6 лет, а иностранного – 9

Вслед за формированием концепции продукта, необходимо оценить техническую возможность реализации предложений и определить наиболее простые и эффективные подходы к идентификации и снижению рисков:

– Оценка профессии и профессионального уровня заемщика.

– Оценка места работы, должности и уровня квалификации.

– Оценка источников доходов.

3 Внедрение услуги

На заключительном этапе внедрения услуги ключевая роль отводится анализу комплекса маркетинговых коммуникаций, так как задачей является обеспечение

высокой информированности потребителей о продукте и стимулирование первичного спроса

Охват целевой аудитории – федеральной рекламной кампании с параллельной точечной поддержкой на региональном уровне

Предложены новые средства продвижения с учетом кризиса (больший эффект при меньших затратах):

– Наружная реклама (около автосалонов и АЗС, там, где они будут доступны водителям или пешеходам)

– BTL: реклама в лифтах, локальных газетах, подъездах;

– POS – материалы: Брошюры, буклеты и информационные письма по продвижению услуг, ориентированные на целевые сегменты рынка и распространяемые по почте или через представителей организации; материалы web-сайта; материалы на DVD-, CD-ROM (как правило, презентации); информация о спонсорской помощи в организации различных мероприятий, культурных проектов; участие в общественных и государственных благотворительных акциях);

– Нетрадиционные медианосители: информация на свободной стороне кассовых чеков в автомагазинах, на мобильных билбордах, а также в мобильном Интернете, компьютерных и онлайн-играх для автомобилистов.

Грамотный комплексный подход к продвижению услуги «Рефинансирование автокредита» и пользование нестандартных каналов продвижения позволит вывести продукт на рынок наиболее эффективно, в кратчайшие сроки и захватить значительную долю рынка, что необходимо банкам для скорейшего оздоровления после кризиса.

Список литературы:

1. Аринина Т. Портрет идеального заемщика // House Market. 2008.

2. Богданова Я. Розничные банковские услуги: пойдет ли Россия по пути Центральной Европы? URL: Allcredits.ru

3. Гаген А. Автокредитование в России. Тенденции и перспективы. URL: Информационное Агентство «Финансовый Юрист».

4. Кардашов В. В. Операционная модель развития розничного бизнеса банка. URL: Русь-Банк.

5. Соложанцев Е. Д., Степанова Н. В., Карасев В. В. Прозрачность методик кредитных рисков и рейтингов. СПб. : Изд-во С.-Петерб. Ун-та, 2005. 197с.

6. Чекашенко В. Н. «Этот загадочный» скоринг // Банковское дело. 2006. №3. С. 42–48.

7. Шлаин Б. Розничное кредитование: технология должна … быть! URL: http://www.kommersant.ru.

8. Lea S. E. G., Webley P., Levine R. M. The economic psychology of consume debt // Journal of economic psychology. 1993.Vol. 14. P. 85-119.

9. URL: http://www.advertology.ru.

10. URL: http://www.dvizok.ru/banks/521/1312.html.

11. URL: http://www.retailec.ru/esupport.htm.

12. URL: http://www.v-nedv.ru/articles526.html.

13. URL: http://www.allcredits.spb.ru/credit/9/0/0.

14. URL: http://autocredits.alfabank.ru.

15. URL: http://www.crednews.ru/autocredit.html.

16. URL: http://www.raiffeisen.ru/retail/carloans.

17. URL: http://www.UniCreditBank.ru/…/moscow/personal/car

18. URL: http://proavtokredit.ru/avtokreditovanie.php.

19. URL: http://okredite.com.ua/banks_type_2.htm.

20. URL: http://www.financial-lawyer.ru/…/139-528060.html.

21. URL: http://www.pro-credit.ru/…/article-item_4831.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Геращенко И.Ю., Пиханова С.А.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ФИРМЕ

В настоящее время на деловом рынке активно используется концепция маркетинга взаимоотношений, что предполагает тесное взаимодействие продавца и покупателя. Поведение потребителей напрямую зависит от их отношения к компании. В свою очередь компания может повлиять на отношение потребителей посредством грамотного маркетингового управления. Исследование отношения покупателей дает наиболее полную информацию о клиенте, его потребностях и мотивах покупки. Оно позволяет дать комплексную оценку поведения потребителей и на основе полученных результатов планировать маркетинговые стратегии.

Целью исследования было изучить отношение потребителей г. Хабаровска к компании «Мир Упаковки», её конкурентам и разработать предложения по совершенствованию маркетинговой стратегии фирмы.

Компания «Мир Упаковки» работает на рынке г. Хабаровска с 1993 г и специализируется на оптовой и розничной торговле упаковочными материалами и оборудованием. Компания имеет более 2000 клиентов по Хабаровскому краю, предлагая им около 2500 наименований продукции. В настоящее время её доля на рынке Хабаровска составляет 35%. Достижение высоких экономических результатов в компании стало возможным благодаря мощному производственно техническому и

кадровому потенциалу (собственные склады, автопарк, высококвалифицированный персонал).

Исследование отношения потребителей проводилось в феврале 2010 года. В основу метода исследования отношения была положена модель Фишбейна, которая включает изучение познавательного, эмоционального и волевого компонентов отношения. В процессе исследования компания сравнивалась не только с конкурентами, но и с идеальной фирмой-поставщиком упаковки.

Как показало исследование основными конкурентами «Мир Упаковки» является компании Упаком, Супермаркет, Полимерпром и Промупаковка. Информационной базой явились личные опросы потребителей г. Хабаровска. В результате исследования выявилось, что в целом компанию «Мир Упаковки» потребители оценивают на хорошо и отлично, средний балл оценок 4,45. К компаниям конкурентам потребители относятся хуже, чем к «Мир Упаковки». Это показывают оценки по важным характеристикам компании. Среди предложенных критериев выбора поставщика, респонденты отметили, что наиболее важны для них: качество товара, соблюдение сроков поставок, ценовая политика компании. Не смотря на общие хорошие оценки, сравнив «Мир Упаковки» с конкурентами, выяснилось, что слабой стороной изучаемой фирмы является только ценовая политика. Значит компания «Мир Упаковки» в данный момент в большей степени слизка к идеалу поставщика, поэтому на данный момент высокий уровень обслуживания дает возможность держать высокий уровень цен.

Исследуя эмоциональный компонент отношения, выявилось, что он совпадает с рациональным. Почти 30 % воспринимают «Мир Упаковки» как надежного поставщика. А надежность включает и стабильность поставок, и качественный товар и соответствие его запросам клиентов, а ведь именно данные критерии покупатели отметили как важные при выборе партнера. Сегодня «Мир Упаковки позиционирует себя на рынке как поставщик широкого ассортимента товара, обеспечивающий высокое качество обслуживания. Но согласно заявленной позиции компанию оценивают лишь 12,5% покупателей. Учитывая, что ассортимент не входит в число важных критериев выбора, можно говорить об ошибке выбора основания дифференциации, а так же о расплывчатом позиционировании. Причиной этого является слабая коммуникативная политика, ведь 39% покупателей сразу не вспомнили о компании «Мир Упаковки» и четко не могли указать отличительных особенностей фирмы, хотя она уже 15 лет работает на рынке.

В ходе анализа волевого компонента отношения выявлено, что 22% потребителей намерены сменить своих поставщиков упаковки, при этом половина из них клиенты

основных конкурентов Полимерпром и Супермаркет. Значит, изменив основание для позиционирования и усилив коммуникативную политику, «Мир упаковки» может рассчитывать на расширение доли рынка за счет потребителей конкурентов.

В ходе сегментного анализа рынка потребители упаковочной продукции объединены в следующие сегменты: HoReCa (гостиницы, рестораны, кафе), оптово-розничная торговля, предприятия пищевой промышленности. Сегменты HoReCa и торговли растущие, что даёт возможность компании увеличивать долю рынка за счет данных сегментов. Тем более, что 33% потребителей сегмента HoReCa и 44% сегмента торговли желают сменить поставщика. Для сегмента HoReCa важны: товары соответствующие их фирменному цвету, нанесение символики на продукцию. Сегмент торговли нуждается в товарах различной ценовой категории. Пищевой промышленности нужен товар, обеспечивающий возможность использования новых технологий производства и упаковки.

Для разработки стратегии позиционирования компании «Мир Упак», необходимо знать позиции конкурентов компании. Анализ показал, что «Упаком» позиционирует себя как помощник в увеличении объемов продаж. «Супермаркет» позиционирует себя как фирма, обеспечивающая полное удовлетворение покупателя в одном месте, «Промупаковка» и «Полимерпром» не имеет четко выраженной позиции на рынке. Таким образом, ни одна из фирм не использует в формулировке позиции важных критериев выбора поставщика. Можно говорить о слабой стратегии позиционирования конкурентов, что дает преимущество компании «Мир упаковки» и возможность использовать важное для потребителей основание позиционирования.

Учитывая высокие оценки компании «Мир Упаковки» по важным критериям и ассоциации с надежностью поставок, рекомендуется использовать эмпирическую концепцию позиционирования, обращенная к чувству доверия между поставщиком и клиентом. Рекомендуемая стратегия позиционирования – укрепления положения лидера на рынке. Что обеспечит расширение доли рынка за счет новых клиентов и увеличит лояльность прежних. Рекомендуемая формулировка позиции «Мир Упаковки – надежный партнер Вашего бизнеса».

Чтобы стратегия позиционирования правильно воспринималась потребителями, весь комплекс маркетинга должен соответствовать выбранной стратегии. Так как различия между сегментами заключаются только в предпочтениях к товарам, то предлагаем дифференцировать исключительно товарную стратегию. Остальные стратегии разработаны без учета дифференциации, так как предпочтения сегментов в выборе формы обслуживания и источников информации о поставщике однородны.

В области товарной стратегии рекомендуем отказаться от торговли невостребованными товарами – перчатки, фартуки, пластиковая мебель. Предлагаемая товарная стратегия: наполнение товарных линий путем индивидуальных модификаций товара. Сегменту HoReCa нужно предлагать наборы посуды и бумажной продукции одной цветовой гаммы, тематические украшения для залов стиля хай-тек, модерн, классика, расширить цветовую палитру за счет пастельных цветов, оранжевого, фиолетового и сочетания двух, трех цветов. Для торговых компаний нужно наполнять ассортимент товаром по низким ценам. Сегменту пищевой промышленности предлагать инновационный товар, обеспечивающий новую технологию производства и снижение издержек производства, это многоразовые подложки, вакуумные пакеты нового поколения, оборудование к ним, бумага для выпекания без использования масла.

При назначении цены рекомендуем использовать стратегию «убыточного лидера». Цена на бумажную продукцию и часть упаковочных емкостей, как наиболее востребованный товар формируется с учетом нормы прибыли 15%, на остальной товар назначить норму прибыли 30%.

В области распределения «Миру Упаковки» рекомендуем стать официальным поставщиком в г. Хабаровске таких производителей как «Пакко», «Омск полимер», «Комус», что позволит закупать товар по низким ценам, тем самым снижается конечная цена на товар. Так же нужно оказывать помощь в исследованиях рынка поставщикам, разрабатывать рекомендации по продвижению продукции покупателям.

Цель коммуникативной стратегии, исходя из заявленной позиции: сформировать имидж «надежного партнера» у 70% к 2011 году, достигнуть известности компании у 90% потребителей упаковки. Данная цель будет достигнута путем развития личных продаж (особенно за счет развития отдела торговых представителей), размещения информационной рекламы в деловых справочниках, отраслевых журналах. Необходимо стимулировать сбыт, предоставляя товар для пробной реализации, стимулировать собственный персонал. В области PR рекомендуем участие в социальных проектах города, посвященных экологической тематики.

Таким образом, исследование отношения покупателей позволило обнаружить ошибки с планировании маркетинга, разработать целевые и операционные стратегии, которые дают возможность компании позиционировать себя соответственно потребностям рынка, тем самым повышая лояльность существующих клиентов и привлекая новых покупателей.

Список литературы:

1. Алешина И. В. Поведение потребителей : учебник. М. : Экономистъ, 2006.
2. Анурин В. Маркетинговые исследования. СПБ. : Питер, 2004.
3. Блекуэлл Р.Д. Поведение потребителей / Р. Д. Блекуэлл. П. У. Миниард, Дж. Ф. Энджел. СПб. : Питер, 2007.
4. Божук С. Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы / С. Г. Божук. Спб :Вектор, 2005.
5. Герасименко Н. М. Поведение потребителей : учеб. пособие. Хабаровск : ХГАЭП, 2003.
6. Герасименко Н. М. Управление маркетингом: учеб. пособие. Хабаровск : ХГАЭП, 2009.
7. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика : учебник. М. : Финпресс, 2007.
8. Каменева Н. Г. Маркетинговые исследования : учеб. пособие. М. : Вузовский учебник, 2008.
9. URL: www.bma.ru.
10. URL: www.dostavka27.ru.
11. URL: www.russianmarket.ru.
12. URL: http://mirupak.ru.
13. URL: www.khabexpo.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Глазатова О.А., Андрианова Н.В., Романенко Е.В.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ СКЛАДИРОВАНИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Склад есть практически у любой производственной и оптовой компании. От надлежащей работы этого подразделения зависит очень многое – как работа других подразделений компании, так и имидж фирмы в глазах клиентов. Ведь не секрет, что зачастую клиент, прождав на складе два часа, в итоге узнает, что товара на складе нет или его не могут найти, хотя у заказчика на руках имеются документы на отгрузку. Если подобные ситуации происходят внутри компании, при получении материалов по лимитно-заборной карте, то это еще полбеды. А при отгрузке продукции покупателю такие случаи никак не способствуют росту числа клиентов. Известно немало случаев отказа от сотрудничества по причине неудовлетворительной работы склада. С учетом весьма острой конкуренции на рынке не подлежит сомнению, что борьба за клиента — одно из приоритетных направлений деятельности компании. Однако сегодня многие фирмы не способны обеспечить прозрачность информации внутри компании, что может приводить к самым печальным последствиям, когда никто в компании не представляет себе реальной ситуации по запасам товарно-материальных ценностей (ТМЦ). И чувство удовлетворения, которое клиент испытывает по поводу оперативной работы отдела продаж по выписке счетов и приему денег сменяется раздражением,

когда выясняется, что заказы перепутаны, сроки сорваны, а его заказ по ошибке отгружен кому-либо другому.

Так, что же такое складирование? Складирование – это комплекс мероприятий по содержанию запасов сырья или продукции, их рациональному размещении, учету и постоянным обновлениям. В наши дни обеспечение регулярных и качественных грузоперевозок практически невозможно без современной материально-технической базы складирования и складских услуг. Службы доставки и транспортные компании уделяют повышенное внимание организации складского хозяйства для своих клиентов, предоставляя широкий набор складских услуг для удовлетворения их потребностей.

Эффективное складирование грузов обеспечивает предприятию бесперебойный процесс производства за счет создания запасов материально-технических ресурсов.

В настоящее время выявляется ряд недостатков складирования на российских предприятиях, которые мешают оперативной работе складов:

–Низкая скорость и точность выполнения складских операций

–Высокая затоваренность склада

–Неоптимальное использование складской техники

–Отсутствие удобных средств автоматизированной идентификации товара

–Возможность оперативной инвентаризации в различных разрезах

–Отсутствие удобных механизмов проверки соответствия отгрузки по факту и большого количества ТМЦ в документах

–Наличие большого количества поставщиков

–Отсутствие взаимодействия с поставщиками

–Квалификация персонала

–Оснащенность техникой и оборудованием

Несколько проблем и пути их решения мы рассмотрим на примере одного из предприятий оптовой торговли.

Общество с ограниченной ответственностью «Сконто» было основано 2 апреля 2006 г. Основные направления деятельности: оптовая и розничная продажа и установка кондиционеров. Количественный состав сотрудников: 19 человек. По городу Хабаровску располагается 1 офис продаж.

Целью хранения товаров на складе ООО «Сконто» является обеспечение надлежащего хранения и оптимальное размещение товара на складе с тем, чтобы исключить его порчу или пропажу; создание условий для быстрого нахождения

требуемых категорий товаров и свободного доступа к нему при проведении складских операций.

В целом складское хозяйство ООО «Сконто» и его организация находится в очень хорошем состоянии. В плане устройства: пол с антипылевым покрытием, высота стеллажей соответствует высоте склада, зона приёмки и зона отгрузки располагается рядом с воротами. Количество ворот – 2. Ширина ворот составляет 4, 25 метра, что позволяет заезжать фурам в зону экспедиции. Для хранения товаров используются каркасные стеллажи с переменной ярусностью. Коэффициент использования объёма склада составляет 24%, а его норматив находится в пределах от 0,2 до 0,4. Следовательно, объём склада используется рационально. Компания использует подъёмно-транспортное оборудование: 2 электропогрузчика, 2 штабелёра, 21 гидравлическая телега. Рассчитав коэффициенты использования ПТО, а именно электропогрузчиков и штабелёров, были получены следующие результаты: коэффициент использования по грузоподъёмности составил 1 (значит, грузоподъёмность полностью используется), коэффициент использования по времени составил 0,78 (так как длительность рабочей смены составляет 9 часов, а фактическое время использования ПТО составляет 7 часов). Следовательно, коэффициент использования ПТО составил 0,78. Это означает, что оборудование используется на 78%, что является положительным результатом. Степень механизации составляет 21,1%, только 21,1% складских работников заняты механизированным трудом. Исходя из результатов исследования, доля работ, выполняемых механизированным трудом составляет 30%, а доля работ, выполняемых ручным трудом составляет 70%. Следовательно, мы можем отметить, уровень механизации составляет 30%, то есть только 30% работ выполняется механизированным трудом, остальные работы выполняются вручную.

Учёт поступления товаров ведётся по артикулам, за каждым артикулом на складе закреплена своя ячейка.

Что касается отрицательных сторон работы компании, то следует отметить, что отсутствует деление на складские зоны в зависимости от частоты обращения к товару. А также не применяется система штрихового кодирования, при том, что вся продукция приходит в коробках или паллетах с нанесёнными штрих-кодами. Также компанией разработаны разнообразные инструкции: по приёмке, по отгрузке, по проведению инвентаризации, но отсутствует инструкция по комплектации.

Учитывая положительные и отрицательные стороны работы компании, в качестве наиболее актуальных для данного предприятия направлений повышения эффективности работы склада считаем:

– зонирование склада по критерию – «частота обращения к товару»;

– использование системы штрихового кодирования;

– разработка инструкции по комплектации товара.

Частота обращения к товару является важнейшей характеристикой товара, определяющей место его размещения в складе.

Зоны склада, в которых затратность ресурса при обработке грузов:

– минимальна – условно назовём зонами А;

– максимальна – условно назовём зонами С;

– средняя между минимальной и максимальной – условно назовём зонами В.

На основании проведённого АВС анализа были получены следующие результаты, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – АВС - ранжировка товаров по наименованиям

Ранжировка товара		Артикулов	% от общего
Категории	A	301	30%
	B	243	24%
	C	466	46%
Всего артикулов		1010	100%

Деление товаров на группы А,В и С осуществлялось по следующим критериям:

– товары группы А – 0-80%;

– товары группы В – 80-95%;

– товары группы С – 95-100%.

Таким образом, мы получили, что наибольший удельный вес занимают товары группы С (46% от общего количества наименований), далее располагаются товары группы А (30% от общего количества наименований), а затем товары группы В (24% от общего количества наименований).

Так как частота обращения к товарам группы А максимальная, то целесообразно располагать их ближе всего к зоне экспедиции (затратность ресурсов минимальная). Далее будут следовать товары группы В (затратность ресурсов средняя), а товары группы С будут максимально удалены от зоны экспедиции (затратность ресурсов максимальная).

На предприятие ООО «Сконто» приходят все палетты и коробки с нанесёнными штрих-кодами, которые наносит поставщик. В среднем в день отгружается 15-20 заказов, принимается 1 20-ти футовый контейнер. Для сокращения времени приёмки и отгрузки, а также количества недостач, целесообразно использовать терминалы.

Годовой эффект уже в первый год применения составит 4726 руб. Следовательно, затраты на приобретение терминалов будут покрыты уже в первый год и даже получится экономия в размере 4726 руб. Соответственно затраты компании снизятся. Так как финансовое положение компании ООО «Сконто» устойчиво, то средства для приобретения терминалов можно извлечь из прибыли предприятия, и это не снизит финансовую устойчивость компании.

Поэтому, для компании ООО «Сконто» целесообразно использование терминалов и системы штрихового кодирования.

Ввиду отсутствия у предприятия ООО «Сконто» инструкции по комплектации товара, можно предложить создать инструкцию по комплектации товара.

Перед началом работ по комплектованию заказов убедиться в том, что все ячейки зоны оперативной подпитки заполнены. О наличии свободных ячеек в зоне оперативной подпитки немедленно сообщить Кладовщику зоны хранения.

1. Комплектовщик, передвигаясь между указанными адресами хранения товара, производит отборку необходимого количества товара на поддон, установленный на гидравлическую тележку. После отборки необходимого количества товара, комплектовщик делает отметки в документах:

В документе «Паллетный ярлык» - в следующей свободной строке (или на обороте ярлыка) указывает:

– номер документа «Лист комплектации заказа»;

– фактически отобранное количество товара данного артикула.

В документе «Лист комплектации заказа» – указывает фактически отобранное количество товара данного артикула.

В процессе отборки товара с мест хранения особое внимание обращать на соответствие артикула отбираемого товара тому, что указано в документе «Лист комплектации заказа».

2. В случае отсутствия, в ячейке комплектации, необходимого количества товара Комплектовщик производит перемещение партии товара: из ячейки оперативной подпитки в ячейку комплектации. Ячейка оперативной подпитки расположена над ячейкой комплектации.

Перемещение партии товара производится с помощью высотного или «малого» штабелера.

После перемещения партии товара, Комплектовщик указывает в отрывном талоне адрес ячейки комплектации, в которой теперь размещена эта партия товара. Отрывной талон немедленно передается Оператору склада.

Паллетный ярлык закончившейся складской партии товара немедленно передается Кладовщику зоны хранения.

3. По окончании процесса комплектации заказа, Комплектовщик предъявляет собранный заказ и «Лист комплектации заказа» Контролеру. В случае обнаружения Контролером каких-либо недостатков в скомплектованном заказе - принимает все меры к их устранению.

4. По окончании проверки комплектации заказа, Комплектовщик передает «Лист комплектации заказа», с отметкой Контролера - Оператору склада.

От Оператора склада Комплектовщик получает пакет товаросопроводительных документов и «Лист комплектации заказа».

5. Комплектовщик передаёт скомплектованный заказ и пакет товаросопроводительных документов Кладовщику участка отгрузки.

Кладовщик участка отгрузки принимает скомплектованный заказ под роспись, в документе «Лист комплектации заказа», только после проверки наличия подписей всех должностных лиц, оформляющих этот документ.

6. Исполненный документ «Лист комплектации заказа» Комплектовщик передает Кладовщику зоны хранения.

Список литературы:

1. Волгин В. В. Склад: организация, управление, логистика. 8-е изд., перераб. и доп. М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. 732 с.

2. Джонсон Джеймс, Вуд Дональд, Вордлоу Дэниел, Мерфи-мл Поль. Современная логистика. 7-е издание : пер. с англ. М. : Издательский дом «Вилямс», 2005. 624 с.

3. Дитрих Михаэль. Складская логистика. Новые пути системного планирования / пер. с немецкого под ред. Г.П. Манжосова. М. : КИА центр, 2004. 136 с.

4. Дыбская В. В. Основные положения о проведении детального анализа при оценке деятельности складского хозяйства // Логистика сегодня. 2007. №6. С. 10-15.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Головина С.К., Мартынчук Л.А.

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ: ПРИНЦИПЫ И СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ

Совершенствование механизма государственных закупок на основе конкурсных торгов ставит целью оказать особое влияние на поведение всех участников закупочных процедур. Государственные заказчики при увеличении числа поставщиков будут вынуждены нести дополнительные издержки, кроме того, возможно изменение существующих инструментов государственного регулирования данной сферы. Отечественные поставщики окажутся в ситуации возрастающей конкуренции и необходимости делить доходы от государственных контрактов с новыми участниками. Политика либерализации при осуществлении государственных закупок, в свою очередь, приведет к изменению экономического эффекта для страны в целом, перераспределяя доходы экономических агентов.

Поэтому данная проблема является важной и актуальной практически для всех стран мира, в том числе и для Российской Федерации.

В данной работе нами были поставлены следующие задачи:

– дать краткую характеристику современным подходам к совершенствованию системы госзакупок;

– изучение практического опыта по участию в конкурсах по закупке таких товаров как офисное оборудование, его обслуживание и расходный материал на одном из предприятий Хабаровска/

Под госзаказом обычно понимают заявку государственной власти и муниципальных образований на приобретение, каких – либо товаров или оказание услуг. С точки зрения российского законодательства, закупки органов местного самоуправления не являются государственными. Здесь используется термин "муниципальные закупки". Однако со смысловой точки зрения это то же самое, что закупки государственные: и те, и другие осуществляются за счет общественных средств; и те, и другие направлены на удовлетворение общественных потребностей. Потребности органов государственной власти в товарах, работах, услугах возникают на всех уровнях властной вертикали: на федеральном уровне, на уровне субъектов Российской Федерации, на уровне органов местного самоуправления.

Под государственными нуждами понимаются, обеспечиваемые за счет средств федерального бюджета или бюджетов субъектов Российской Федерации и внебюджетных источников финансирования, потребности Российской Федерации, государственных заказчиков в товарах, работах, услугах, необходимых для осуществления функций и полномочий Российской Федерации, государственных заказчиков (в том числе для реализации федеральных целевых программ), для исполнения международных обязательств Российской Федерации, в том числе для реализации межгосударственных целевых программ, в которых участвует Российская Федерация (далее также – федеральные нужды), либо потребности субъектов Российской Федерации, государственных заказчиков в товарах, работах, услугах, необходимых для осуществления функций и полномочий субъектов Российской Федерации, государственных заказчиков, в том числе для реализации региональных целевых программ (далее также – нужды субъектов Российской Федерации).

Под муниципальными нуждами понимаются обеспечиваемые за счет средств местных бюджетов и внебюджетных источников финансирования потребности муниципальных образований, муниципальных заказчиков в товарах, работах, услугах, необходимых для решения вопросов местного значения и осуществления отдельных государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления

федеральными законами и (или) законами субъектов Российской Федерации, функций и полномочий муниципальных заказчиков[1].

Сейчас как никогда значение системы госзакупок возросло, т.к. на нее обратили внимание предприятия малого и среднего бизнеса. Потому что предприятие, оказав какие – либо услуги государственной власти обязательно получит за это плату в надлежащем размере и в оговоренные сроки. Так же не менее важным фактором участия в гос торгах является и его престижность.

Вопросы регулирования государственных закупок во всем мире являются объектом пристального внимания со стороны законодателей – ведь в данном случае сам покупатель, то есть государство, заинтересован в максимальной эффективности процесса. Одним из важных направлений в законотворческой деятельности во всем мире стала борьба за честную конкуренцию, которая, согласно экономической теории, должна привести к снижению цен. Главная проблема в современной практике госзакупок – «человеческий фактор», порождающий коррупцию и недобросовестность.

Рассматривая процесс госзакупок в г. Хабаровске можно уверенно заявить, что коррупционированность невозможна, так как предприятия, участвующие в торгах, обязаны предоставить документы о наличии товара и информацию о его цене. А как же проходит отбор поставщика?

Исходя из требования «экономно расходовать бюджетные средства», госучреждения обязаны отдавать предпочтение экономически выгодным рыночным предложениям. Это означает, что государство, как и любой другой потребитель, проводит сравнение цен, используя открытые (публичные) торги на поставку товаров (услуг). Порядок проведения конкурсов (тендеров) и размещения госзаказов описаны в нормативных документах о проведении подрядов на государственные заказы, разработанных министерством экономики страны.

Как в зарубежной, так и в российской закупочной практике к основным базовым принципам относят:

– прозрачность, открытость и доступность информации о закупках

– подотчетность и соблюдение процедур

– равноправное и справедливое отношение ко всем поставщикам

– подотчетность

[1] Федеральный закон от 21.07.2005 № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».

– четкое следование закупочным процедурам при государственном и общественном контроле[1].

Общественные расходы, помимо финансирования эксплуатационных расходов организаций общественного сектора, субсидирования и различных денежных компенсаций, направляются на закупку частных благ, потребление которых связано со значительными позитивными экстерналиями. В качестве примеров можно привести бюджетные ассигнования на оборону, научные исследования, здравоохранение и культуру. Как представитель потребителей государство способно действовать либо в качестве покупателя – монополиста, оказывающего влияние на цены данных товаров, либо как инстанция, детально регулирующая и контролирующая условия производства и продажи.

Если государство выступает в роли заказчика и контролера, особенно когда чиновник, осуществляющий закупку, материально заинтересован в заключении наиболее выгодных контрактов, оно склонно выбирать тех поставщиков, которые просят наименьшую плату за товары приемлемого качества. В международной практике этот принцип получил название «лучшей стоимости за деньги ».

Кроме того, в самой конкурентной системе заложено одно существенное противоречие; конкуренция при проведении закупочных процедур способствует выживанию сильнейшего, и в свободной конкурентной борьбе таких сильнейших становится все меньше. Это превращение ситуации совершенной конкуренции перед заключением контракта в ситуацию двухсторонней монополии после ее заключения, когда в результате роста специфичности активов определенных предприятий – поставщиков государства другие предприятия становятся неконкурентоспособными при очередных. размещениях аналогичных заказов. Кроме того, необходимо отметить и снижающийся интерес поставщиков, участие которых в предыдущих торгах не было успешным.

До настоящего времени в мировом сообществе не выработано общепризнанного определения «государственных закупок». Это связано со следующими вопросами:

1) какие сделки составляют государственные закупки?

2) что представляет собой закупочная организация?

3) какая продукция при этом закупается?

Проблема заключается в том, что роль государства в различных странах различна. Взаимоотношения между государственным и частным секторами, как уже отмечалось

[1] URL: www.goszakaz.ru.

ранее, также претерпевают заметные изменения: все большее число компаний оказывает услуги, традиционно предоставлявшиеся государством. Для фирм, участвующих в тендерах и аукционах, существует ряд сложностей, с которыми они могут столкнуться.

В государственных закупках могут принимать участия все предприятия находящиеся в определенной отрасли и, конечно же, имеющие необходимые государству товары или услуги. Но, как правило, победителем становятся те, кто предлагает наиболее выгодные условия. Но хорошие условия не означают высокое качество товара. Так, например, объявляется тендер за закупку офисного оборудования для правительства Хабаровского края. Заявки на участие подают все предприятия, имеющие в своем распоряжении данный товар. Но критерием отбора стоит «минимальная цена». Минусом такого вида закупок является то, что заказчик не видит товара собственными глазами, а видит только прилагающиеся к нему документы.

Существует еще одна особенность системы государственных закупок. Например, на рынке офисного оборудования есть фирма, обслуживающая государственное учреждение вот уже 10 лет. И вот это самое государственное учреждение объявляет тендер на покупку какого-либо товара (в отрасли офисного оборудования), т.к. средства являются бюджетными, то соответственно будет выбираться наименьшая цена. А у фирмы, работающей с данным госучреждением, не самая низкая цена, но безупречная репутация, но это не учитывается при отборе поставщика, и предприятие теряет хорошего заказчика, госучреждение теряет надежного поставщика[1]. И таких примеров, к сожалению, достаточно много в современной практике фирм, функционирующих в качестве поставщиков товаров и услуг по линии госзакупок.

Еще одной особенностью предприятий участвующих в госзакупках является то, что оно должно иметь в наличии достаточно крупную денежную сумму, так как государственное учреждение может оплатить только 30-40% предоплаты.

Таким образом, мы видим, что система государственных закупок не совершенна. Это может объясняться еще очень маленьким опытом российских фирм, так как ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» был принят только в 2005 году и уже претерпел ряд изменения (последнее изменение было внесено в июле 2009 года).

[1] URL: www.gzk.khv.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Джафарова А.Г., Лысенко В.А.

МИРОВОЙ РЫНОК НЕФТИ: УЧАСТНИКИ, СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Целью данной работы является анализ современного состояния нефтяного рынка. Актуальность темы данной курсовой работы обусловлена тем, что нефть была, есть и в обозримом будущем останется основным источником первичной энергии, потребление которой неуклонно расширяется в связи с дальнейшим развитием мировой экономики. Несмотря на то, что в течение последних 30 лет роль мирового рынка нефти в мировой экономике оставалась исключительно высокой, сам рынок вследствие различных геополитических процессов претерпевал практически революционные изменения: трансформировалась его структура, степень либерализации, принципы ценообразования.

В настоящее время существует четыре площадки общемирового уровня, на которых осуществляется торговля углеводородным сырьем. Это (в порядке уменьшения объемов сделок): Нью-Йоркская Nymex, Американская Intercontinental Exchange (ICE), Сингапурская Singapore Exchange Limited (SGX), Токийская TOCOM. На вышеперечисленных биржах торгуется нефть следующих марок: Brent (Brent Crude) – эталонная марка нефти, которая добывается в Северном море, WTI (West Texas Intermediate, Light Crude) – марка нефти, которая добывается в штате Техас (США), Urals - сорт высокосернистой нефти, добываемой в Ханты-Мансийском автономном

округе и Татарстане и так называемая корзинка ОПЕК, представляющая собой среднюю цену семи сортов сырой нефти. Шесть из них производятся странами картеля, а седьмой добывается в Мексике: Arab Light (Саудовская Аравия), Dubai (Объединенные Арабские Эмираты), Bonny Light (Нигерия), Saharan Blend (Алжир), Minas (Индонезия), Tia Juana Light (Венесуэла) и Isthmus (Мексика).

Что касается мирового потребления нефти, то здесь лидерами являются США (около 25%), за которыми с большим отставанием идут Япония (8%), Китай (5,2%), Германия (4,2%), Россия (3,9%), Южная Корея (3,1%), Италия (2,8%), Франция (2,7%), Великобритания (2,5%) Канада и Индия (по 2,4%), Бразилия и Мексика (по 2,2%).

В течение всего 2009 года стоимость нефти неуклонно росла, игнорируя все фундаментальные факторы, свидетельствовавшие о снижении мирового спроса на углеводороды. На сегодняшний день, по сравнению с началом года, цены нефтяных контрактов на торгах в Лондоне и Нью-Йорке выросли в два раза.

Достаточно медленное восстановление экономически развитых государств, вкупе с законодательными инициативами по ограничению спекуляций на рынке углеводородов, не позволит ценам на нефть демонстрировать столь же феноменальную динамику, как в начале 2009. В целом, в первом полугодии, на фоне ослабления американской валюты и сохраняющегося интереса к товарным активам, стоимость черного золота может достичь отметки в $85 за баррель. Но последующая коррекция на финансовых рынках, ввиду возможного изъятия ряда монетарных стимулов из экономик США и Еврозоны, вернет котировки в диапазон $70-$80 за бочку нефти. При этом отдельным понижательным риском для цен может быть политика ОПЕК. Не исключено, что в следующем году картель официально объявит об увеличении квот на нефтедобычу.

Цены на нефть на мировых рынках продолжают свое падение. По итогам торгов на январь цены упали до своего минимального с начала 2010 года уровня. Февральские фьючерсы на североморский сорт нефти Brent на Лондонской бирже упали на 1,67 доллара – до 79,3 доллара за баррель. Стоимость февральских фьючерсов на американскую легкую нефть WTI на Нью-Йоркской товарной бирже понизилась на 1,73 доллара - до 80,79 доллара за баррель.

В недавнем прогнозе компании Royal Dutch Shell Plc о развитии мировой энергетики до 2050 г. принято два сценария: scramble (англ.: схватка, еще можно назвать «самовыживание») и blueprints (англ.: программа, проект, еще можно назвать «моделирование»). Первый сценарий в какой-то мере отражает концепцию ресурсного национализма и предполагает, что цены на нефть будут высокими. Второй сценарий

основан на принятии глобальной модели энергетики, ориентированной на снижение энергоемкости мирового ВВП за счет энергосбережения. По этому сценарию ожидается меньшее потребление нефти и не столь высокие цены на нефть.

При прогнозировании цен на нефть в период 2011-2012 гг. на основе вышеперечисленных сценариев возможным является выдвижение следующих трех гипотез:

1. Гипотеза снижения цен. Согласно этой гипотезе предполагается, что в индустриально развитых странах из-за высоких цен на нефть заметно усилятся НИОКР по энерго (нефте) сбережению. Ожидаемые текущие цены на период 2011-2012 гг. – 45-55 долл./барр, а если их пересчитать в цены 2003 г., то 40-48 долл./барр.

2. Гипотеза установления коридора цен. Эксперты ОПЕК считают, что коридор нефтяных цен может составить в 2010-2011 гг. 55-60 долл./барр (текущие цены). Такой коридор был бы оптимальным, отвечающим тому необходимому уровню цен, при котором выгодно заниматься нефтяным бизнесом.

Гипотеза медленного роста основана на том, что на протяжении исследуемого периода (1970-2006 гг.) цены на нефть то поднимались, то падали. А если учесть отмеченную тенденцию роста цен на все факторы производства на стадиях разведки, добычи и транспортировки нефти, падение курса доллара, превышение годовой добычи над приростом запасов, а также ряд макроэкономических факторов, но считать, что спекулятивная «премия» к цене значительно уменьшится, то можно предположить, что текущие цены нефти в 2011 г. будут на уровне 60-70 долл./барр.

Список литературы:

1. На мировом рынке нефти // БИКИ. 2009. №24.

2. Абдуллаев Ш. Текущее состояние рынка нефти (Макроэкономика) // Рынок ценных бумаг. 2009. №13.

3. Конторович А. Нефтяной прогноз: академический парадокс // Нефтегазовая вертикаль. 2008. №10.

4. Коржубаев А. Г. Анализ тенденций в нефтяном комплексе // ЭКО. 2009. №10.

5. Марченко Р. Б. Перспективы развития мирового нефтяного рынка: современный аспект // «НефтеГаз».2009. №1.

6. Ниазбеков Ж. К. Ценообразующие факторы мирового рынка нефти // ЭКО. 2009. №10.

7. Официальный сайт Kalita Finance Financial Group. URL: www.kf-forex.ru.

8. Официальный сайт Института Финансовых Исследований URL: http://www.ifs.ru (дата обращения: 27.03.10).

9. Официальный сайт Международного Энергетического Агентства. URL://http://omrpublic.iea.org (дата обращения: 27.03.10).

10. Подколзина И. Какие факторы воздействуют на динамику нефтяного рынка? // Вопросы экономики .2009. №2.

11. Пренина Е. Н. Мировой финансовый кризис и современные тенденции в динамике мировых цен на нефть и золото // Вестник университета. 2009. №3.

12. Разумнова Л. Мировой рынок нефти: механизм ценообразования в период «третьего нефтяного шока // МЭМО. 2010. №2.

13. Симония Н. Глобальный мировой кризис и мировой нефтяной сектор // МЭМО. 2009. №4.

14. Ступин В. В. О состоянии мирового рынка нефти в 2000-е годы // БИКИ. 2008. №49.

15. Терещенко К. Долгосрочное прогнозирование внешнеэкономических факторов: цены на углеводородные ресурсы // Международная экономика. 2009. №4.

16. Эдельмен Б. М. Проблемы мирового нефтяного рынка // Экономика России: XXI век. 2008. №18.

17. Юнь В. О. Взаимосвязь между динамикой цен и динамикой спроса на нефть: современные особенности // Проблемы прогнозирования. 2009. №6.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Клепицкий В.Ю., Емельянова Д.В., Иванова В.Ф.

РЫНОК АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В РФ И ХАБАРОВСКОМ КРАЕ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ, ПРОБЛЕМЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Актуальность исследования обусловлена важностью данного сегмента рынка, т.к. рынок алкогольной продукции всегда занимал особое место в структуре потребительского рынка. Статистический анализ обширной информации о данном объекте позволяет количественно выразить существующие тенденции развития производства и потребления данной продукции в Хабаровском крае и России в целом, измерить влияние основных факторов на это явление, оценить тяжелейшие социальные последствия для населения.

Наибольшую долю на сегодняшний день в производстве различных видов крепкого алкоголя занимает водка и различные виды настоек и коньяка. Главным критерием выбора водки для значительной доли населения России остается цена. Как результат, наиболее популярной является продукция в «экономичном сегменте», его доля составляет более 45% в натуральном выражении. Следует отметить, что на сегодняшний день этот сегмент уверенно сокращается, так как уровень жизни в стране

растет и потребители переходят в более дорогие растущие сегменты средне- и высокоценовой[1].

На рынке импортной водки России лидером является Украина (91.6% рынка). На втором месте – Швеция (2,2%); третье место – Финляндия (1,5%); обе страны почти удвоили объемы своих поставок водки в Россию в 2007 г. (это продукция под брендами «Абсолют» и «Финляндия»). На 4 место за 2007 год вышла Белоруссия (0,8%); так, благодаря государственному характеру программы продвижения белорусской водки, в 2008 г. в Россию пришёл новый комплексный зонтичный бренд белорусской водки «Золотой зубр». На пятом месте – Франция (0,1%)[2].

В структуре продажи алкогольной продукции и пива населению 80 % приходится на пиво, 13 % – на водку и ликероводочные изделия, 6 % – на вино и 1 % – на коньяк.

Пиво и слабоалкогольные напитки пользуются большой популярностью у молодежи и женщин, подкрепляемой рекламой. Подростковый возраст является наиболее опасным с точки зрения привыкания к алкоголю и алкоголизации, особенно для девочек. Данные последних лет свидетельствуют, что алкоголизм в юношеском возрасте формируется вследствие приема пива либо слабоалкогольных напитков.

Употребление алкоголя является причиной почти 2 млн. смертельных случаев и 4% болезней во всем мире ежегодно[3]. По данным медицинской статистики сегодня 2,8 млн. россиян вовлечено в тяжелое, болезненное пьянство, что составляет 2 % от всего населения страны.

В 2008 г. смертность от причин, связанных с употреблением алкоголя[4], составила 76268 человека (алкогольные кардиомиопатии, случайные отравления алкоголем, алкогольные болезни печени, хронический алкоголизм, дегенерации нервной системы, вызванные алкоголем, алкогольные психозы, хронический панкреатит алкогольной этиологии).

В рамках осуществления мероприятий по контролю за производством и обращением спиртов, алкогольной продукции организациями Роспотребнадзора в 2008 г. проведено 22 795 проверок организаций, занятых производством и обращением алкогольной продукции, исследовано 79 983 проб по санитарно-химическим показателям, из них 2,58 % не соответствовали гигиеническим нормативам.

Одним из основных направлений налоговой политики и формирования доходов бюджетной системы в 2010-2012 годах является повышение ставок акцизов на

[1] По данным Государственного комитета статистики.
[2] Там же.
[3] По данным Всемирной организации здравоохранения.
[4] По данным Федеральной службы государственной статистики.

алкогольную продукцию темпами, превышающими прогнозируемую инфляцию, с учетом необходимости решения задач в области охраны здоровья населения.

Постановлением №46 от 29.06.2009, подписанным главным санитарным врачом РФ Г.Г. Онищенко, определён порядок оборота алкогольной продукции и пива на территории РФ с целью снижения последствий неразумного употребления алкоголя.

В этой связи доказано с полной научной достоверностью, что повышение цен на крепкие алкогольные напитки, что повышение цен на крепкие алкогольные напитки в 3-3,5 раза путем налогообложения является доступным политически инструментом, который может применяться, чтобы спасти жизни и избежать связанных с алкоголем страданий. Целесообразно и введение фиксированной минимальной цены на крепкие спиртные напитки.

Разумное ограничение физической доступности алкоголя – еще одно важное направление антиалкогольной политики. Оно может включать в себя:

– сокращение плотности точек продажи алкоголя;

– регулирование времени начала продажи и дней продажи;

– установление минимальной возрастной границы для продажи алкоголя;

– повышение ответственности за продажу спиртного нетрезвым гражданам;

– регулирование потребления алкогольных напитков в соответствии с их крепостью.

К социальным аспектам проблемы крепкой алкогольной продукции относятся:

– ограничение рекламы алкоголя;

– антиалкогольное просвещение в школах.

Некоторые из этих направлений уже реализуются.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ермакова А.В., Гибельнева Е.А.

ДИСКУССИОННЫЕ ВОПРОСЫ И ПРОБЛЕМЫ ОТМЕНЫ ЕДИНОГО СОЦИАЛЬНОГО НАЛОГА

Одной из актуальных тем в бухгалтерском учете в настоящее время является отмена единого социального налога (ЕСН).

Рассмотрим положительные и отрицательные стороны отмены ЕСН и его заменой на отчисления во внебюджетные фонды, законодательство, а также изменения, коснувшиеся всех предприятий РФ.

До 2010 года все работодатели с начисленной работнику заработной платы отчисляли ЕСН в виде процента от заработной платы. Поступления от ЕСН распределялись между тремя внебюджетными фондами: Пенсионным Фондом РФ, Фондом социального страхования РФ и Федеральным фондом обязательного медицинского страхования в определенном соотношении.

Теперь вместо ЕСН, который отменили с 1 января 2010 года, отчисления идут напрямую в каждый из внебюджетных фондов в виде установленного процента. При этом фонды получают право осуществлять контроль за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью уплаты (перечисления) страховых взносов.

Для компаний, которые не платили ЕСН или пользовались льготами по этому налогу, предусмотрен постепенный переход на уплату взносов по общим тарифам. В частности, плательщики единого налога при УСН и ЕНВД в 2010 году перечисляют взносы в пониженном размере. А для плательщиков ЕСХН и организаций, которые

производят выплаты инвалидам, льготный период продлится с 2010 по 2014 год включительно.

Данные изменения отражены в Федеральном Законе от 24.07.09 № 212-ФЗ "О страховых взносах в пенсионные фонды РФ, фонд социального страхования РФ, федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования".

Законодатели установили максимальный размер базы для начисления страховых взносов в отношении каждого физического лица (п. 4 ст. 8 Закона № 212-ФЗ). Он составляет 415 тыс. руб. С выплат сверх этой суммы рассчитывать взносы уже не нужно.

В 2010 году общая величина тарифа страховых взносов равна максимальной ставке ЕСН - 26 процентов (ст. 57 Закона № 212-ФЗ). А вот с 1 января 2011 года размер тарифов увеличится. Таким образом, компаниям придется платить страховые взносы в размере 34 процентов.

Вместо декларации по ЕСН, представляемой в налоговые органы, с 2010 года организации должны сдавать расчеты по взносам во внебюджетные фонды.

Сроки сдачи отчетности в ФСС остались прежними – до 15 числа месяца, следующего за отчетным кварталом. А вот сведения по пенсионным и медицинским взносам должны представляться в Пенсионный фонд до 01.05, 01.08, 01.11 и 01.02 включительно. Индивидуальные сведения в ПФ теперь необходимо представлять чаще: дважды в год (01.08 и 01.02) в 2010 году и вместе с представлением расчетов по страховым взносам, начиная с 2011 года.

Одним из важных отличий является отмена регрессивной шкалы исчисления взносов. Регрессивная шкала для исчисления взносов с 2010 года не применяется.

С 2010 года, выплата пособий по временной нетрудоспособности, по беременности и родам, застрахованным лицам, занятым у нескольких страхователей, как и в 2009 году, будет осуществляться по всем местам работу, а ежемесячное пособие по уходу за ребенком – только по одному месту работы по выбору застрахованного лица.

Из Закона № 255-ФЗ исключено понятие «максимальный размер пособия». С 2010 года при расчете пособий по временной нетрудоспособности, по беременности и родам и по уходу за ребенком нужно учитывать их предельные размеры, которые зависят от предельной величины базы.

На первый взгляд кажется, что бухгалтерам особых хлопот нововведения не должны составить. Однако поменялась правовая база, сроки подачи, в результате чего

неправильно рассчитывают показатели, и наконец, при проверках не принимают декларации к зачету.

Для того чтобы сравнить налоговую нагрузку на предприятие в 2009 и 2011 годах, специалисты группы компаний «Налоги и финансовое право» провели анализ зависимости единого социального налога в 2009 году и заменяющих его страховых платежей (в ПФР, ФСС РФ, ФФОМС и ТФОМС) в 2010 году от уровня заработной платы на одно физическое лицо.

Рисунок 1 – Сравнение нагрузки по ЕСН и страховым платежам при одинаковом уровне заработной платы в 2009 – 2011 гг.

На рисунке 1 видно, что нагрузка по страховым платежам в 2011 году больше нагрузки по ЕСН в 2009 году при уровне зарплаты до 201 250 рублей в месяц на одно физическое лицо (см. интервал АВ). Таким образом, предприятие при уровне зарплаты до 201 250 рублей в месяц на одно физическое лицо в 2011 году по сравнению с 2009 годом будет нести больше затрат по отчислениям с фонда оплаты труда. Значит, зарплату до 201 250 рублей в месяц 2011 года будет платить невыгодно: ставка по ЕСН в 2009 году (26%) меньше тарифов страховых взносов в 2011 году (34%).

Таким образом, сравнивая нагрузку по ЕСН в 2009 году и нагрузку по страховым платежам в 2011 году при одном и том же уровне зарплаты, можно сделать следующие выводы:

1. При уровне зарплаты в 201 250 рублей в месяц на одно физическое лицо нагрузки как по ЕСН в 2009 году, так и по страховым платежам в 2011 году совпадают.

2. При уровне зарплаты до 201 250 рублей в месяц на одно физическое лицо нагрузка по страховым платежам в 2011 году больше, чем нагрузка по ЕСН.

3. При уровне зарплаты свыше 201 250 рублей в месяц на одно физическое лицо нагрузка по ЕСН в 2009 году выше, чем нагрузка по страховым платежам в 2011 году.

Но кроме отрицательных сторон все же есть свои плюсы. Сейчас уже многие понимают, что размер будущей пенсии зависит от начисления страховых взносов. Поэтому тенденция к отказу от получения зарплаты в конвертах будет продолжаться. Только «белая» заработная плата способна сформировать пенсионные накопления. И любой работник вправе поинтересоваться: отчисляет ли работодатель страховые взносы на его лицевой счет. Люди все больше будут брать эту сферу интересов под свой контроль.

С введением электронной формы отчетности взаимодействие между сторонами происходит напрямую, без посредников. Сокращаются и сроки взыскания задолженности. Словом, администрирование страховых взносов повышает ответственность как плательщиков, так и органа контроля – ПФР.

Для работающих граждан данные изменения важны тем, что создается прямая зависимость величины заработка, с которого уплачиваются страховые взносы и размер получаемых пособий, для работодателей – тем, что устанавливаются единые правила уплаты страховых взносов, для ФСС РФ – тем, что упорядочивает систему выплат, четко разделяя пособия, подлежащие страховому обеспечению за счет средств Фонда и пособия, выплачиваемые за счет других источников, прежде всего, за счет средств федерального бюджета.

В рамках новых правоотношений по контролю за уплатой страховых взносов установлена и ответственность работодателей за правильность исчисления, полноту, своевременность уплаты. Например, за неуплату или неполную уплату работодателем страховых взносов в установленный срок будет производиться взыскание недоимки, пеней, штрафов.

Соответственно, повышена также ответственность Фонда перед страхователем, к примеру, за излишнее перечисление с работодателей страховых взносов, пеней, штрафов Фонд выплачивает страхователю проценты по сумме излишне взысканных платежей со дня, следующего за днем взыскания, по день их фактического возврата.

Оформляя платежные поручения на перечисление взносов, бухгалтерам следует быть особенно внимательными, поскольку в соответствии с новыми правилами налоги будут считаться неуплаченными не только при ошибке в счете Федерального казначейства или наименовании банка получателя, но и при ошибке в КБК.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24.07.09 № 212-ФЗ «О страховых взносах в пенсионные фонды РФ, фонд социального страхования РФ, федеральный фонд обязательного медицинского страхования и территориальные фонды обязательного медицинского страхования»

2. Козлова Е. А. Замена ЕСН страховыми взносами во внебюджетные фонды // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2010. № 3.

3. Перечнева И. Ошибка года // Эксперт-Урал . 2010. № 2.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ермакова А.В., Радина Т.Е.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАЛАНСА В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

В данной статье раскрывается сравнение национального и международного стандарта баланса. Приводятся табличные данные, расчетные формулы, по которым предоставляются оценки, комментарии. Раскрывается структура баланса, динамика его отдельных показателей. На основе данного анализа выдвигаются проблемы и предлагаются пути их решений.

Данная тема является актуальной в наши дни: все предприятия (коммерческие, кредитные, бюджетные) каждый отчетный период должны предоставлять финансовую отчетность, где главной составляющей является баланс. С помощью его анализа можно увидеть слабые стороны предприятия и, следовательно, попытаться их устранить, и сильные, которые в будущем помогут достичь поставленных раннее целей.

Все предприятия (коммерческие, кредитные, бюджетные) каждый отчетный период должны предоставлять финансовую отчетность, где главной составляющей является баланс.

Анализ структуры и динамики активов (имущества) и источников их формирования целесообразно проводить с помощью сравнительного аналитического баланса. Он строится путем объединения однородных по своему составу элементов – балансовых статей в необходимых аналитических разрезах.

С помощью сравнительного аналитического баланса:

– оценивают тенденции изменения имущественного и финансового положения организации;

– определяют общее увеличение (уменьшение) стоимости имущества и источников его формирования;

– выявляют сдвиги в структуре активов и пассивов организации;

– устанавливают, за счет каких источников в большей степени осуществляется приток новых средств (оборотных и заемных) и в какие активы (внеоборотные или оборотные) эти новые средства в основном вложены.

Все показатели сравнительного баланса можно разделить на три группы:

1. показатели структуры баланса (удельные веса различных статей актива и пассива);

2. показатели динамики баланса (абсолютные отклонения значения статей на конец периода по сравнению с началом);

3. показатели динамики структуры баланса (изменение удельных весов статей актива и пассива, сложившихся на конец года, по сравнению с началом).

Одним из важнейших критериев оценки финансового состояния организации является ее платежеспособность. Текущая платежеспособность (ликвидность) – способность организации своевременно и в полном объеме отвечать по своим краткосрочным обязательствам, используя при этом оборотные активы. Долгосрочная платежеспособность – способность организации рассчитаться по своим обязательствам в долгосрочной перспективе.

Одной из характеристик стабильного положения организации служит ее финансовая устойчивость. Финансовая устойчивость – это такое состояние финансовых ресурсов, их распределение и использование, которые обеспечивают развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности.

Темп роста активов < Темпа роста выручки от продаж < Темпа роста чистой прибыли - представленное соотношение называют «золотым правилом» экономики. Так как выручка опережает в своем росте активы, то это свидетельствует об ускорении оборачиваемости средств организации.

В условиях инфляции показатели прибыли не позволяют получить реальную оценку эффективности деятельности. Для устранения этого недостатка в финансовом анализе используют относительные показатели – коэффициенты рентабельности.

Общая рентабельность за отчетный год = Прибыль до налогообложения: Среднегодовая стоимость капитала. Данный показатель показывает, сколько прибыли мы получим с каждого рубля капитала.

Одной из характеристик стабильного положения организации служит ее финансовая устойчивость. Она обусловлена стабильностью экономической среды, в которой осуществляется деятельность предприятия, и результатами его функционирования.

Финансовая устойчивость – это такое состояние финансовых ресурсов, их распределение и использование, которые обеспечивают развитие организации на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности.

Бухгалтерский баланс обобщает и отражает количественную информацию о трех важнейших элементах: активах, обязательствах и капитале организации. Стандарт предусматривает минимальное число линейных статей баланса, раскрывающих эти элементы.

Для того чтобы любая организация могла более эффективно привлекать иностранных инвесторов, необходимо вести баланс как на национальном уровне, так и на международном в форме МСФО.

Бухгалтерский баланс обобщает и отражает количественную информацию о трех важнейших элементах: активах, обязательствах и капитале организации. Стандарт предусматривает минимальное число линейных статей баланса, раскрывающих эти элементы.

Таблица 1 – Состав статей бухгалтерского баланса по МСФО

Активы	Обязательства	Собственный капитал
Основные средства Нематериальные активы Финансовые активы кроме того: инвестиции учтенные по методу участия; торговая и друга дебиторская задолженность; денежные средства и их эквиваленты; налоговые требования Запасы	Торговая и другая кредиторская задолженность Налоговые обязательства Долгосрочные процентные обязательства Резервы	Выпущенный капитал и резервы Доля меньшинств

В МСФО не предусмотрено строгой унифицированной формы бухгалтерского баланса, она носит рекомендательный характер. Однако есть примерный сводный баланс. Его отличие состоит в том, что он не содержит статьи «финансовые вложения»,

составляется на одну дату (на начало либо конец периода), внеоборотные активы называются долгосрочными, оборотные активы – краткосрочными.

Из вышесказанного, следует, что бухгалтерский баланс представляет собой набор совершенно разнородных элементов, представленных в совершенно разной оценке, и характеризующих финансовое положение предприятия в совершенно разных временных ракурсах.

Список литературы:

1 Палий В. Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности : учебник. 4-е изд., испр. и доп. М. : ИНФРА-М, 2009. 512 с.

2 Пожидаева Т. А. Анализ финансовой отчетности : учебное пособие / Т. А. Пожидаева. 2-е изд., стер. М. : КНОРУС, 2010. 320 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ермакова Н.В., Ким Ю.С., Бондаренко Т.Н.

ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В условиях современной экономики менеджмент является самой важной функцией в разнообразных сферах жизнедеятельности. В свою очередь, одной из основных функций управления является мотивация. Таким образом, важность исследований в этой области теоретически безусловна. С практической точки зрения, успех любой организации напрямую зависит от ее работников и их умения и желания трудиться эффективно, реализуя свой творческий и профессиональный потенциал на благо компании. Как же этого добиться? Какие формы мотивации использовать? В разное время эта проблема изучалась большим количеством авторов на уровне теории и вставала перед каждым руководителем на практике.

Проанализировав мнения и предложения разных авторов можно сделать определенный вывод, касающийся проблем мотивации в современных условиях российской действительности.

Кризис - явление само по себе неоднозначное (оно носит как очевидно негативный характер, так и дает определенный толчок к развитию). Что касается мотивации персонала, то и здесь влияние кризиса двоякое. С одной стороны, кризис способствует удержанию сотрудников и повышению их лояльности к работодателю, с другой стороны, данные изменения в поведении работников связаны с так называемой негативной мотивацией, которая эффективна лишь в краткосрочной перспективе. К тому же существует необходимость снижать затраты, связанные с оплатой и

стимулированием труда, что в российской действительности также может привести к падению его эффективности. Причина большинства негативных последствий сложившейся ситуации заключается в пренебрежении нематериальной и позитивной мотивацией, которые, однако, достаточно неплохо изучены и раскрыты на теоретическом уровне.

Таким образом, формируя свою систему мотивации, организации необходимо, прежде всего, соблюдать принципы последовательности, направленности и справедливости.

1. Во-первых, следует выявить степень важности повышения мотивации именно в данной организации (можно использовать классификацию С. Шекшня).

2. Во-вторых, создать необходимые благоприятные условия для работы людей (учитывая «базовые нужды» персонала).

3. В-третьих, создать эффективную организационную (корпоративную) культуру, ориентирующую сотрудников на достижение целей компании (при этом пренебрежение высшим руководством вводимыми правилами и принципами – недопустимо).

4. Создать эффективную систему материального стимулирования.

5. Создать эффективную систему нематериальной мотивации, стараясь учесть все факторы, влияющие на лояльность сотрудников.

При создании систем мотивации следует придерживаться следующих правил:

– Необходимость четко определять цель организации в целом и подцели для каждого подразделения и отдельного сотрудника. При этом подцели не должны противоречить основной цели организации.

– Стараться не использовать методы негативной мотивации.

– Подбор конкретных методов мотивации для каждого сотрудника.

– Обязательно продумывать систему обратной связи, касающуюся непосредственно форм и методов мотивации, используемых в данной организации, и возможностей совершенствования имеющейся программы мотивации.

– Регулярная оценка эффективности системы, возможностей ее улучшения и совершенствования.

И самым главным принципом любой системы мотивации (вновь создаваемой и уже существующей) является приверженность организации, точнее ее руководства выбранной однажды системы мотивации, изменения должны допускаться только в случаях изменения индивидуальных потребностей персонала. То есть, применение тех

или иных форм и методов мотивации должно находиться в прямой логической зависимости от уровня потребностей и самомотивации конкретного сотрудника.

И, наконец, вводя новую систему мотивирования персонала, можно просто попробовать поставить себя на место тех, для кого она предназначена, и постараться честно ответить на вопрос: «А я бы стал работать эффективнее?»

Таким образом, пока существует понятие персонал организации, будет актуальной и проблема его мотивации. Но в зависимости от изменения уровня жизни людей, их ценностей, культуры в обществе будут меняться приоритеты в выборе форм и методов повышения эффективности труда.

Список литературы:

1. Миронова М. Мотивация как личное переживание // Справочник по управлению персоналом. 2009. № 11. С. 128.

2. Ниесов И. Новый взгляд на лояльность // Справочник по управлению персоналом. 2010. № 1. С. 128.

3. Шестакова О. Когда почет дороже денег // Справочник по управлению персоналом. 2010. № 1. С. 128.

4. Хижнякова О. Оптимизация численности персонала: лояльный подход // Справочник по управлению персоналом. 2009. № 12. С. 128.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Жаркова Е.А., Синюков В.А.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ: ПРИЧИНЫ ВЫБОРА

В начале 90-х годов, в нашей стране стали активно развиваться информационные технологии. Глобальный характер они приобрели с появлением интернета. Он стал не только способом хранения и обмена информацией, но и средством коммуникации людей по всему миру. Для этого были созданы социальные сети, объединяющие миллионы людей по всему миру.

С каждым годом все больше людей регистрируются в социальных сетях. Целью исследования является выяснения предпочтений людей в выборе той или иной социальной сети. Объектом изучения явились наиболее известные социальные сети в РФ: Одноклассники (www.odnoklassniki.ru), В Контакте (www.vkontakte.ru), Мой Мир (www.mail.ru), Мир тесен (www.mirtesen.ru), Мой круг (www.moikrug.ru).

В 2009 году было проведено анкетирование жителей города Хабаровска, с целью выявления факторов, влияющих на выбор социальной сети.

Первым этапом исследования явился половозрастной анализ посетителей социальных сетей.

Было опрошено 300 человек, из них 84% женщин и 16% мужчин.

Все опрошенных респондентов были сгруппированы в 3 возрастные категории:

– от 25 лет до 45 лет – 6%;

– от 18 лет до 25 лет – 64 %;

– до 18 лет – 30%.

На втором этапе исследования были выявлены предпочтения посетителей социальных сетей. Более 97% респондентов были зарегистрированы в какой-либо социальной сети. При этом более половины опрошенных (63 %) зарегистрированы более чем в одной социальной сети.

В целом, исследование показывает, что пользователи предпочитают «идти туда, куда идут все», то есть выбирают большие сообщества, нежели новые, небольшие социальные сервисы. Так 64% опрошенных чаще используют социальную сеть «В Контакте» (количество зарегистрированных в ней пользователей 64 млн. человек), 21% посещает «Одноклассники.ru» (насчитывающей около 40 млн. человек), 14% пользуются сетью «Мой Мир» (около 25 млн. пользователей), всего 1% респондентов выбрал сеть «Мой круг» (3 млн. зарегистрированных посетителей). С целью выявления причин популярности той или иной социальной сети, были проанализированы основные услуги, предоставляемые их посетителям (таблица 1).

Таблица 1 – Основные услуги, предоставляемые социальными сетями

Предоставляемая услуга	«В контакте»	«Мой Мир»	«Одноклассники.ru»	«Мир тесен»	«Мой круг»
Поиск людей	+	+	+	+	+
Группы по интересам (сообщества)	+	+	+	+	+
Онлайн игры	+	+	-	-	-
Обмен сообщениями	+	+	+	+	+
Рейтинг личной страницы	+	-	-	+	+
Дизайн личной страницы	+	-	-	+	-
Поиск работы	-	-	-	-	+
Фотоальбомы	+	+	+	+	+
Уведомление о дне рождения друга	+	+	+	-	+
Подарки	-	+	+	+	-
Гости	-	+	+	+	-
Гостевая книга (стена)	+	+	-	+	-
Наличие новостного блока	+	+	+	+	+

Услуга поиск людей позволяет находить людей по различным параметрам: по имени, возрасту, месту проживания, месту обучения, различным интересам и т.п.

Пользователи социальных сетей внутри самих сетей имеют возможность объединяться в сообщества (группы) в зависимости от их предпочтений и интересов.

Существует множество тематических сообществ. В настоящее время широкое распространение приобрели профессиональные сообщества, в которых пользователи обмениваются своими мнениями, опытом и навыками.

Особое место в социальных сетях занимают Онлайн игры – игры, для которых требуется интернет подключение. Взаимодействие с игровым миром и другими игроками происходит в режиме реального времени через Интернет. В основном, эти игры бесплатны, но в ней предусмотрены какие-либо платные дополнительные бонусы. Стоимость такой услуги (бонусов) в среднем составляет 50 рублей.

К платным услугам так же можно отнести: повышение рейтинга личной страницы и изменение её дизайна, интернет-подарок. Для того, что бы воспользоваться платной услугой, пользователю необходимо отправить смс-сообщение на определенный номер. Стоимость таких услуг варьируется от 20 до 300 рублей.

К дополнительным бесплатным услугам относятся:

1. Уведомление о дне рождении друга – автоматическое оповещение о дне рождении друга за несколько дней.

2. Гости – услуга, позволяющая увидеть, кто и когда посещал страницу пользователя.

3. Гостевая книга (стена) – место на личной странице, где все желающие могут оставить сообщение, фото, картинку, рисунок. Услуга бывает как приватная, так и публичная.

4. Новостной блок – модуль, в котором кратко излагаются мировые, национальные и региональные новости

Как уже было отмечено, некоторые услуги, предоставляемые социальными сетями – платные. Поэтому одним из факторов выбора сети является возможность оплаты дополнительно предоставляемых услуг.

Как показал опрос, каждый респондент хотя бы раз оплачивал услуги, предоставляемые социальными сетями. При этом подавляющее большинство респондентов – 53%, тратят за пользование услуг социальных сетей от 100 до 1000 руб. в месяц, 14% опрошенных тратят более 1000 руб. в месяц и лишь 33% тратят менее 100 руб.

Важным элементом исследования явилось изучения количества времени затраченного на пользование социальной сетью. Данные опроса показали, что примерно 1/5 рабочего времени человек проводит в виртуальном мире. Играя или общаясь в сети, человек не выполняет своих прямых должностных обязанностей, тем самым, снижая результативность своей деятельности.

Проведенный анализ выявил основные причины пользования социальных сетей: во-первых, возможность общения (51% респондентов); во-вторых, свободное время препровождение, в том числе online-игры (около 18 %); в-третьих, возможность поиска людей (17% от общего числа опрошенных); в-четвертых, наличие новостного блока (14%).

Британские ученые провели исследование влияния социальных сетей на здоровье человека[1]. Среди основных недостатков виртуального общения были названы: негативное влияние на работу иммунной системы организма, гормональный баланс, работу артерий и процессы мышления, что в долгосрочной перспективе повышает риск появления и развития таких болезней, как рак, сердечно-сосудистые заболевания и слабоумие.

Однако, несмотря на все предостережения медиков и социологов, человек продолжает тратить своё свободное время в социальных сетях. При этом, значительная часть опрошенных (42%) посещают социальные сервисы несколько раз в день. И тратят в среднем на одно посещение от 1 до 3 часов. На вопрос о том, какие новые возможности Вы хотели бы видеть и какие недостатки устранить в работе социальных сетей, большинство респондентов (71%) ответили, что вполне довольны работой социальных сетей, и спектр оказываемых услуг их устраивает. Около 20 % опрошенных, недовольны системой защиты от взлома и спама.

[1]«Социальные сети могут вредить здоровью» (февраль 2009). URL: http://news.bbc.co.uk/hi/russian/sci/tech/newsid_7900000/7900150.stm

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Жмак А.С., Ламашева Ю.А.

НЕДООЦЕНКА РЕАЛЬНОГО КУРСА ЮАНЯ: ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ ДИСБАЛАНСА КИТАЙСКО-АМЕРИКАНСКОЙ ТОРГОВЛИ

В работе проведено исследование практической базы для расчета реального курса юаня с использованием описательного и сравнительного методов, в результате которого доказано, что обвинения США в его занижении имеет под собой обоснование, и предложены возможные пути решения этой проблемы. Три альтернативных варианта курсовой политики для избежания проблемы дисбаланса китайско-американской торговли выдвинуты с тем, чтобы проанализировать потенциальный исход каждого из них и выбрать вариант, максимально приемлемый для Китая в настоящий момент.

В последнее время идут дискуссии о том, что будет происходить с курсом юаня и какова стратегия руководства Китая в отношении курсовой политики. Это происходит в ситуации обвинения США в искусственном занижении валюты Китая, что позволяет продавать китайские товары по заниженным ценам, что, в свою очередь, создает дисбаланс в китайско-американской торговле. Можно предположить, что обменный курс юаня действительно занижен, и это в значительной мере усложняет торговые отношения с США. Поэтому важно выяснить, действительно ли существует недооценка юаня, т.е. можно ли подтвердить или опровергнуть данное предположение с помощью количественной оценки.

Существующие теоретические разработки по расчетам валютного курса валюта требуют практического их применения с тем, чтобы наглядно отразить существующие проблемы. Среди всех способов расчетов реального курса валюты выделяют следующие:

– теория паритета покупательской способности (ППС);

– расчет валютного курса на базе эластичности платежного баланса;

– расчет валютного курса на базе количественной теории.

Все вышеперечисленные способы расчета учитывают разные факторы и служат для различных целей. Значения валютного курса юаня по различным способам расчета представлены в таблице 1.

Таблица 1 — Валютный курс юаня по различным способам расчета [3]

Годы	Расчет реального валютного курса по ППС	Расчет реального валютного курса по соотношению денежной масс	Расчет реального валютного курса по эластичности платежного баланса
2005	3,45	4,47	6
2006	3,42	4,89	5,41

Из всех вышеперечисленных способов расчета наиболее приемлемым оказался третий, так как учитывает максимальное количество факторов, воздействующих на валютный курс. Проверка нашего предположения о верности заявлений правительства США о недооценке юаня подтвердилось. Основные выводы сведены в таблицу А.2.

Таблица 2 — Расчет показателей курса юаня по эластичности экспорта [3]

Показатель	2005	2006	2007
Номинальный курс	8,19	7,97	7,66
Курс по эластичности спроса на экспорт	6,00	5,41	5,20
Недооцененность курса юаня, (%)	36,00	47,00	47,80

Таблица 3 — Анализ аргументов «За» и «Против» ревальвации юаня [6]

Аргументы «за»	Аргументы «против»
Дешевый импорт: - компенсация крупных затрат на стратегически важный импорт (как импорт в машиностроении, металлургии и нефтепродукции)	Резкое замедление темпов роста: - товары станут дорогими для иностранных покупателей, что снизит спрос на них и отрицательно скажется на экспортерах; - уровень безработицы вырастет.
Больше иностранных инвестиций и расходов правительства: - рост покупательной способности; - произойдет увеличение инвестиций в китайские фирмы.	Несформировавшиеся рынки – проблема для нехеджированных фирм: - из-за незрелости финансовых рынков не смогут справиться с быстрой ревальвацией, и многие нехеджированные компании могут стать банкротом.
Сдерживание инфляции: - произойдет в долгосрочной перспективе	Увеличение стоимости невозвратного кредита в банковском секторе: - повышение стоимости юаня повысит стоимость невозвратных долгов, которых в банковской системе Китая значительно. - вклады в долларовых активах, используемых для привязки курса юаня, утратят свою стоимость пропорционально степени ревальвации валюты Китая.
Сокращение объемов долговых обязательств, выраженных в долларах: На конец 2009 года внешний долг Китая составил 428,6 млрд, из которых 67,76% было выражено в долларах, 11,89% - в японских иенах и 6,38% - в евро. Его размеры сократятся обратно пропорционально росту реального курса юаня против основных валют, в особенности доллара.	Приток спекулятивных денежных средств увеличит волатильность: - в зависимости от ставки, по которой ЦБ Китая решит проводить ревальвацию, крупные вливания иностранного капитала в экономику, носящие спекулятивный характер, могут либо быть выведены из страны их инвесторами либо быть временно задержаны ими для получения большей прибыли в будущем. Возрастание волатильности неизбежно.
Эффективная экономика: - ревальвация способствует становлению сбалансированного производства на внутренний и внешний рынок, и продуктивного экспортного сектора. Возросшая стоимость товаров отразится на марже предприятий, но принудив промышленность конкурировать за счет качества товаров, вместо того, чтобы получать конкурентное преимущество из-за низкого курса национальной валюты, ревальвация сделает китайскую промышленность продуктивной и производительной.	Отсутствие решения проблемы Если правительство США стремится к сокращению внешнеторгового дефицита и созданию выгод для американских рабочих и потребителей, то ему не следует вынуждать Китай повысить обменный курс юаня, напротив, необходимо активно создавать возможности для роста экспорта продукции производственных предприятий и смягчить ограничения на экспорт своей продукции.

Далее, необходимо принять решение о способе преодоления данной проблемы. Выдвигаем несколько вариантов и просчитываем наиболее эффективный из них:

1. Ревальвация юаня;

На данный момент Китай остро не нуждается в повышении курса юаня, так как стране необходимо проводить ускоренную реструктуризацию экономики с повышением потребительского потенциала населения, что помогло бы в конечном итоге избежать обвинений в свой адрес со стороны США в занижении курса юаня.

2. Стабилизация валюты Китая; В настоящее время в мировой экономике сохраняется риск спада, недостаточно прочной является и основа восстановления китайской экономики, в которой предстоит решить еще много проблем. В таких условиях обеспечение стабильности китайской экономики соответствует интересам международного сообщества. Курс Китая в отношении китайского юаня является постоянным и ответственным. Так, в докризисный период внешнее давление и необходимость исправления дисбал

3. Принятие в рамках ВТО новых правил, запрещающих занижение курсов валют.

Сейчас ВТО отдельно регламентирует экспортные субсидии и отдельно – импортные тарифы, но совсем не регламентирует их неблагоприятную комбинацию в форме заниженного валютного курса. В то же время МВФ является единственной организацией, призванной следить за курсами валют в разных странах. Поэтому МВФ необходимо и в дальнейшем продолжать выполнять техническую роль, определяя сам факт занижения валютного курса той или иной страной, а ВТО должен взять на себя роль органа, обеспечивающего исполнение решений.

Таким образом, количественная оценка занижения курса юаня выявила позволила подтвердить недооценку реального курса юаня по эластичности экспорта и выявить диапазон колебания значения его реального курса в зависимости от способа расчета (3,41-5,42). Из всех предложенных путей решения проблемы было выбрано сочетание стабилизации курса юаня и принятия в рамках ВТО новых правил, запрещающих занижение курсов валют в случае обнаружения такового. На сегодняшний день стабильность обменного курса юаня благоприятна не только для Китая, но и для всего стран в посткризисный период для восстановления экономики стран. Подобное решение будет способствовать проявлению самодостаточности страны в решении проблемы недооценки курса юаня, а также созданию паузы для осознании действительной необходимости ревальвации и ее масштабов.

Список литературы:

1. Илларионов А. Реальный курс валюты и экономический рост // Вопросы экономики. 2002. №2. С.19-48.

2. Красавина Л. Н. Международные валютно-кредитные отношения: учебник / Л. Н. Красавина. М. : Финансы и Статистика, 2008.76 с.

3. Панкратова Л. А., Клименков А. С. Реальный валютный курс в КНР: варианты расчетов и их обоснование // Вестник АмГУ. 2009. №45. С.124-129.

4. Бесполезная ревальвация неизбежна. URL: http://www.expert.ru/printissues/expert/2010/14/revalvaciya_neizbezhna/ (дата обращения 15.04.2010).

5. Внешний долг Китая на конец 2009 года составил 428,6 млрд долларов. URL: http://ru.trend.az/capital/macro/1664066.html (дата обращения 16.04.2010).

6. Ревальвация – за и против. URL: http://www.akmos.ru/analytics/publications (дата обращения 10.04.2010).

7. Официальный сайт Комитета по статистике КНР. URL: http://www.stats.gov.cn. (дата обращения 05.04.2010).

8. Board of Governors, Federal Reserve System. URL: http:// federalreserve.gov (дата обращения 11.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
14 апреля 2010 года
г. Хабаровск
Сборник статей

Иванова Ю.Г.

ПРОБЛЕМЫ РЕСУРСНО-ЗАВИСИМЫХ РЕГИОНОВ (НА ПРИМЕРЕ ХАБАРОВСКОГО КРАЯ)

В последнее время в обществе утвердилось мнение о силе российской экономики, о ее успехах на мировом рынке. Действительно, данные статистики выглядят довольно оптимистично, особенно в условиях мирового финансового кризиса и сообщениях СМИ. Состояние экономики Хабаровского края многочисленные эксперты также считают удовлетворительным на фоне прочих российских регионов. Данные статистики, представленные в нижеследующей таблице, также не позволяют занести регион в список «кризисных».

Таблица 1— Экономическое развитие регионов России в 2009 году

Регионы России	ВРП на душу населения, рублей	Соотношение номинальной з/п и прожиточного минимума	Индекс промышленного производства, к 2008 г.
В среднем по РФ	274 954	3,4	89,2
Хабаровский край	165 943,7	2,6	94,8
Магаданская область	217 360,4	3,5	105,9
Сахалинская область	555 951,2	3,9	121,9
Приморский край	132 430,1	2,8	95,5
Забайкальский край	101 367,0	3,1	99,9
Республика Саха (Якутия)	259 508,5	3,0	91,3

Индекс промышленного производства в Хабаровском крае выше среднероссийского, однако ВРП и соотношение номинальной заработной платы и прожиточного минимума значительно ниже.

Рассмотрим одну из характерных черт экономической системы хабаровского края. Экономика Дальнего Востока и Хабаровского края отнесена к ресурсо-ориентированным. Исследуем структуру ВВП и экспорта Хабаровского края.

Таблица 2 – Структура ВРП Хабаровского края

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009
Добыча полезных ископаемых, всего, млн.рублей	20536,0	18400,3	18400,3	19117,9	22406,5
Темп роста, %		89,60	100,00	103,90	117,20
Обрабатывающие производства, всего, млн.рублей	128179,2	108695,9	129456,9	104730,6	56844,9
ВРП, млн.рублей	161194,4	194259,6	231293,2	273212,8	256820
Доля добывающих отраслей в ВРП, %	12,74	9,47	7,96	7,00	8,72
Доля обрабатывающих отраслей в ВРП, %	79,52	55,95	55,97	38,33	22,13

Таблица 3 — Товарная структура экспорта Хабаровского края, %

Статья экспорта	2006	2007	2008	2009
Лес необработанный	19,3	46,9	38,2	43,9
Рыба и морепродукты	2,5	4,6	5,4	10,4
Пиломатериалы	0,7	1,7	1,7	5,7
Цветные металлы	0,3	0,5	0,4	-
Машины и оборудование	2,1	3,3	0,7	0,3
Лом и отходы черных металлов	2,2	3,8	5,6	2,4
Нефтепродукты	64,2	19,5	14,9	7,6
Услуги	2,1	4,4	9,1	8,9
Бункерное топливо	2,2	4,3	4,7	-
Черные металлы	3,9	9,9	18,4	12,6
Уголь каменный	0,0	0,0	0,0	3,1
Патроны охотничьи	0,0	0,0	0,0	0,3
Прочее	0,5	1,1	0,9	1,6

Таблица 4 – Экспорт природных ресурсов Хабаровского края

Наимнование	2006	2007	2008	2009
Итого экспорт природных ресурсов, в %	90,2	81,4	77,3	77,6

Несмотря на то, что наблюдается снижение доли сырья и ресурсов в общем объеме экспорта, внешнеторговая деятельности продолжает оставаться узкоспециализированной. Но можно ли говорить о зависимости экономика от добычи

природных ресурсов целом? Для этого надо проанализировать структуру доходной части Хабаровского бюджета за последние годы.

Таблица 5 — Анализ доходов бюджета Хабаровского края от пользования природными ресурсами

Показатель	2006	2007	2008
Поступление налогов, сборов, платежей за пользование природными ресурсами, млн рублей	21 892	32 791	44 187
Темп роста, %	-	149,79	134,75
Собственные доходы, млн.рублей	2 467 677	5 242 253	12 356 210
Темп роста, %	-	212,44	235,70
Доля поступлений за пользование природными ресурсами в общей сумме доходов муниципальных образований, млн.рублей	0,89	0,63	0,36
Темп, роста, %	-	70,79	57,14

Наблюдается следующая ситуация:

- средний темп роста добывающих отраслей за период 2006 - 2009 гг. – (+7%);
- рост поступлений за пользование природными ресурсами за последние годы - 142,7%;
- доля поступлений в общей сумме собственных доходов муниципальных образований за 2006-2008 гг. снизилась с 0,89% до 0,36%.

Это свидетельствует о том, что налогообложение предприятий добывающих отраслей опережает темпы роста их выручки. Причиной этого может быть несоответствие между ценами на выпускаемую продукцию и необходимым сырьем и комплектующими. Последствиями такой схемы налогообложения могут быть всем известные «черная бухгалтерия», «серые зарплаты». Первопричина же такой ситуации - очевидна - низкая эффективность добывающих отраслей.

Несмотря на положительную динамику, можно констатировать факт — экономика Хабаровского края остается достаточно зависимой от природных ресурсов.

Чем это может грозить? Рассмотрим главные «плюсы» и «минусы». Потенциал роста добывающих секторов относительно невысок. Как правило, добыча полезных ископаемых не требует высоких технологий, поэтому возможности повышения производительности в добывающих секторах невелики. Однако, по мере перехода к эксплуатации более сложных по своим условиям месторождений такая деятельность все больше опирается на интенсивное использование специфических высоких

технологий (например, нефтяных платформ). Следовательно, плохое функционирование экономики может быть вызвано не изобилием природных ресурсов как таковым, а неэффективными структурами собственности и контроля, получившими распространение в добывающих секторах. В Хабаровском крае структура собственности распределена следующим образом (в сравнении со среднероссийским показателем): государственная - 1,3 (4,8); муниципальная - 3,8 (0,7); частная - 83,6 (83); смешанная - 6,3 (3,9); совместная - 5 (7,6). То есть, характерной чертой добывающей промышленности Хабаровского края является наличие значительной доли муниципальных предприятий в общем числе организаций. Таким образом, муниципальные власти в силе контролировать данную отрасль экономики, но, как было выяснено ранее, не вполне справляются.

Вместе с тем ресурсная ориентация экономики может стать движущей силой ее модернизации. Дальнейшее развитие добывающих секторов (особенно поставки на экспорт) может оказаться сильным стимулом для экономического роста и таким образом способствовать увеличению внутренних доходов. Это в свою очередь приводит к быстрому росту сектора неторгуемых товаров, т.е. прежде всего услуг и строительства, что можно проиллюстрировать динамикой данного сектора в Хабаровском крае: рост поступлений от деятельности «строительство» в 2009 г. по отношению к 2000 г. составил 710,7%, «услуги» - 671,5% Последствием же ресурсной ориентированности является уязвимость экономики перед внешними токами. География экспорта ресурсов Хабаровского края – это рынок АТР, где основными покупателями являются Китай, Япония, Южная Корея. Появление на рынке игрока с более выгодными условиями сможет «сместить» предложения хабаровских экспортеров. Другая сторона — это скачки мировых цен на природные ресурсы.

Еще спорное положение относительно ресурсно-зависимых систем — природные ресурсы истощаются и придет время, когда регион не сможет добывать столько ресурсов, сколько ему необходимо для нормального функционирования экономических и социальных структур. Безусловно, запасы природных ресурсов конечны. Но благодаря существенному технологическому прогрессу в области добычи полезных ископаемых для большинства видов сырья объемы разведанных месторождений в последние десятилетия практически не сокращаются.

Тем не менее, очевидным становится тот факт, что зависимость экономики от природных ресурсов надо снижать. С учетом важности обеспечения баланса бюджета в течение цикла движения цен на сырьевые ресурсы весьма актуальной становится задача создания стабилизационного фонда для аккумулирования дополнительных

доходов от высоких цен на них. Такой стабилизационный фонд обычно выполняет несколько функций. Во-первых, он помогает сглаживать колебания величины краевых доходов, а следовательно, и расходов в ходе цикла движения цен на сырьевые товары. Во-вторых, этот фонд помогает сглаживать и колебания темпов экономического роста. В нем аккумулируются средства в условиях благоприятной конъюнктуры, то есть когда условия торговли улучшаются, расходуются же они, когда цены на природные ресурсы падают, то есть вслед за ухудшением условий торговли.

Гипертрофированное развитие добывающего сектора, как правило, обусловливает возрастающий риск возникновения так называемой «голландской болезни». Увеличение доходов от экспорта природных ресурсов способствует повышению общего уровня заработной платы, ограничивая конкурентоспособность иных торгуемых секторов экономики. Подтверждением этому является снижение доли экспорта продукции машиностроения: от 3,3% в 2007 до 0,3% в 2009 году.

Но потенциальный негативный эффект, который сырьевой сектор оказывает на экономику, можно смягчить. Чтобы избежать «голландской болезни» необходимо содействовать развитию несырьевых отраслей, использовать возможности налоговой системы. В российской экономики такие «манипуляции», к сожалению, приводят к уходу сырьевого сектора в «тень», как было рассмотрено ранее. Если увеличить прямое обложение добывающего сектора, сохраняя при этом его прибыльность на уровне, обеспечивающем дальнейшее развитие, его «гипертрофированное» влияние уменьшится. Но здесь возникает проблема - как заставить функционировать этот механизм в рамках единого федерального законодательства? Тем не менее, «нити» воздействия существуют. Так, Хабаровским законодателям подвластно регулирование некоторых видов налогов. Например, налога с имущества организаций. Существуют и иные меры политики, способствующие диверсификации и не вызывающие особых споров. Назовем в их числе создание условий для развития несырьевых отраслей.

Итак, для ограничения влияния на экономику сырьевых отраслей, необходимо не увеличивать влияние государства в этих секторах, в том числе облагать непосильными налогами, а ликвидировать барьеры для рынка с точки зрения его возможностей поиска прибыльных отраслей, в которых у Хабаровского края могут быть конкурентные преимущества.

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс РФ от 31.07.1998 N 146-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

2. Дмитриева О. С. Формирование стабилизационных фондов: предпосылки и следствия // Вопросы экономики. 2008. № 8. С.25.

3. Официальный сайт Управления ФНС России по Хабаровскому краю // URL: www.r27.nalog.ru.

4. Официальный сайт Федеральной службы статистики // URL: http://www.gks.ru.

5. Полтерович В. М. Изобилие природных ресурсов, политическая коррупция и неустойчивость демократии. М.: Российская экономическая школа, 2007. 182 с.

6. Винокур С. Г. Как поддержать экономический рост в ресурсно-зависимой экономике? // Вопросы экономики. 2006. №5. С. 6-10.

7. Чигрин А. Д. Условия национального успеха. М. Экономика 2009. 264 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ижко Е.С., Бартюк О.В.

ВЛИЯНИЕ КОЛЛЕКТИВИЗАЦИИ НА РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ РОССИИ И КИТАЯ В ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ «БОЛЬШОГО СКАЧКА»

В современной истории экономики существует понятие «Большого скачка», введенного китайским политическим деятелем Мао Цзедуном. Несмотря на то, что термин родился в Китае, раннее политика Большого скачка проводилась в России и, безусловно, повлияла на дальнейшее развитие нашего государства. Данная программа предполагала реализацию индустриализации, коллективизации сельского хозяйства и культурной революции. В планах обеих стран было осуществление социалистической индустриализации, и преследовалась одна и та же цель: превращение из преимущественно аграрной страны в ведущую индустриальную державу. В обеих странах индустриализацию сопровождала коллективизация, которая обеспечивала темпы развития промышленности. Но методы достижения цели были несколько различны.

Начало социалистической индустриализации в СССР было положено первым пятилетним планом развития народного хозяйства (1928—1932). Одновременно были ликвидированы частнотоварные и капиталистические формы хозяйства.

В 1928 году в СССР произошел радикальный поворот от НЭПа к плановой экономике. С лета 1929 года в СССР началась коллективизация сельского хозяйства.

Так в российской деревне был создан колхозно-совхозный строй. Эта система обеспечивала изъятие путём неэквивалентного, крайне невыгодного для деревни, обмена необходимого количества продуктов в пользу города.

Недостатка в дешевой рабочей силе не было, поскольку после коллективизации из сельской местности в города от нищеты, голода перебралось большое число сельских жителей. Так уже в 1930 г. было развёрнуто строительство около 1500 объектов, из которых 50 поглощали почти половину всех капиталовложений. Был воздвигнут ряд гигантских промышленных сооружений.

За период с 1 октября 1928 г. до 1 января 1933 г. производственные основные фонды крупной промышленности увеличились в 2,2 раза, в том числе по группе «А» - в 2,7, а по металлообрабатывающим и машиностроительным отраслям – более чем в 2,7 раза; прирост по группе «Б» составил 45%. Подводя итоги первой пятилетки, Сталин сообщил, что по выпуску валовой продукции (в рублях) промышленность по существу выполнила план досрочно - за 4 года 3 месяца, причем, тяжелая индустрия на 108%. В течение 1928-1940 гг. прирост ВВП составил 4,6% в год.

Таким образом, в ходе довоенных пятилеток в СССР был обеспечен стремительный рост производственных мощностей и объёмов производства тяжёлой промышленности, чему во многом способствовала коллективизация, являющаяся одним из источников становления индустриального сектора.

Переход к Большому скачку Китая был подготовлен двумя важнейшими фактами. Первый факт – это история социализма в СССР, а именно – ускоренное развитие промышленности в Советском Союзе в годы первых пятилеток. Второй факт – это ускорение развития самого Китая после внедрения в экономику социалистических методов.

Сущность Большого скачка заключалась в том, что серьезную отсталость в средствах производства китайские коммунисты попытались компенсировать за счет трудового энтузиазма масс.

В отличие от колхозов СССР в Китае был намечен курс на создание такой формы хозяйствования как «народная коммуна». В итоге правительству Китая удалось привлечь практически всё население, приближающееся по численности к миллиарду человек.

Ставка на энтузиазм народа оказалась оправданной. Общий стоимостной объем валовой продукции промышленности Китая за 1958-1960 годы возрос в 2,3 раза – с 70,2 до 163,7 млрд. юаней, в тяжелой промышленности объем продукции увеличился в 3,4 раза – с 31,7 до 109 млрд. юаней. По данным французского экономиста Жана Делена,

«годовой рост производства составил 31% в 1958 г., 26 – в 1959 и 4% в 1960 г., то есть среднегодовой рост составил 20% в течении трех лет Большого скачка».

Таким образом, Большой скачок дал экономике Китая неплохой рост, однако, в отличии от СССР, лишь на недолгий срок. Уже в 1961 году неэффективность малой металлургии стала очевидна, производство стали резко упало, и вернулось к уровню 1958 года только в 1964 году. Причины же свертывания Большого скачка в Китае объясняются по-разному.

Таким образом, сравнивая опыт России и Китая, можно с уверенностью утверждать об огромном влиянии «Большого скачка» на дальнейшее развитие экономики этих стран. Страны направляли политику на коренное переустройство экономики - т.е. проведение индустриализации, коллективизации и культурной революции. В России это было положено первым пятилетним планом развития народного хозяйства (1928-1932гг.), а в Китае – второй пятилеткой (1958—1963гг.). Тогда же наметился четкий курс проведения социалистической индустриализации: Россия ставила главной целью увеличение производственных мощностей и объемов производства тяжелой промышленности, Китай же на производство основных товаров, прежде всего на выплавку стали.

Основным средством модернизации обе страны использовали не экономически обусловленные факторы, а энтузиазм масс. Управление массами правительство России и Китая проводило с помощью коллективизации сельскохозяйственного населения. Так в 1929 году в России начался процесс объединение крестьян для совместного ведения крупного социалистического сельскохозяйственного производства в колхозы, а в Китае в 1958 проводилось создание «народной коммуны», которая объединяла несколько сельскохозяйственных кооперативов. Активное создание колхозов и коммун говорит о существенном влиянии процесса коллективизации населения на развитие индустриализации.

Но если в России политика индустриализации в годы первых пятилеток показала хорошие результаты, то китайское производство было отброшено назад, потому что в процессе управления экономикой власть не руководствовалась собственно экономическими законами.

Сравнение показало, что процессы коллективизации и индустриализации связаны, и недостатки в проведении одних преобразований несомненно приведут к ошибкам проведения других. То есть без учета законов развития экономики нельзя приступать к каким бы то ни было преобразованиям.

Список литературы:

1. «Большой скачок» отбросил китайскую экономику назад / Эксперт МГИМО: Александр Лукин // Университет МГИМО. Информационный портал.

2. Большой скачок и урегулирование экономики (1956-66). URL: http://magazeta.com/columns/gleb_fedorov/2007/05/08.

3. Богомолов О. Т. Новый международный экономический порядок. URL: http://www.uz-left.narod.ru/economics/bogomolov/course.htm.

4. Упражнения в сравнительной хронологии. К XX-летнему юбилею государства // URL: bigsoviet.org/Bse/PLAT-STRU/2463.shtml.

5. Сталинская политика «большого скачка». Утверждение тоталитарного режима власти. URL: // http://www.z55z.ru/istoria/istoria024.htm.

6. Большой скачок. URL: http://ru.wikipedia.org.

7. Индустриализация СССР. URL: // http://ru.wikipedia.org.

8. Коллективизация. URL: //http://ru.wikipedia.org.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Кабацюра Д.В., Радина Т.Е.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФИНАНСОВЫХ КОЭФФИЦИЕНТОВ

Особое значение с учетом постановки стратегических целей деятельности организации, адекватных рыночным условиям, и поиска путей их достижения имеет комплексная оценка эффективности функционирования деятельности организации с использованием финансовых коэффициентов, значение которых состоит в следующем:

во-первых, финансовые коэффициенты позволяют определить тот круг сведений, который важен для пользователей бухгалтерской отчетности («зеркала» экономики организации) с точки зрения принятия обоснованных управленческих решений;

во-вторых, финансовые коэффициенты предоставляют возможность глубже оценить положение данной отчетной единицы в системе хозяйствования и тенденции его изменения;

в-третьих, большим преимуществом финансовых коэффициентов является также и то, что они сглаживают негативное влияние инфляционных процессов, которые могут существенно искажать абсолютные показатели бухгалтерской отчетности и тем самым затруднять их сопоставление в динамике.

В качестве инструментария комплексной оценки эффективности управления организацией целесообразно использовать следующие группы финансовых коэффициентов:

– оценка имущественного положения организации;

– оценка платежеспособности организации и ликвидности ее баланса;

– оценка финансовой устойчивости организации;

– оценка интенсивности использования ресурсов организации;

Чтобы просмотреть как «действуют» данные коэффициенты в деле, и какие выводы можно делать на их основании, проведем углубленный анализ хозяйственной деятельности ОАО «Дальсвязь», где источником информации были данные промежуточной финансовой отчетности за 9 мес. 2009 года. Оценка имущественного положения организации позволяют получить представление о размерах предприятия, величине средств, находящихся под контролем, и структуре активов.

Категория чистых активов имеет значимость лишь в том случае, если речь идет о характеристике действующего предприятия. В данном случае, заметен рост чистых активов на сумму 1 193 371 р. Эта оценка является положительной для организации, т.к. сообщает пользователю бухгалтерской отчетности о том, что стоимость самой организации за период 9 месяцев 2009 г. возросла на сумму 1 193 371 р.

Коэффициент реальной стоимости имущества определяет уровень производственного потенциала организации. Величина данного показателя чуть превышает необходимую величину оптимального значения, также мы видим, что уровень производственного потенциала упал на 3% и составил 0,54.

Согласно оценке платежеспособности краткосрочные обязательства обеспечены оборотными средствами лишь наполовину. При этом коэффициент промежуточной ликвидности также является очень низким, а значит, свидетельствует о невозможности прогнозируемых платежей организации при условии своевременного проведения расчётов с дебиторами. Столь низкое значение указывает на необходимость постоянной работы с дебиторами для того, чтобы обеспечить возможность обращения наиболее ликвидной части оборотных средств в денежную форму для расчётов со своими поставщиками. Отсюда следует, что финансовое положение предприятия в краткосрочной перспективе рассматривается как неблагоприятное.

Проведенная оценка финансовой устойчивости ОАО «Дальсвязь» говорит о высокой степени финансовой зависимости от внешних кредиторов, что является нежелательной оценкой для любого другого предприятия. Анализ показал, что ОАО «Дальсвязь» на половину зависит от внешних кредиторов. Также заметен рост

коэффициента финансовой зависимости капитализированных источников (+3%), то есть с позиции долгосрочной перспективы ОАО «Дальсвязь» все сильнее зависит от внешних инвесторов. Соотношение заемных и собственных средств на конец периода составила 0,91 рубль.

Таблица 1 – Показатели оценки имущественного положения организации

Показатель	Алгоритм расчета (в кодах строк)	Оптимальное значение	Расчетные данные	
			на начало периода	на конец периода
Имущественный потенциал				
Стоимость чистых активов	[190+(290-244)]-[590+(690-640)]		8196002	9389373
Коэффициент реальной стоимости имущества	(110+120+211+213)/Валюта баланса	больше 0,5	0,57	0,54
Оценка платежеспособности организации и ликвидности организации ее баланса				
Коэффициент текущей ликвидности	(290-216)/690	от 1 до 2	0,47	0,50
Коэффициент промежуточной ликвидности	(260+250+230+240)/690	1 и выше	0,36	0,37
Оценка финансовой устойчивости организации				
Оценка финансовой независимости (автономии)	490/700	больше или = 0,5	0,49	0,52
Коэффициент финансовой независимости капитализированных источников	490/(490+590)	больше 0,6	0,70	0,73
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	(590+690)/490	меньше 0,7	1,06	0,91
Прибыльность и рентабельность				
Рентабельность активов с позиции собственников фирмы	(стр.190ф.2+стр.70ф.2*(1-налог на прибыль))/валюта баланса		9,56%	10,94%
Рентабельность собственного капитала с позиции собственников фирмы	(стр.190ф.2+стр.70ф.2*(1-налог на прибыль)/490		19,68%	20,92%
Рентабельность продаж	стр.190ф.2/стр.010ф.2		14,55%	16,36%

Показатели прибыльности и рентабельности ОАО «Дальсвязь» являются положительным, и даже видим рост рассчитанных показателей в среднем на 1 – 2 %, рентабельность активов с позиции собственников фирмы увеличилась с 9,56% до 10,94% (+1,38%), рентабельность собственного капитала с позиции собственников фирмы с 19,68% до 20,92% (+1,24%), что говорит об увеличении эффективности использования собственного капитала.

В результате проведенного исследования, оценкой эффективности функционирования деятельности организации, в ОАО «Дальсвязь» можно выделить критические области в деятельности предприятия. Ими являются проблемы с ликвидностью и проблемы финансовой устойчивости, а, следовательно, есть вероятность того, что организация не сможет своевременно и в полном объеме производить расчеты по краткосрочным обязательствам перед поставщиками и банками, а кредитные организации будут менее охотно выдавать кредиты на развитие бизнеса. Однако предприятие способно обеспечить рост своей прибыли и рентабельности. Единственным спасением для ОАО «Дальсвязь», будущее присоединение к ОАО «Ростелеком», которое даст возможность, за счет эффекта масштаба, разрешить финансовые проблемы и повысить эффективность работы компании. О том, как эффективно оно будет, это уже будет зависеть от качества работы руководствующего персонала будущей компании.

Список литературы:

1. Ковалев В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика. 2-е изд., перераб. доп. М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. 1024 с.

2. Оценка деятельности предприятия // Справочник экономиста. 2005. №8.

3. URL: www.comnews.ru.

4. URL: www.dsv.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Калёнов Д.С., Бондаренко Т.Н.

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА

Данная статья посвящена оценке конкурентоспособности товара, а именно молочной продукции. В статье проводится анализ двух аналогичных видов молока через качественные (органолептические) и маркетинговые показатели. Анализ проводился экспертным методом на основе опроса среди населения Хабаровска. В результате этого были выявлены некоторые проблемы, касающиеся маркетингового характера, и предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции.

Молоко – один из самых ценных продуктов питания человека и спрос на этот продукт сравним со спросом на хлеб. Цель данной статьи – оценить конкурентоспособность молочной продукции, производимой в Хабаровском крае и предложить мероприятия по повышению конкурентоспособности данной продукции.

В статье рассматриваются два предприятия, выпускающие аналогичную продукцию - это предприятия: ООО «Вяземский молочный комбинат» и ЗАО «Переяславский молочный завод». Обе компании имеют одни и те же рынки сбыта своей продукции (Хабаровск, Хабаровский край), а, следовательно, являются конкурентами.

Для оценки уровня молочной продукции была применена методика Е.А. Адонина, основой, для которой явились данные опроса, проведенного среди населения Хабаровска [3]. Опрос проводился в форме анкетирования. Результаты опроса представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты опроса потребителей

Показатели	Количество респондентов, давших утвердительный ответ, чел.	Доля респондентов, ответивших утвердительно, в общем количестве опрошенных, %
Общие качественные и маркетинговые показатели:		
Органолептические (качественный показатель изделия)	23	69,7
Маркетинговые (информация о производителе)	10	30,3
ИТОГО:	33	100
Органолептические показатели, в частности:		
Цвет изделия	3	9,1
Вкус изделия	11	33,3
Запах изделия	9	27,3
ИТОГО:	23	69,7
Маркетинговые показатели, в частности:		
Изготовитель изделия	2	6,1
Упаковка изделия	4	12,1
Маркировка изделия	4	12,1
ИТОГО:	10	30,3

Всего было опрошено 34 человека. Опрос показал, что наибольшее внимание респондентов уделяется органолептическим показателям качества – более половины опрошенных в первую очередь обращают внимание на качество изделия. Если рассматривать в частности органолептические показатели, то можно сделать вывод о том, что наибольшая доля респондентов (33,3%) характеризуя молочные изделия, наиболее значимым считают вкус изделия. Лишь 3-х человек интересует цвет молока.

Исследование предпочтений респондентов показало, что маркетинговые показатели являются основополагающими при выборе молочных изделий для 30,3% опрошенных. Это может говорить о том, что у компаний сложились постоянные рынки сбыта продукции. Конкретизируя маркетинговые показатели, можно отметить, что потребители уделяют большее внимание внешнему виду упаковки и наличию всех необходимых сведений о продукте, т.е. маркировке.

Данные анализа потребительских предпочтений явились основой для определения коэффициентов весомости качественных и маркетинговых показателей. Коэффициенты весомости определяют степень значимости каждого показателя. Коэффициенты весомости отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Коэффициенты весомости показателей конкурентоспособности

Показатели конкурентоспособности	Коэффициент весомости
Органолептические: всего: в том числе: - цвет изделия; - вкус изделия; - запах изделия.	 0,697 0,091 0,333 0,273
Маркетинговые: всего: в том числе: - известность изготовителя продукции; - имиджевые и функциональные свойства упаковки; - состояние маркировки.	 0,303 0,061 0,121 0,121
ИТОГО:	1,0

Следующим этапом исследования будет определение конкурентоспособности производимых молочных изделий методом экспертных оценок [4]. Экспертом выступает автор исследования. В качестве базовых образцов продукции исследуемых предприятий выбраны те виды молочных изделий, которые пользуются наибольшим спросом среди потребителей.

Первым образцом послужило Молоко питьевое пастеризованное «Российское» (массовая доля жира 3,2%), производимое ООО «Вяземским молочным комбинатом». Содержание в 100 граммах: жира – 3,2 г, белка – 2,8 г, углеводов – 4,7 г. Калорийность – 59 ккал. Состав: молоко цельное, молоко обезжиренное. Температура хранения (4±2)ºС. Срок годности 5 суток. Продукт соответствует ТУ 9222-150-004119785-04. Объем 1 литр. Цена 39 рублей 10 копеек.

Вторым образцом является Молоко питьевое пастеризованное «Лазовское» (массовая доля жира 3,2%), производимое ЗАО «Переяславским молочным заводом». Содержание в 100 граммах: жира – 3,2 г, белка – 2,6 г, углеводов – 4,7 г. Калорийность – 59 ккал. Состав: молоко цельное, молоко обезжиренное. Температура хранения (4±2)ºС. Срок годности 5 суток. Продукт соответствует ГОСТ Р 52090-2003. Объем 1 литр. Цена 42 рубля.

Анализ экспертных оценок проводится по качественным и маркетинговым показателям. Для этого каждому из показателей присваивается определенное количество баллов в диапазоне от 1 до 4 по методике Адонина. Затем качественные и маркетинговые показатели в балльном выражении отдельно считаются и суммируются. Их сумма определяет интегральный показатель конкурентоспособности продукции [2].

По результатам оценки уровня конкурентоспособности двух образцов молочных продуктов различных производителей, можно сделать следующие выводы:

1) По качественным показателям. Молоко «Российское» уступает «Лазовскому» на 0,273 единицы. Это может быть объяснено лучшей технологией и сохраняемостью упаковки переяславского продукта;

2) По маркетинговым показателям аналогичная ситуация: Молоко «Российское» уступает «Лазовскому» на 0,242 единицы, вследствие более качественной упаковки «Лазовского».

Таким образом, произведенные расчеты дают представление о том, что конкурентоспособность «Лазовского» лучше «Российского» на 0,515 единиц. Это дает представление об эффективности производства и сбыта молока в Хабаровском крае.

Оценим экспертный анализ графическим методом. Графический метод анализа конкурентоспособности позволяет визуально оценить степень конкурентоспособности молочных продуктов по оцениваемым параметрам [3]. В качестве параметров, оцениваемых в рамках данного метода, был сформирован ряд показателей, отраженных в таблице 3.

Таблица 3 – Оцениваемые показатели производства молока

Показатель	Условное обозначение	Единица измерения	Молоко «Российское»	Молоко «Лазовское»
Цвет изделия	Кф	балл	3	4
Вкус изделия	Кв	балл	4	4
Запах изделия	Кз	балл	3	4
Известность изготовителя	Мизг	балл	3	4
Свойства упаковки	Муп	балл	2	4
Состояние маркировки	Ммарк	балл	2	4
Продажная цена	Цена	рубли (балл)	39,10 (4)	42 (3)

На основании полученных данных строится радар конкурентоспособности. При его построении руководствуются следующими правилами:

– круг делится радиальными оценочными шкалами на равные сектора, число которых равно числу критериев оценки;

– по мере удаления от центра круга значение критерия улучшается;

– шкалы на радиальных прямых градуируются так, чтобы все значения критериев лежали внутри оценочного круга;

– значения некоторых из приведенных критериев оцениваются по 4-х балльной шкале (в нашем случае – «Лазовское»).

Радар конкурентоспособности дает возможность увидеть основные проблемы, касающиеся продукта. Однако, анализируя данный рисунок, можно отметить двойной характер имеющихся проблем. С одной стороны, наглядно видно отставание показателей конкурентоспособности молока «Российского» от «Лазовского», с другой стороны, такой показатель, как продажная цена должна стремиться к минимизации. Причем снижение цены является важной проблемой при стремлении к повышению конкурентоспособности продукции.

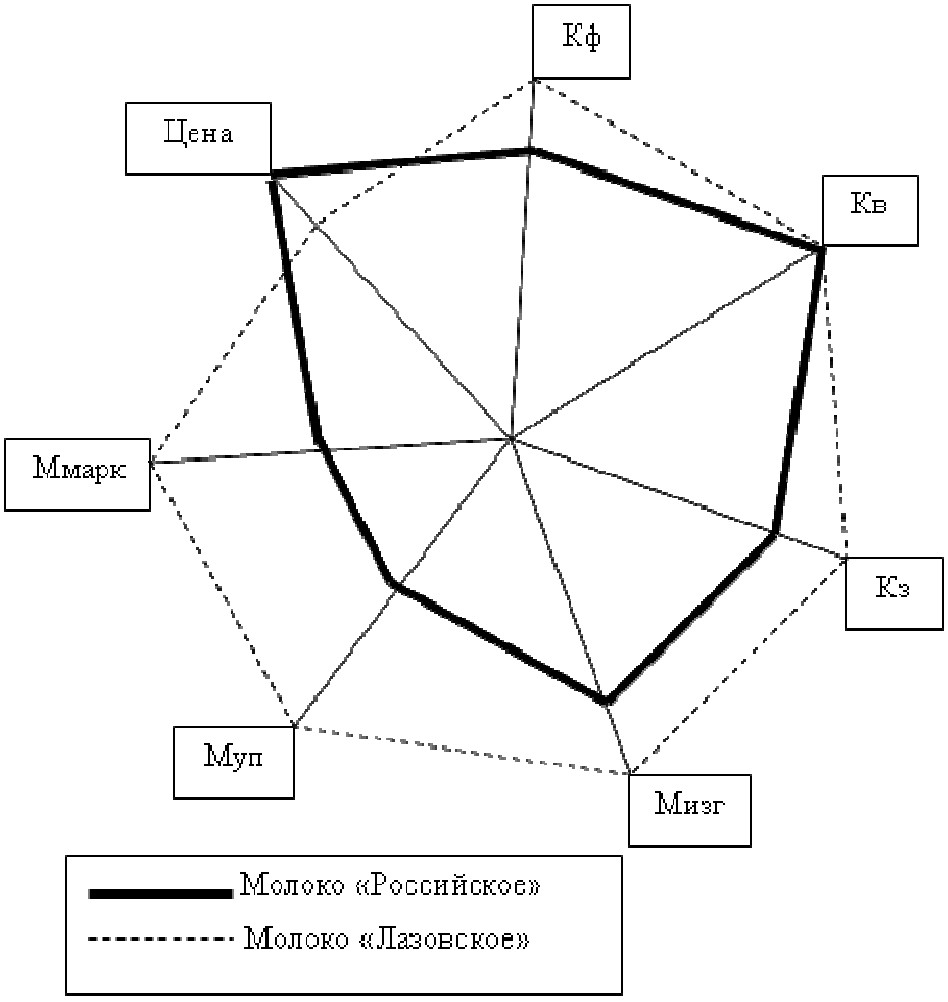

Рисунок 1 – Радар конкурентоспособности молока «Российского» (ООО «ВМК») и молока «Лазовского» (ЗАО «Переяславский молочный завод»)

В результате проведенных исследований были выявлены проблемы, стоящие перед производством молока «Российского» на пути повышения уровня его конкурентоспособности. Что касается качественной характеристики молока, то оба образца вполне аналогичны – по вкусу, цвету и запаху. Анализируя маркетинговые показатели, можно выделить проблему некачественной упаковки. Проблема состоит в том, что полиэтиленовая упаковка молока «Российского» имеет тонкий слой, который можно легко нарушить любым механическим движением. Это говорит о плохих транспортабельных свойствах упаковки. Также можно добавить, что на упаковках обоих образцов не имеется сведений о соответствии Федеральному закону Российской Федерации от 12 июня 2008 г. N 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию».

Для улучшения маркетинговых свойств изготовляемой продукции предлагается пересмотреть технологию производства упаковки. Необходимо использовать более прочный материал при производстве упаковки. В качестве рекомендации предлагается упаковочные материалы «Финнпак» [6]. Основной вид упаковочного материала «Финнпак» для пастеризованной продукции – многослойные полимерные пленки, обладающие защитными свойствами. Каждый слой имеет определенное назначение и содержит определенные добавки, например, для оптимального сшивания, яркой глубокой печати, слой защиты от проникновения света и слой соприкосновения с продуктом. Использование новейших технологических комбинаций сырья обеспечит высокий уровень качества упаковочных материалов и даст отличные характеристики сшивания.

Известно также, что свою продукцию ООО «ВМК» реализует в торговых точках г. Хабаровска, Бикина, Вяземского [7]. Необходимо искать новые направления сбыта продукции: Советская Гавань, Амурск, Уссурийск, Владивосток. В связи с этим очень важны аналитико-поисковые усилия в этой области. Новые рынки сбыта решающим образом могут изменить конкурентоспособность товара и рентабельность сбытовой деятельности.

В заключении следует сказать, что проведенные мероприятия помогут обеспечить высокую конкурентоспособность продукции и, как следствие, увеличится спрос на продукцию, что позволит предприятию увеличить объемы реализации и выйти на новые рынки.

Список литературы:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 12 июня 2008 г. № 88-ФЗ «Технический регламент на молоко и молочную продукцию».

2. Баумгартен Л. В. Анализ методов определения конкурентоспособности организации и продукции // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. №4 (48).

3. Иванова Е. А. Оценка конкурентоспособности предприятия: учеб. пособие / Е.А. Иванова. Ростов н/Д: Феникс, 2008.

4. Ливиц И. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. М. 2001.

5. URL: www.rucompany.ru.

6. URL: www.finnpack.ru.

7. URL: www.khabkrai.ru.

8. URL: www.khabexpo.ru.

9. URL: www.vayzemskiy.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Караева М.А., Диденко О.В.

ПЕРЕЛОЖЕНИЕ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ

Налог в современном обществе является сложным социальным институтом, имеющим длительную историю. Он непосредственно отражает уровень общественного развития в культурной, экономической, политической и иных сферах. В то же время налог оказывает мощное воздействие на состояние политической, экономической и финансовой систем.[14]

При этом подчеркнем, что налог не всегда исходит из тех источников, которые подлежат налогообложению согласно государственному законодательству, т.е. «субъект налога» и «носитель налога» могут не совпадать. Как считают многие авторы, это связано со способность налогов к переложению. В процессе переложения уплаченный налог возмещается плательщику путем переноса на других субъектов экономических отношений части или всего налогового бремени. Некоторые налоги могут быть переложены на различные части национальной экономики. Так или иначе, это сказывается в первую очередь на субъектах финансовой системы государства. Таким образом, изучение способности налогов к переложению, а также его влияния на «носителей налога», их экономическое положение имеет важное значение, как при установлении новых налогов, так и реформировании их отдельных элементов. Поэтому возникает необходимость точно определить сферу переложения налогов, а также выявить «конечные пункты» их переложения.

Переложение налогового бремени имеет глубокие исторические корни.[9] Изучением данного вопроса занимались различные ученые, исследователи и философы в разные периоды времени. Ими выдвигались различные теории переложения налогов. Но сильнейшим толчком в развитии данного вопроса стала разработанная в конце XIX в. теория предельной полезности, где была сделана новая попытка объяснения цены. В связи с чем, с начала XX в. переложение налогового бремени связывают именно с ценой. При этом подчеркнем, что в России практика переложения налогов имеет достаточно малый опыт. Таким образом, перед нами встает проблема изучения вопроса о переложении налогового бремени в Российской Федерации.

Для выявления существующих проблем переложения и поиска соответствующих решений необходимо рассмотреть виды переложений. Это связано со спецификацией проблем относительно каждого вида переложения налогов.

В теории выделяют несколько видов переложения. Условно данные виды можно разделить на переложение на макро- и микроуровне.

Переложение на микроуровне осуществляется через механизм ценообразования и включает в себя переложение во времени и по кругу лиц. Переложение по кругу лиц через механизм ценообразования может быть следующих видов: прямым или обратным; предусмотренным или не предусмотренным законом; простое и сложное; в сфере производства и в сфере обращения; по размерам переложение может быть полным или частичным.

Переложение во времени, осуществляемое через механизм ценообразования, условно можно назвать амортизацией налога. Амортизация налога есть такой процесс, посредством которого плательщик перестает уплачивать налог. Это происходит путем уменьшения ценности обложенного объекта. Нужно отметить, что амортизация налогов связана с объектами длительного пользования землей и другой недвижимостью. Причем, благодаря явлению амортизации при определенных условиях увеличение налога ведет к частичной конфискации имущества налогоплательщика. И наоборот, уменьшение налога может вызвать ничем не заслуженное увеличение богатства.

Переложение на макроуровне осуществляется через переложение во времени и в пространстве. Отметим, что данные виды переложения налогового бремени являются менее изученными в теории налогов.

Переложение во времени на макроуровне можно представить высказыванием В. И. Ленина: «Текущие долги государства – это будущие долги будущих поколений». Следовательно, государственный долг – это задолженность, накопившаяся у правительства, в результате заимствования денег для финансирования прошлых

бюджетных дефицитов. Бюджетный дефицит возникает тогда, когда расходы превышают доходы. Большинство правительств различных стран не может покрыть доходами своих расходов, сводя государственный бюджет с дефицитом. Таким образом, когда у правительства возникает дефицит бюджета, оно должно занимать деньги у населения, чтобы оплатить свои счета. К таким формам заимствования относятся продажа государственных ценных бумаг на финансовом рынке, получение государством кредитов от коммерческих банков и из-за рубежа. Займы, полученные правительством, приводят к снижению налогов, и как следствие снижению налогового бремени нынешних поколений.[18]

Таким образом, в краткосрочном периоде жизнь современного поколения улучшится благодаря росту дохода и занятости, хотя весьма вероятно, что одновременно повысится и темп инфляции. В долгосрочном периоде, бремя последствий бюджетного дефицита, в том числе налоговое бремя, будут переложены, в основном, на плечи будущих поколений: они будут рождены в стране с меньшими размерами накопленного капитала и большим внешним долгом. Следовательно, предполагаемые будущие налоги придётся платить не нынешним потребителям национальных благ, а следующим поколениям. В этом случае государственный долг представляет собой средство перераспределения богатства следующего поколения налогоплательщиков (которому придётся платить повышенные налоги).[18]

Переложение налогового бремени в пространстве на макроуровне представляет собой процесс переложения налоговой нагрузки с одного субъекта РФ («реципиента») на другие субъекты РФ («доноры»). Данный вид переложения является следствием межрегионального неравенства различных административно-территориальных единиц нашего государства, их неоднородности по различным характеристикам (уровню экономического развития, потребностям в общественных благах, стоимости предоставления общественных благ и т.д.).

С позиции решения проблемы финансового самообеспечения регионов и переложения бремени налогов с одного субъекта РФ на другой приоритетным для территориального уровня признается обеспечение соблюдении следующих принципов и условий формирования и использования нормативов и межбюджетных трансфертов:

1) установление нормативов налоговых отчислений должно осуществляться на экономически рациональном и обоснованном уровне;

2) формирование уровней нормативов налоговых отчислений должно быть увязано с усилением стимулирующей роли налоговой системы в целом.[19]

Таким образом, проконтролировать переложение и установить жесткое регулирование этого процесса на микроуровне можно при условии государственного регулирования цен, причем на всех стадиях производства и реализации товаров и в отношении всех товаров (работ, услуг). В отношении косвенных налогов следует говорить не о полном их переложении или о «требованиях законодательства о формировании цены», а лишь о законодательно закрепленной возможности их переложения. В отношении же переложения налогов с макроэкономической точки зрения, требуется грамотная, экономически рациональна и обоснованная политика, во-первых, по установлению нормативов отчислений и межбюджетных трансфертов (в части переложения в пространстве), а во-вторых, по заимствованию денежных средств для покрытия дефицита бюджета (в части переложения во времени).

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 19.07.2009) // СПС КонсультантПлюс, 2010.

2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 19.07.2009) // СПС КонсультантПлюс, 2010.

3. Пушкарева В. М. История финансовой мысли и политики налогов : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2001.

4. Кучерявенко Н. П. Основы налогового права. Харьков, 2001.

5. Алексеенко М. М. Взгляд на учение о налоге. Харьков, 1870.

6. Кучеров И. И. Налоговое право России. М., 2001.

7. Пепеляев С.Г. Юридическая классификация налогов // Бюллетень коммерческого права. 2001.

8. Юткина Т. Ф. Налоги и налогообложение : учебник. М., 2001.

9. Иловайский С. И. Финансовое право: учебник финансового права. Одесса, 1904.

10. Гусева И. П. К вопросу о понятии и сущности косвенных налогов // Законодательство и экономика. 2003. № 6.

11. Пепеляев С. Г. , Кудряшова Е. В. О юридической классификации налогов / С // Налоговый вестник. 2002. № 6.

12. Щекин Д. М. Презумпции в косвенном налогообложении // СПС Гарант.

13. Затулина Т. Н. Конституционно-правовые аспекты и принципы регулирования налоговых отношений // Гражданин и право. 2007. № 8.

14. Верещагин С. Г. Налог как категория и как политика // Гражданин и право. 2007. № 12.

15. Боброва А. В. Концептуальная модель теории налогов // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2005. № 16.

16. Кудряшова Е. В. Теория и практика косвенного налогообложения // Налоговые споры: теория и практика. 2005. № 12.

17. Кудряшова Е. В. Правовые аспекты косвенного налогообложения: теория и практика// СПС Гарант.

18. Осадчая И. М Бюджет государства: опыт промышленно развитых стран и российские реалии // Бизнес и политика. 1997. № 2.

19. Климова Н. И. Экономический инструментарий регулирования федеративных отношений. URL: http://federalmcart.ksu.ru/conference/seminar4/klimova.htm.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Киракосян Л.Ш., Цалик Т.А.

ПРЕДЕЛЫ КОМПЕТЕНЦИИ ЭКСПЕРТА-БУХГАЛТЕРА ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ СУДЕБНО-БУХГАЛТЕРСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ

Основной частью постановления о назначении экспертизы, определяющей предмет экспертного исследования, являются вопросы, которые следователь ставит на разрешение эксперта. От правильности их постановки во многом зависят полнота исследования и соблюдение сроков производства экспертизы. Поэтому они должны отвечать определенным требованиям.

Вопросы должны: носить конкретный характер; требовать проведение исследований, а не носить лишь справочный характер; должны быть исчерпывающими, охватывать все обстоятельства, которые могут быть выяснены с помощью эксперта-бухгалтера; ставиться в логической последовательности.

В соответствии с Инструкцией о производстве судебно-бухгалтерский экспертиз в экспертных учреждениях системы Министерства юстиции СССР от 2 июля 1987 г. за N К-8-463. в процессе производства судебно-бухгалтерской экспертизы разрешаются вопросы по установлению:

– фактических данных, связанных с недостачей либо излишками товарно-материальных ценностей, денежных средств и суммой материального ущерба;

– правильности документального оформления операций приема, хранения, реализации товарно-материальных ценностей и движения денежных средств;

– соответствия отражения в бухгалтерских документах хозяйственно-финансовых операций требованиям бухгалтерского учета и отчетности и действующим нормативным актам, а равно соответствия или несоответствия показаний проходящих по делу лиц данным бухгалтерского учета;

– документальной обоснованности оприходования, отпуска и списания материалов, готовой продукции, товаров, денежных средств, размеров и стоимости неучтенной продукции, определяемых с учетом заключений технологов, товароведов, других специалистов, и иных материалов дела;

– документальной обоснованности размеров сумм по искам, разрешаемым в порядке гражданского судопроизводства;

– круга лиц, за которыми по документальным данным в период образования недостачи либо излишков числились товарно-материальные ценности или денежные средства, а также лиц, обязанных обеспечивать выполнение требований бухгалтерского учета и контроля, несоблюдение которых установлено в процессе производства экспертизы;

– недостатков в организации, ведении бухгалтерского учета и контроля, которые способствовали образованию материального ущерба или препятствовали его своевременному выявлению.

В соответствии с предметом судебно-бухгалтерской экспертизы на разрешение эксперта-бухгалтера могут быть поставлены вопросы следующего содержания:

– какие результаты финансово-хозяйственной деятельности (доход, объем реализованной продукции, товаров (работ, услуг), прибыль от реализации, валовой доход от торгово-закупочной деятельности) были получены конкретным хозяйствующим субъектом в определенный период:

– имело ли место несоответствие первичных документов учета и отчетности предприятия фактическому содержанию хозяйственных операций и результатам ее финансово-хозяйственной деятельности: если имело, то в каких именно документах и в какой сумме;

– в чем заключается механизм несоответствия первичных документов учета и отчетности предприятия фактическому содержанию хозяйственных операций и результатам ее финансово-хозяйственной деятельности;

– имела ли место неуплата налогов в связи с механизмом несоответствия первичных документов учета и отчетности предприятия фактическому содержанию

хозяйственных операций и результатам ее финансово-хозяйственной деятельности; если имела, то в какой сумме и по каким видам налогов;

– соответствуют ли первичным документам, относящимся к деятельности исследуемой организации, результаты актов проверок соблюдения налогового законодательства и др.

Вопросы, относящиеся к компетенции эксперта-бухгалтера в целом, можно систематизировать по экономически однородным признакам и характеру:

– исследование организации и особенностей бухгалтерского учета на конкретном предприятии, соответствия его действующим нормативным актам и общим требованиям бухгалтерского учета, а также выявление фактов несоблюдения Федерального закона от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете» и положений по бухгалтерскому учету;

– исследование бухгалтерских операций в целях установления наличия или отсутствия недостач или излишков товарно-материальных ценностей, денежных средств, времени их образования, а также причиненного материального ущерба;

– установление обстоятельств, способствующих образованию материального ущерба, и разработке мер по их устранению;

– исследование операций бухгалтерского учета для проверки обстоятельств, устанавливаемых другими материалами дела, а также выводов документальной ревизии, ведомственных обследований и т.д.

Эксперт-бухгалтер может решать также и другие вопросы, связанные с несоблюдением требований бухгалтерского учета и контроля, финансовой, кассовой и расчетной дисциплины, если для этого необходимо применение его специальных познаний.

Анализ большого числа постановлений и определений о назначении судебно-бухгалтерских экспертиз позволяет систематизировать, в зависимости от частоты встречаемости, предлагаемые экспертам-бухгалтерам вопросы, не входящие в их компетенцию:

– об установлении материально-ответственных лиц и лиц, ответственных за нанесение ущерба и нарушение законов, постановлений и других нормативных документов;

– требующие для своего разрешения назначения ревизии, а не судебно-бухгалтерской экспертизы;

– относящиеся к компетенции специалистов других отраслей знаний (строителей, товароведов, технологов и др.);

– имеющие справочный характер и касающиеся непосредственно хозяйственной и административной деятельности предприятий, т.е. такие вопросы, которые должны быть выяснены следователем (судом) путем проведения допросов, изучения соответствующих документов и т.д.;

– требующие от эксперта-бухгалтера анализа, оценки обстоятельств дела и опровержения или подтверждения правильности показаний подсудимых (обвиняемых) или свидетелей;

– имеющие чисто юридический характер и относящиеся к трудовому, административному, гражданскому и уголовному праву.

Как свидетельствует экспертная практика, правоохранительные органы часто неправильно и неточно ставят вопросы перед экспертами-бухгалтерами, в результате чего возникают трудности с определением и пониманием существа задания, необходимость уточнять вопросы у следователя, а следователи нередко должны выносить новые постановления о назначении судебно-бухгалтерской экспертизы.

Следует иметь в виду, что при постановке вопросов на разрешение судебно-бухгалтерской экспертизы должны соблюдаться требования процессуального законодательства в части обстоятельств, подлежащих доказыванию, и в части самих доказательств. Более того, вопросы к эксперту должны быть сформулированы конкретно, без двоякого толкования на понятном для эксперта языке с указанием отличительных признаков предприятия: название организации, ИНН, банковские реквизиты, обстоятельства, относящиеся к преступлению (время, период деяния обвиняемого в качестве руководителя (бухгалтера), место осуществления хозяйственной операции по указанию обвиняемого лица), название и местонахождение налогового органа, в который представлялась отчетность, удостоверенная обвиняемым лицом, и др.

В то же время нарушение экспертом-бухгалтером пределов компетенции снижает, а иногда сводит на нет доказательное значение его выводов. Тем не менее следователи (суды) нередко ставят перед ними вопросы, для решения которых не нужны специальные бухгалтерские познания: кто отвечает за финансовую и хозяйственную деятельность предприятия; на ком лежала обязанность издания распоряжения о распределении учетной нагрузки между главным бухгалтером, его заместителем и остальными работниками бухгалтерии; какие обязанности возлагаются на заместителя директора в случае нераспределения обязанностей и в случае работы директора и др. Если перед экспертом-бухгалтером ставятся подобные вопросы, требующее скорее административно-правовых знаний, чем бухгалтерских, он должен отказаться отвечать

на них. К сожалению, как свидетельствует экспертная практика, эксперты-бухгалтеры часто дают ответы на такие вопросы.

В экспертной практике также встречаются случаи постановки вопросов перед экспертом бухгалтером по установлению фактов сознательных приписок. Это не относится к компетенции эксперта, поскольку приписка — умышленное изменение, искажение документа, а констатация умысла — дело юриста, но не эксперта. Также не правильно ориентировать эксперта-бухгалтера на установление фактов вуалирования недостач. Термин «вуалирование» указывает, прежде всего, на умысел действующего лица. Выяснение же интеллектуальных и волевых элементов умысла не входит в область бухгалтерских познаний. В этой связи эксперт-бухгалтер, как объективный исследователь, вправе устанавливать соответствие или несоответствие сведений, числящихся в учетных документах, фактическому остатку товаров, совпадение или несовпадение данных, содержащихся в первичных бухгалтерских документах и в учетных регистрах, и т.п. Решение же вопроса о том, образуют ли исследуемые действия приписку, искусственное завышение расходов или вуалирование недостачи, не может возлагаться на эксперта. Действующее процессуальное законодательство разрешает эксперту исследовать и такие обстоятельства дела, по поводу которых вопросы при назначении экспертизы не были поставлены. Это допускается в порядке экспертной инициативы. Однако неправомерно данное разрешение, распространяющееся на конкретный случай экспертной деятельности, превращать в общее правило отбора обстоятельств, подлежащих экспертному исследованию.

Таким образом, пределы компетенции эксперта-бухгалтера должны ограничиваться нормами науки, рамками процессуального законодательства и уровнем его специальных познаний. В противном случае результаты судебно-бухгалтерской экспертизы будут признаны судом или следствием сомнительными и заключение эксперта-бухгалтера потеряет доказательное значение.

Список литературы:

1. Арбитражно-процессуальный кодекс РФ. М.: Фирма «СПАРК», 2003.

2. Инструкция о производстве судебно-бухгалтерский экспертиз в экспертных учреждениях системы Министерства юстиции СССР по согласованию с Прокуратурой СССР, Верховным Судом СССР и МВД СССР 2 июля 1987 г. за № К-8-463.

3. Аксенова Т. П. Судебно-бухгалтерская экспертиза: учебное пособие. Хабаровск : ХГАЭП, 2002. 120 с.

4. Судебно-бухгалтерская экспертиза: учебное пособие; под редакцией Е.Р. Россинской, Н.Д. Эриашвили. М. : Юнити-Дана, 2006. 351 с.

5. Толкаченко А. А., Харабет К. В. Судебная бухгалтерия : учебное пособие для студентов. 2-е изд. М. : Юнити-Дана, 2005. 224 с .

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Киреева Ю.А., Масюкова Л.В.

ПОРТФЕЛЬНЫЕ ОПЕРАЦИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ С ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ

Рынок ценных бумаг выступает составной частью финансовой системы государства, его можно определить как совокупность отношений, связанных с куплей, продажей и обращением ценных бумаг. Таким образом, рынок ценных бумаг – довольно широкое понятие. Он является одновременно и индикатором рыночной экономики и главным ее финансовым рычагом. Активными участниками финансовых рынков, и в частности рынка ценных бумаг являются коммерческие банки. Рынок ценных бумаг в России – это молодой, динамичный рынок с быстро нарастающими объемами операций и с все более изощренными финансовыми инструментами. В связи с этим можно утверждать, что выбранная тема в настоящее время очень актуальна, поскольку операции с ценными бумагами являются одними из самых перспективных, постоянно совершенствующихся и расширяющихся банковских услуг.

Значимость банков на рынке ценных бумаг не подвергается сомнению. На рынке ценных бумаг банки могут выступать в роли эмитентов, инвесторов и профессиональных участников этого рынка.

Коммерческие банки могут выступать эмитентами различных видов ценных бумаг. Они выпускают (эмитируют) от своего имени и размещают на первичном рынке не только акции (для формирования и увеличения собственного капитала) и облигации (с

целью привлечения заемного капитала), но и инструменты денежного рынка – банковские сертификаты, векселя.

В структуре привлеченных путем выпуска ценных бумаг средств наименьшая доля приходится на депозитные и сберегательные сертификаты, наибольший удельный вес занимают средства, привлеченные путем выпуска векселей. За период с 01.01.2008 по 01.01.2010гг. наблюдалось уменьшение объемов выпущенных депозитных, сберегательных сертификатов, а также векселей, размещаемых в рублях. Очевидно, это связано с наличием кризисных явлений в экономике и, как следствие, нехваткой денежных средств у населения. В то же время прослеживается увеличение объемов средств, полученных от размещения векселей, номинированных в иностранной валюте и собственных облигаций кредитных организаций, что свидетельствует о недостаточности собственных средств кредитных организаций и необходимости привлечения заемного капитала.

Выступая в роли инвесторов, банки вкладывают часть своих ресурсов обычно в такие виды ценных бумаг, срок погашения которых более одного года. При приобретении тех или иных разновидностей ценных бумаг, банковские учреждения стремятся к достижению определенных целей. Основными из этого перечня целей являются такие задачи как, безусловно, доходность банковских вложений, их безопасность, а также ликвидность.

За период с 01.01.2008 по 01.01.2010гг. наблюдалось значительное увеличение вложений кредитных организаций в ценные бумаги, причем в наибольшей степени на это повлияло увеличение вложений в долговые обязательства, которые также имеют наибольший удельный вес в структуре таких вложений. Следует отметить, что по состоянию на 01.01.2009г. по данным переоценки наблюдалось снижение рыночной стоимости приобретенных кредитными организациями долговых и долевых ценных бумаг (что означает снижение их рыночной стоимости), однако уже на 01.01.2010г. отмечается их положительная переоценка.

Если рассматривать отдельно структуру вложений кредитных организаций в долговые обязательства, наибольший удельный вес занимают долговые обязательства Российской Федерации, являющиеся высоколиквидными и практически безрисковыми ценными бумагами, что свидетельствует о диверсификации риска вложений кредитных организаций в ценные бумаги. Долговые обязательства, не погашенные в срок, составляют лишь 0,4%. Что касается вложений в долевые ценные бумаги, в структуре таких вложений наибольший удельный вес занимают вложения в долевые ценные бумаги резидентов, не являющихся кредитными организациями. Гораздо меньший

объем занимают вложения в долевые ценные бумаги нерезидентов и кредитных организаций-резидентов.

Научный и практический интерес представляет сравнительный анализ общероссийской структуры вложений кредитных организаций в ценные бумаги и структуры этих вложений в Москве и Хабаровском крае, который позволяет оценить региональные особенности и направления вложений.

Наибольшее число операций по инвестированию в ценные бумаги осуществляется в Москве (90%), в то время как на Хабаровский край приходится лишь 0,03%. Такое состояние дел может объясняться только меньшей активностью местных банков на фондовом рынке. Наибольший удельный вес вложений в Москве и Хабаровском крае приходится на вложения в долговые обязательства. Это позволяет сделать вывод, что для Хабаровского края на первом месте стоит безопасность вложений, а не получение максимального дохода. Анализ структуры долговых обязательств показал, что на 01.01.2010г. доля долговых обязательств РФ и Банка России в общей сумме долговых обязательств составляет 54%. Такая структура вложений в долговые обязательства объясняется неразвитостью рынка корпоративных облигаций, а также более сложным для местных банков доступом к торговым площадкам по продаже долговых обязательств других регионов.

Одним из видов профессиональной деятельности коммерческих банков на рынке ценных бумаг является доверительное управление, к которому можно отнести, помимо прочего, так называемые ОФБУ – общие фонды банковского управления. По сравнению с ПИФами, ОФБУ предлагают более широкие возможности, а также более низкий порог вхождения относительно индивидуального доверительного управления, что делает ОФБУ очень привлекательным инструментом инвестирования. Тем не менее, привлекательность ОФБУ по сравнению с ПИФами в глазах инвесторов намного ниже. Это можно объяснить «нераскрученностью» ОФБУ, тем, что они развиваются не как самостоятельный продукт, а скорее как одна из составляющих общей банковской продуктовой линейки. В целом, ОФБУ остаются далеки от народа, во всяком случае, в смысле информирования населения о достоинствах и недостатках этого продукта. Что такое ОФБУ, на сегодняшний день знает очень ограниченное число клиентов.

Современный рынок ценных бумаг РФ активно развивается, растет его значение как одной из важнейших сфер экономики страны. В настоящее время в РФ, как и в других странах, происходит расширение банковских операций с ценными бумагами, поскольку такие операции являются одними из самых перспективных, постоянно совершенствующихся и расширяющихся банковских услуг. Во всех странах в

настоящее время доходы коммерческих банков от операций с ценными бумагами и инвестиционной деятельности играют все более заметную роль в формировании прибыли. Это происходит благодаря тому, что в последние годы наблюдается стремительный рост вложений в ценные бумаги, что обусловлено значительным прогрессом технологий и инфраструктуры фондового рынка, делающим вложение средств в ценные бумаги и управление ими более простым, доступным и эффективным.

Помимо этого, можно ожидать дальнейшее развитие операций банков с ценными бумагами, что объясняется проведением пенсионной реформы, суть которой заключается в направлении накопительной части пенсии в управляющие компании, которые и будут осуществлять их вложения в ценные бумаги с целью преумножения. Таким образом, у банков появляется широкий круг потенциальных клиентов, для которых коммерческие банки как активные участники рынка ценных бумаг должны предложить новые привлекательные услуги, инструменты, схемы работы.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Новосибирск: Сиб. унив. изд-во, 2009. 541 с.

2. О банках и банковской деятельности: ФЗ от 02.12.1990г. № 395-1.

3. О рынке ценных бумаг: ФЗ от 22.04.1996г. № 39-ФЗ.

4. О сберегательных и депозитных сертификатах кредитных организаций: Письмо ЦБ РФ от 10.02.1992г. № 14-3-20.

5. О порядке осуществления операций доверительного управления и бухгалтерском учете этих операций кредитными организациями: Инструкция ЦБ РФ от 02.07.1997г. № 63.

6. Бюллетень банковской статистики: статистический бюллетень// Центральный банк Российской Федерации. М., 2010. № 1(200). С. 116; 118; 131-132.

7. Бюллетень банковской статистики, региональное приложение: статистический бюллетень// Центральный банк Российской Федерации. М., 2010. №1(37). С. 35-36; 67-68.

8. Кошкаров А. Через тернии к фондам // Экономика и жизнь. 2006. №18. С. 5.

9. Лужнова Л.А. Коммерческие банки на вексельном рынке: направления и тенденции деятельности // Банковское дело. 2007. № 11. С. 41-45.

10. Миркин Я. М. Ценные бумаги и фондовый рынок. М. : Перспектива, 1995. 488 с.

11. Рынок ценных бумаг : учебник / под ред. Е. Ф. Жукова. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Юнити-Дана, 2008. 463 с.

12. Сребник Б. В., Вилкова Т. Б., Деятельность по управлению ценными бумагами// Финансовый вестник. 2009. № 11. С. 91-96.

13. Тарасов А. В. Формы доверительного управления на рынке ценных бумаг // Банковское дело. 2006.№ 1. С. 29-32.

14. Ценные бумаги: учебник / под ред. В. И. Колесникова, В. С. Торкановского. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика, 2003. 448 с.

15. Ческидов Б. М. Развитие банковских операций с ценными бумагами. М. : Финансы и статистика, 1997. 336 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов в области гуманитарных общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Киршова А.А., Писклова Т.Н.

СКОРИНГ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Данная работа посвящена изучению скоринга малого и среднего бизнеса. В исследовании рассмотрены причины, препятствующие развитию данного направления оценки кредитоспособности заемщиков.

Кредитный скоринг – это метод оценки кредитоспособности заемщика (как физического, так и юридического лица) с помощью математических и статистических методов. Суть скоринга состоит в том, что потенциальный заемщик оценивается по определенным показателям, для каждого из которых указаны интервалы значений. За принадлежность потенциального заемщика к некоторому интервалу скоринговая модель присваивает ему определенное количество очков или баллов. Если суммарное значение очков выше определенного лимита, то кредит выдается, если ниже, то заемщик классифицируется как некредитоспособный. Кроме того, система определяет максимальный и минимальный размер кредита, в пределах которых выбирается сумма кредита по согласованию работника банка и заемщика.

Скоринговая модель работает на основе скоринговой карты, которая содержит данные о финансово – хозяйственной деятельности заемщика. Для различных типов заемщиков существуют соответственно и различные типы скоринговых карт. Для оценки кредитоспособности индивидуального предпринимателя скоринговая карта

включает показатели, характерные для оценки заемщиков – физических лиц, это возраст, пол, семейное положение, образование, количество детей, наличие пластиковой карты банка, кредитная история. В то же время оценивается опыт работы заемщика в отрасли и соответственно отраслевая принадлежность, репутация заемщика, наличие персонала, наличие рекламы услуг, перевод оборотов в банк и другие характеристики, свойственные юридическим лицам.

Таким образом, скоринговая карта для оценки кредитоспособности индивидуального предпринимателя представляет собой гибрид скоринговых карт для оценки физических и юридических лиц.

Оценивая субъект малого и среднего предпринимательства, являющееся юридическим лицом, банк изучает кредитную историю клиента, кроме того, учитывается значение собственного капитала, наличие или отсутствие убытков, состав учредителей, срок предпринимательской деятельности, отраслевая принадлежность, репутация и другие характеристики.

Внедрение скоринговой системы для банка обладает рядом преимуществ, таких, как ускорение процесса предоставления кредита, отбор наиболее надежных заемщиков, увеличение клиентской базы, снижение риска невозврата, более качественный сбор и хранение данных. Для заемщика также существуют немаловажные положительные стороны при использовании скоринга. Это быстрота выдачи кредита и возможность эффективного планирования деятельности предприятия.

Несмотря на очевидные преимущества, в действительности в России скоринговые модели для оценки предприятий малого и среднего бизнеса недостаточно распространены. Это связано с рядом объективных и субъективных причин.

Во-первых, внедрение скоринговой системы требует больших затрат, и соответственно только крупные банки располагают достаточными для этого средствами. Большие издержки объясняются тем, что скоринговые системы были изобретены и впервые использованы за рубежом. В связи с этим ведущими разработчиками скоринговых моделей являются западные компании, а стоимость таких разработок превышает стоимость российских аналогов в несколько раз. Кроме того, при внедрении западной модели возникает проблема адаптации ее к российским условиям.

Но это не единственный вариант. Банк может при помощи приглашенного специалиста, самостоятельно создать скоринговую модель на основе имеющихся данных. Этот вариант менее затратен, но после создания модели банку нужно быть готовым к тому, что в течение некоторого периода времени после внедрения скоринга,

модель необходимо будет исправлять и совершенствовать с учетом выявленных ошибок, что будет являться дополнительным источником затрат для банка.

Во-вторых, привлечение скоринговой модели требует наличия данных о кредитной истории заемщика. Федеральный закон «О кредитных историях» от 30 декабря 2004 года N 218-ФЗ определяет содержание кредитной истории заемщика и говорит о том, что кредитные организации обязаны представлять всю имеющуюся информацию в отношении всех заемщиков, давших согласие на ее представление, хотя бы в одно бюро кредитных историй, включенное в государственный реестр бюро кредитных историй. Таким образом, с принятием этого закона банки получили возможность доступа к наиболее полной информации о кредитных историях заемщиков, в то время как ранее такая информация была не обязательной для фиксации в бюро кредитных историй, а передавалась из банка в банк на условиях добровольного обмена. Исходя из этого, банки не обладают всей полнотой данных о кредитных историях заемщиков до 2004 года, и в связи с этим возникают определенные трудности при построении скоринговой модели.

В-третьих, причиной препятствующей распространению скоринговых систем, является, так называемый, человеческий фактор, связанный с консервативностью менеджмента в некоторых банках. Менеджеры банков, с недоверием относящиеся к западным новациям, считают, что скоринг не применим к российским условиям и что информационная модель не сможет заменить опытного взгляда кредитного эксперта, учесть невидимые для системы факторы.

Что касается непосредственно скоринга малого и среднего бизнеса, можно отметить еще несколько причин, препятствующих принятию скоринга для оценки субъектов малого и среднего предпринимательства. Кредитоспособность компании оценить сложнее, чем физического лица. Хотя скоринговая модель располагает определенным, зарекомендовавшим себя набором показателей, которые наиболее полно характеризуют деятельность заемщика, нельзя оставить без внимания то, что скоринговая модель обладает вероятностью ошибки. Таким образом, существует риск того, что предприятие – потенциально хороший заемщик кредит не получит, а некредитоспособному предприятию кредит будет выдан.

Кроме того, возникает вопрос, справедливо ли оценивать предприятие, даже и небольшое, только по документам, по количественным показателям. Ведь осмотр самого предприятия – это весьма эффективное средство подтвердить достоверность сведений, предоставляемых в документах и источник дополнительной информации. Порой субъективное мнение кредитного эксперта дает гораздо больше сведений, чем

отчетность заемщика, тем более, если предприятие – субъект малого бизнеса и использует упрощенную систему налогообложения. Тогда расчет определенных критериев является невозможным и модель приближается к модели оценки кредитоспособности физического лица.

Компаниям - субъектам малого и среднего предпринимательства требуются суммы намного меньшие, чем крупным корпоративным клиентам, поэтому банку выгодно заниматься кредитованием этого сектора только при повышенной процентной ставке и при большом объеме выдаваемых кредитов, а именно скоринговые методики позволяют увеличить эти объемы. Ни один банк не использует какой-либо один способ оценки кредитоспособности, будь то анализ финансовых показателей, анализ денежных потоков или рейтинговая оценка, а предпочитает применять комбинацию методов. Так и скоринг может применяться как составная часть анализа.

Отсюда можно сделать вывод, что скоринг – это перспективное направление для банков с точки зрения увеличения эффективности кредитования сектора малого и среднего бизнеса. Потребность малых и средних предприятий в кредитных ресурсах продолжает расти, а соответственно нуждаются в совершенствовании и существующие методики определения кредитоспособности заемщиков. Однако, на пути внедрения скоринга существует ряд препятствий, основными из которых являются высокие издержки и отсутствие опыта. Таким образом, скоринг, обладающий рядом несомненных преимуществ, не имеет повсеместного распространения в России в силу вышеизложенных причин.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Киселёва А.А., Тараканова С.В., Синюков В.А.

ОСОБЕННОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В БЛОКАДНОМ ЛЕНИНГРАДЕ

В 2010 году исполняется 65 лет со дня Великой победы. А блокада Ленинграда и борьба людей с голодом были одними из самых ярких и трагичных событий за всю ВОВ.

В статье кратко изложен исторический аспект организации питания в блокадном Ленинграде, выявлены особенности пищевой промышленности в военное время, изложены меры по борьбе с голодом, принятые правительством в чрезвычайной ситуации.

С первых дней блокады самой острой проблемой для его жителей становился голод, поэтому продовольственное снабжение Ленинграда становится одной из важнейших государственных задач. Контроль над распределением продуктов питания осуществляла специально созданная продовольственная комиссия, которую возглавлял секретарь Горкома партии А.А. Кузнецов. Запасы продовольствия после пожара на Бадаевских складах были рассредоточены по всему городу, ликвидирована коммерческая торговля в магазинах, ресторанах и столовых.

В научно-исследовательских институтах и на предприятиях велись поиски пищевых заменителей. Ученые предложили использовать для выпечки хлеба целлюлозу, известную ранее только как сырье для бумажных фабрик. Под руководством профессора В.И Шаркова группа специалистов разработала технологию

гидролиза целлюлозы, для превращения ее в пищевой продукт. Выработку пищевой целлюлозы возложили на завод Гидролизного спирта и пивоваренный завод «Степан Разин». В конце ноября, когда долгожданная целлюлоза начала поступать на хлебозаводы, припек довели до 68%. Хлеб на вид был привлекательный, белый, с румяной коркой, на вкус – горьковато-травянистый. Целлюлозная мука придавала белизну хлебу и одновременно горьковатый вкус. За время блокады было выпущено 16 тыс. т целлюлозы.

Одновременно было организовано производство белковых дрожжей из древесного материала. Из 1 т сухой древесины получали около 250 кг. дрожжей.

В молочно-мясной отрасли также использовались различные добавки и примеси для получения новых видов продовольствия. Горисполком в начале октября принял постановление, обязывающее хозяйственные организации и войсковые части сдавать отбракованных лошадей, не пригодных для работы, на приемные пункты Ленмясомолсбыта (в Коломягах, Пороховых). Пригодность конского мяса для пищевых целей устанавливалась ветеринарным надзором на приемных пунктах. Конину применяли в колбасу и продавали мясом. Колбаса приготовлялась по упрощенной рецептуре. На вид и вкус колбаса была отличной. Конское мясо и колбаса полностью засчитывались в счет нормы, установленной на карточку. Ленинградские предприятия также стали выпускать колбасы, паштеты и студень из кишечного сырья, соевой муки и другого технического сырья. Не менее активно применялся технический альбумин, его получали из яичного белка, плазмы крови животных, молочной сыворотки. В молочной промышленности было переработано 320т. сои и 25т. хлопкового жмыха, что так же дало свои плоды. Было получено 2617 т молокопродуктов,1360 т соевого молока и 942 т соевых продуктов.

Огромный вклад в борьбу с голодом в блокадном Ленинграде внесли ученые Всероссийского научно-исследовательского Витаминного института (ВНИВИ), созданного в Ленинграде в 1935-1936гг. С первых дней войны вся работа института была подчинена нуждам обороны. В дни блокады было решено освоить упрощенный метод получения витамина С из единственного доступного источника – хвои в виде водного настоя. Эту задачу выполняли химики, биохимики и инженеры под руководством А.Д. Беззубого и К.З Гульчинской.

18 ноября 1941г. вышло решение Ленгорисполкома «О мероприятиях по предупреждению авитаминозов», в соответствии с которым, ассоциация Ленплодоовощ должна была поставлять по 30 т. хвои на ликероводочный и витаминный заводы. Эти предприятия, начиная с 27 ноября 1941г., обязаны были ежедневно вырабатывать из

хвои настои, содержащие не менее 2050 тыс. ч/доз витамина С (1 ч/доза = 20 мг. аскорбиновой кислоты). Витаминные установки были размещены в больницах, на предприятиях и военных частях.

Для госпиталей, больниц, детских учреждений было создано ещё одно противоцинговое средство – суп из проросшего гороха. В одной тарелке такого супа содержалось до 2 доз аскорбиновой кислоты. Для лечения тяжелобольных требовались кристаллические витамины С и В1. Их получали синтетически.

Для военных ученые разработали специальный паек – это препарат, куда входили сухари, жиры, крупа. Он имел вид брикета величиной 10×15 см. Также была изготовлена большая партия шоколада с витаминами А, В1 и С для танкистов и летчиков.

Ученые института принимали активное участие и в борьбе с дистрофией. Технический казеин, сохранившийся на одной из типографий, очищался от вредных примесей и таким образом из него получали нормальный размягченный творог с высокими питательными свойствами. Горелый сахар с Бадаевских складов перерабатывался в леденцовую карамель.

Совместно с Ботаническим садом АН СССР весной 1942 г. были отобраны наиболее ценные растения – лебеда, крапива, одуванчик, которые являются источником белка, витамина С, каротина. Было налажено получение витамина Е из пшеничных зародышей. Ученые А.А. Шмук и А.Р. Гусева осуществили синтез викасола – водорастворимого аналога витамина К.

Также из табачной пыли, взятой с табачной фабрики имени М.И. Урицкого, выделяли никотин, который окисляли до никотиновой кислоты.

При таком питании, как у блокадников, человек мог прожить около месяца. Население Ленинграда должно было погибнуть полностью. Почему же этого не произошло?

Во-первых, причиной повышения выживаемости людей стало широкое использование пищевых заменителей. Над их поиском работали все ученые города.

Во-вторых, свою роль сыграли биолого-физические особенности. В мирное время при недоедании сопротивляемость организма падает, он подвержен инфекциям и другие заболеваниям. Вследствие стрессового состояния, несмотря на недоедание, сопротивляемость организма резко возросла. Поэтому число больных сахарным диабетом, гастритом, язвой желудка, холециститом сократилось в городе до минимума. Даже детские болезни – корь, скарлатина, дифтерия – почти исчезли.

И не будем забывать о немаловажном факторе – «Дороге жизни», по которой доставлялись продукты питания, теплые вещи, предметы личного обихода с разных областей СССР.

Из всего этого следует, что главным средством борьбы с голодом было грамотное перестроение пищевой промышленности на военный лад.

Список литературы:

1. 900 героических дней. Сборник документов и материалов о героической борьбе трудящихся Ленинграда в 1941-1944 гг. М., 1966.

2. Веселов А. П. Борьба с голодом в Блокадном Ленинграде. // Отечественная история. 2002. № 3.

3. История Второй Мировой войны. Т. III. М., 1974.

4. Ленинград в осаде. Сборник документов о героической обороне Ленинграда, СПб., 1995.

5. Непокоренный Ленинград. 3-е изд. Л. : «Наука», 1985.

6. Павлов Д. В. Ленинград в блокаде. М. : Военное изд-во МО СССР, 1958.

7. Сапаров А. Дорога жизни. Л. : Лениздат, 1953.

8. Шмидт А. А. Пути промышленного получения витаминов. – В кн.: Витамины в теории и практике. Труды ВНИВИ, т. 2, вып. 1. под ред. А.А. Шмидта. Л. М. : Пищепромиздат, 1937.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Клепицкий В.Ю., Есипов Г.А.

АНАЛИЗ МИРОВОГО НЕФТЯНОГО РЫНКА В РАЗРЕЗЕ НАЦИОНАЛЬНОГО МЕХАНИЗМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА БЕНЗИН

Актуальность данного исследования определяется важнейшей и решающей ролью нефти и продуктов ее переработки в планировании, формировании и функционировании экономики многих государств, добывающих и перерабатывающих «черное золото», в том числе и Российской Федерации а также наличие дискуссионных вопросов относительно ценообразования нефтепродуктов и, в частности, бензина.

Наибольшими запасами нефти в мире располагает Саудовская Аравия, затем Иран, Ирак, Кувейт и Венесуэла. Россия по этому показателю занимает седьмое место, США – одиннадцатое.

Далее необходимо рассмотреть современную ситуацию на внутреннем ранке нефти Российской Федерации[1].

По данным таблицы 1 видно, что ситуация на внутреннем рынке нефти в РФ за три квартала 2009 г. относительно аналогичного периода 2008 г. в целом не изменилась. Доля экспорта существенно превалирует над долей импорта, при этом реализация нефти на внутреннем рынке снизилась на 0,6 %. Если сравнивать объём импорта за январь-сентябрь 2009 г. с тем же периодом прошлого года, то наблюдается его уменьшение на 34,5 %, что связано с увеличением объёмов добычи нефти и её

[1] По данным Федеральной службы государственной статистики РФ.

экспорта, а так же с уменьшением объёмов реализации на внутреннем рынке в отчётном периоде.

Таблица 1 – Состояние рынка нефти в Российской Федерации в 2009 г.

Добыча	Январь-сентябрь 2009 г.		Сентябрь 2009г., млн.тонн	в % к	
	млн.тонн	в % к январю-сентябрю 2008г.		сентябрю 2008г.	августу 2009г.
	367,2	100,6	41,1	102,1	97,7
Реализация (переработка) на внутреннем рынке	176,0	99,4	19,3	99,1	94,1
Импорт	1,4	75,5	0,2	95,2	131,4
Экспорт	184,3	101,2	20,4	105,7	96,9
доля экспорта в добыче (в %)	50,2		49,5		

Уровень добычи нефти в РФ в сравнении с другими странами, являющимися крупнейшими экспортёрами нефти, занимает одно из лидирующих мест, превосходя объём добычи Саудовской Аравии в 1,2 раза, а Ирака примерно в 4 раза.

В 14 государствах розничная цена бензина с октановым числом 95 ниже мировой цены на нефть, что достигается за счет значительных государственных субсидий. В этом секторе вне конкуренции находятся Туркмения и Венесуэла, в которых литр бензина стоит 60 и 90 копеек соответственно. Далее следуют десять государств, также дотирующих цены на бензин, но в меньшей степени. В неё входят Азербайджан (13,8 руб./ литр), Тринидад и Тобаго (12,9 руб./ литр) и др.

Подавляющее большинство стран, наоборот, облагает бензин налогами, продаваемый розничным покупателям. И, как это ни парадоксально, в данной группе находится Россия — один из крупнейших добытчик и экспортер нефти, где бензин стоит дороже, чем в США.

Самый дорогой бензин продаётся в странах, где государство устанавливает высокий налог на него. Так, в Польше и Австрии литр данного топлива можно купить за 39 и 39,6 руб. соответственно, а в Турции и Исландии не дешевле 55,8 руб.

Определим и проанализируем составляющие цены на бензин в Российской Федерации.

В России более половины, а именно 59 % цены 1 литра бензина государство в виде налогов (НДПИ + Акциз + НДС + Налог на прибыль) забирает себе. На сегодняшний

день в России себестоимость добычи нефти в одном литре бензина составляет всего 6,6%, тогда как в США 73% в цене на бензин составляет стоимость сырья[1], 6% в штатах составляет цена переработки, 11% налоги, еще 10% идет на дистрибуцию и маркетинг. При нынешних ценах на нефть средняя цена бензина в США сейчас составляет $2,5 за галлон (около 4,5 литров). Таким образом, американские автовладельцы заправляют свои машины примерно по 16 рублей за литр, россияне же в среднем по 22,5 рубля.

Таблица 2– Компоненты, формирующие цену бензина, %

Себестоимость добычи нефти	6,6
Расходы на переработку	1,3
Расходы на транспорт и маркетинг, коммерческие расходы	16,5
Прибыль нефтяных компаний (в том числе АЗС)	16,3
Налог на добычу полезных ископаемых (НДПИ)	26,4
Акциз	11,9
НДС	15,4
Налог на прибыль	5,6

В России исходя из внешней цены на нефть, рассчитывается экспортная пошлина, налог на добычу полезных ископаемых и акциз, один и тот же налог взимается со всей нефти, независимо от того, идет она на экспорт или на внутренний рынок. Таким образом, с помощью налогов государство забирает у нефтяников сверхприбыль, но при этом и с потребителей имеет доход.

Поэтому, Россия находится в положении не лучшем, чем страны-импортеры, те же США, где, к слову, налоговая составляющая в конечной цене на бензин не более 20 процентов.

Итак, не сложно заметить, что львиную долю в формировании цены на бензин имеет налог на добычу полезных ископаемых, далее идут расходы на транспорт и маркетинг, и налог на добавленную стоимость. При этом себестоимость добычи сырой нефти составляет лишь 6,6 % от цены 1 литра бензина. На удорожание бензина непосредственное влияние оказывают многочисленные факторы, среди которых эксперты выделяют рост мировых цен на нефть, увеличение акцизов и налога на добычу полезных ископаемых, нефтяникам необходимо больше средств для разработки новых месторождений. Кроме того, увеличение количества автомобилей на дорогах

[1] По данным Московской топливной ассоциации.

России отмечается как фактор, влияющий на повышение цены на бензин, т.к. требуется всё больше топлива, следовательно, спрос увеличивается.

Таким образом, в настоящем исследовании была рассмотрена современная ситуация на рынке нефти в России и за рубежом, изучены цены на бензин в различных городах и субъектах РФ, в других странах мира. Кроме того, были определены и проанализированы составляющие цены на бензин в РФ в процентном и в стоимостном разрезе.

Среди возможных резервов уменьшения цен на бензин можно рассмотреть снижение налоговой нагрузки со стороны государства, которая составляет более половины цены 1 литра бензина, а именно 59 %. Один только налог на добычу полезных ископаемых закладываясь в цену, повышает её на 26,4 %.

Если порядок исчисления НДПИ не изменится, российские нефтепереработчики будут по-прежнему сталкиваться с дефицитом сырой нефти, а цены на бензин в России будут только расти. Без изменения налоговой системы ничего сделать не удастся, но менять её государство вряд ли станет, поскольку тогда оно потеряет часть своих доходов.

Высокие налоги и сбытовые издержки не только не позволяют снизить цены на бензин, но и не оставляют нефтепереработчикам достаточных средств на инвестиции в расширение производства нефтепродуктов. Между тем без модернизации отечественной нефтепереработки о снижении цен на бензин можно только мечтать. Если американские переработчики из одной тонны нефти получают 400-500 кг бензина, то российские получают только 130-140 кг, остальное – мазут.

Вывод: в данной ситуации без государственной помощи нефтепереработчикам не обойтись, т.к. собственных средств для масштабной модернизации у них не хватает, а сторонние инвесторы в отрасль с таким высоким налоговым прессом вкладывать деньги не рискуют.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс РФ (Федеральный Закон от 31.07.1998 N 146-ФЗ) М. : Юрист, 2009 г, 248 с.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. URL: http://www.gks.ru.

3. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. URL: http://www.economy.gov.ru/minec/main.

4. Официальный сайт Московской топливной ассоциации. URL: http://www.mfa.ru/mfa.asp.
5. Market indicators as at end:September-2009. URL: http://www.opec.org.
6. BP Statistical review of world energy 2009. URL: http://www.bp.com.
7. URL: http://statistika.ru.
8. URL: http://www.rbc.ru.
9. URL: http://www.expertiza.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ковалева Е.А., Масюкова Л.В.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И РОЛЬ КОМЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В ЕГО РАЗВИТИИ

Функционирование рыночной экономики не возможно без развития малого и среднего бизнеса (МСБ).

Малый бизнес – это экономики государства, мелкие и средние предприятия играют заметную роль в занятости, производстве отдельных товаров, исследовательских и научно-производственных разработках.

Наиболее острой проблемой, сдерживающим развитие данного сегмента, является отсутствие достаточно серьезной финансовой поддержки.

В основном среди источников финансирования львиную долю занимают собственные источники.

Среди регионов Дальневосточного федерального округа Хабаровский край занимает второе место по количеству малых предприятий и их обороту, первое место по среднесписочной численности работников малых предприятий.

Малый и средний бизнес Хабаровского края в 2009 году объединял около 46 тысяч субъектов, большую часть из которых составляли индивидуальные предприниматели (почти 34 тыс. человек).

Поддержка малого бизнеса в крае осуществляется на основе краевых программ. С этого года начата реализация седьмой по счету краевой целевой Программы «Развитие

и поддержка малого и среднего предпринимательства в Хабаровском крае на 2010 – 2012 годы».

Общая сумма расходов в рамках целевой программы составляет 632,9 млн. рублей, где 229,7 млн. рублей составляют привлеченные средства, главным образ предполагается за счет банковских кредитов.

В связи с этим рассмотрим проблему доступности кредита малому и среднему бизнесу. В целом банкиры выделяют две основных причины, которые сдерживают кредитование данного вида субъекта: во-первых, важную роль играет залог, во-вторых, непрозрачность заемщика.

Сегодня наиболее распространены залог оборудования, недвижимости, транспортных средств, поручительство основных собственников бизнеса с долей более 50% и поручительство третьих лиц (физических и юридических лиц). Большинство банков стало с большой осторожностью подходить к залогу товаров в обороте, поскольку в условиях неопределенности спроса оценить их реальную стоимость практически не представляется возможным.

Также немаловажной проблемой непосредственно для самих банков является выбор способа организации бизнес-процессов с этим клиентским сегментом.

Банкам при разработке кредитной продуктовой линейки необходимо учитывать особенности бизнеса и отрасли МСБ, насколько предлагаемые продукты могут быть стандартизированы и будут ли они массовыми. В настоящее время в Хабаровске существуют 23 вида кредита от 33 банков.

Более активному и диверсифицированному развитию кредитования малого бизнеса препятствует целый ряд факторов:

– Во-первых, на данном этапе своего развития российские банки не обладают достаточной ресурсной базой для выдачи долгосрочных кредитов;

– Во-вторых, при сравнимых операционных издержках на обслуживание крупного и мелкого заемщика крупному банку невыгодно работать с малым бизнесом;

– В-третьих, серьезным препятствием для увеличения объемов кредитования малого бизнеса являются высокие риски, отчасти обусловленные непрозрачностью малого бизнеса, и проблемы залогового обеспечения сделки.

Развитие малого бизнеса в России сегодня важная задача государства и общества.

В настоящее время, когда поддержка малого бизнеса стала одним из направлений российской политики, а рынок кредитования малого бизнеса представляет собой переплетение интересов инвесторов, предпринимателей и государства, исследования в данной области приобретают все большее научное и практическое значение.

В целях стимулирования финансовой поддержки МСБ и активизации банковского кредитования необходимо предпринимать следующие меры:

– Во-первых, государство должно предоставлять гарантии банкам, кредитующим малые и средние предприятия;

– Во-вторых, необходимо разработать стандартные технологии и условия кредитования МСБ с отражением в них подходов к оценке кредитоспособности МСБ, видов кредитных продуктов, способов кредитования, требований к обеспечению кредитов, типового пакета документов для оформления кредитов, требований к IT-технологиям.

Таким образом, малое предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом и, следовательно, лучший выход для России – это создание такой политики государства, которая была бы направлена на расширение и развитие предприятий малого предпринимательства в нашей стране.

Список литературы:

1. О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 14.06.1995, №88-ФЗ.

2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 года, №209-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 30.07.2007 года, №31, ст. 4006; Российская газета от 31.07.2007 года, №164; Парламентская газета от 09.08.2007 года, №99-101.

3. О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства: Постановление Правительства от 22.07.2008 года, №556 // Собрание законодательства РФ от 28.07.2008 года, №30 (ч. 2), ст. 3642; Российская газета от 30.07.2008 года №160.

4. Анисимов А. С. Партнерство во благо города. Целевая программа развития малого и среднего бизнеса на 2010-2012 год // Приамурские ведомости. 18.12.2009. С. 3.

5. Демкович В. И. Организация работы с клиентами малого и среднего предпринимательства в коммерческом банке: практические аспекты // Деньги и кредит. 2009. № 6. С. 8-14.

6. Стахнюк А. В. Малый бизнес: проблема доступности кредитов // Деньги и кредит. 2010. №3. С. 23-26

7. Тихомирова Е. В. Кредитование малого и среднего бизнеса – перспективное направление кредитной политики банков // Деньги и кредит. 2010. №1. С. 46-53.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Коваленко В.В., Ихсанова Т.П.

ОПТИМИЗАЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ ГЕНЕРИРУЮЩАЯ КОМПАНИЯ»)

Исследование посвящено анализу формирования и использования собственного и заемного капитала ОАО «ДГК», а именно анализу состава, структуры и динамики собственного и заемного капитала. Были рассчитаны показатели рентабельности собственного капитала, всего капитала, коэффициенты финансовой устойчивости, а так же произведен расчет эффекта финансового левериджа.

Проанализировав состав, структуру и динамику собственного и заемного капитала можно сделать вывод, что наибольшую долю в составе собственного капитала компании занимает уставный капитал, в 2008 и 2009 годах доля добавочного капитала неизменна и составляет 2%, но в 2009 году его удельный вес в структуре собственного капитала значительно возрос и составил 25%. Уставный капитал в 2009 году по сравнению с 2008 годом вырос в абсолютном выражении на 87 303 рубля, темп прироста составил 0,28%.

Величина непокрытого убытка растет с каждым годом и в 2009 году составила 5 981 350 руб., что на 4 081 425 руб. больше, чем в 2008 году.

Величина добавочного капитала возросла в 2009 году по сравнению с 2008 на 7 643 890 руб. и составил 8 307 431 руб.

Добавочный капитал образовался за счёт переоценки основных средств компании. Однако, доходы организации, относимые на добавочный капитал, увеличивают собственный капитал организации, но не влияют на финансовый результат деятельности организации в отчетном периоде. Это свидетельствует, что рассматриваемая компания является зависимым от привлеченных средств.

Таким образом, несмотря на то, что величина собственного капитала в 2008 году снизилась по сравнению с 2007 на 1 890 205 руб. (в относительном выражении на 6%) и составила 29 581 799 руб.; в 2009 году величина собственного капитала увеличилась по сравнению с 2008 годом на 12,33%, в большей степени за счет увеличения добавочного капитала, и составила 33 229 727 руб.

Структура заемного капитала на протяжении рассматриваемого существенно менялась. В 2007 году наибольшую долю занимают краткосрочные займы и кредиты (65,8%), в 2008 году – долгосрочные займы и кредиты (54,3 %),а в 2009 году – вновь краткосрочные займы и кредиты (58,52).

В 2008 году удельный вес краткосрочных кредитов и займов в стоимости заемных источников финансирования компании составляет 28,7%, что ниже уровня прошлого года на 37,1%. Величина краткосрочных кредитов и займов в 2008 году составляет 8 356 214 руб. Объем краткосрочных кредитов и займов по сравнению с 2007 годом снизился на 5 486 786 руб. (39,64%). В результате размещения в 1-м полугодии 2008 г. облигационного займа в объеме 5 млн. руб. Общество осуществило рефинансирование кредитного портфеля. Таким образом, произошло существенное изменение в структуре обязательств ОАО «ДГК» в 2008 году по сравнению с 2007 годом. На 01.01.2009г долгосрочные обязательства в общей структуре источников имущества составляют 27%, краткосрочные обязательства – 14%.

Таким образом, за 2009 год в структуре кредитного портфеля Общества произошло перераспределение: рост краткосрочных кредитов и займов и снижение долгосрочных.

Величина кредиторской задолженности по сравнению с 2008 годом снизилась на 21,39% и составила 3 915 306 руб., что произошло в результате снижения задолженности по статье «прочие кредиторы» на 95% или 2 006 844 тыс. руб. (в т.ч. погашение задолженности в сумме 2 000 000 руб. по агентскому договору), в то время как задолженность перед поставщиками и подрядчиками выросла на 20% и составила 2 009 924 руб., в основном за счет роста задолженности перед поставщиками топлива на 527 071 руб. (68%).

Проведя анализ финансовой устойчивости ОАО «ДГК» можно сделать вывод, что рост коэффициента иммобилизации из года в год ведет к снижению доли ликвидных

активов в имуществе Общества, а значит, к неспособности отвечать по своим финансовым обязательствам в будущем. Низкое значение коэффициента автономии на протяжении всего рассматриваемого периода свидетельствует о возникновении критической ситуации с потерей финансовой устойчивости компании. Дальнейший рост заемного капитала не желателен.

Полученные результаты расчета коэффициентов рентабельности собственного и всего капитала свидетельствуют о неэффективном его использовании. Резкое снижение уровня рентабельности капитала в 2008 году связано с сокращением прибыли, во многом за счет роста себестоимости реализации продукции по сравнению с прошлым годом.

Для измерения эффективности использования капитала при различном соотношении его собственной и заемной части используется показатель «финансовый левередж». С его помощью измеряется эффект, заключающийся в повышении рентабельности собственного капитала при увеличении доли заемного капитала в общей его сумме [8].

По данным расчета эффекта финансового левериджа можно сделать вывод, что отрицательное значение дифференциала финансового левериджа ведет к снижению рентабельности собственного капитала. Отрицательное значение, главным образом, связано с низкой рентабельностью собственного капитала, в меньшей степени с ежегодным ростом средневзвешенной процентной ставки заимствований.

Рассмотрев все анализируемые данные можно сделать следующий вывод.

Предприятие имеет недостаточную долю собственных средств.

Следовательно, ОАО «ДГК» не способно в полном объеме выполнять свои обязательства.

На протяжении последних трех лет доля заемного капитала в общей сумме пассивов не претерпела существенных изменений: в 2007 году она составляла 41 %, в 2008 году увеличилась на 9 % и составила 50 %, а в 2009 году снизилась на 4 % и составила 46 %. Доля собственных средств в общей сумме пассивов должна составлять не менее 80 % в соответствии с методикой РАО.

Кредитная политика в дальнейшем будет реализовываться в рамках стабилизации финансового состояния, улучшения финансовых показателей, повышения привлекательности состояния баланса.

Источниками финансирования текущей и долгосрочной деятельности компании по прежнему остаются собственные и привлечённые средства, в том числе кредиты банков, средства ОАО «РАО Энергетические Системы Востока».

Список литературы:

1. Баринов В. А. Экономика фирмы : стратегическое планирование : учебник / В. А. Баринова. М. : КНОРУС, 2005. 240 с.

2. Золоторогов В. Г. Экономика предприятий : учебное пособие / В. Г. Золоторогова. Мн. : Книжный Дом, 205. 448 с.

3. Ковалева А. М., Лапуста М. Г., Скамай Л. Г., Финансы фирмы : учебник. 4-е изд., испр. и доп. М. : ИНФРА-М, 2005. 522 с.

4. Романенко И. В. Экономика предприятий : учебник / И. В. Романенко. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика, 2007. 272 с.

5. Сергеев И. В., Веретенникова И. И. Экономика организаций (предприятий) : учебник / И. В. Сергеева/ 3-е изд. перераб. и доп. М. : ТК Велби, Проспект, 2006. 506 с.

6. Скляренко В. К. Экономика предприятий : учебник / В. К, Скляренко, В. М. Прудникова. М. : ИНФРА-М, 2007. 528 с.

7. Финансы. Денежное обращение. Кредит : учебник / Г. Б. Поляка. 3-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 639 с.

8. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / В. К. Сенчагова, А. И. Архипова. М. : ТК Велби, Проспект, 2004. 720 с.

9. Финансы организаций (предприятий) : учебник / Н. В. Колчиной. 4-е изд., перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 383 с.

10. Чуев И. Н. Экономика предприятий : учебник / И. Н. Чуева, Л. Н. Чуевой. 5-е изд., перераб. и доп. М. : Дашков и К, 2008. 416 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Кондакова С.Е., Зыкова О.Н.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ТОРГОВОМ ЦЕНТРЕ

Развитие экономики в Хабаровском крае сопровождается постоянной эволюцией форм и методов ведения торговли, постепенным переходом к более цивилизованным и современным технологиям ее организации. Данная тенденция ускорила развитие торговых центров г. Хабаровска: расширение уже имеющихся (таких, как «НК-сити», «Дом Одежды», «Дом Быта») и строительство новых («Большая Медведица», «Магнит», «Новый квартал»). Перед девелоперами встает проблема обеспечения большого потока посетителей торгового центра питанием.

Сотрудничество торгового центра с предприятиями общественного питания взаимовыгодно: владельцам торговых площадей наличие кафе или ресторана позволяет дольше задерживать покупателей, а предприятие общественного питания работа в торговом центре обеспечивает практически гарантированным доходом (по данным журнала «Молл», до 20% посетителей торгового центра пользуются услугами расположенных в нем предприятий общественного питания). Тем не менее администрация торговых центров Хабаровска уделяет недостаточно внимания организации питания посетителей, а предприятия общественного питания зачастую концептуально не соответствуют торговым центрам. В данной работе проанализированы основные принципы организации общественного питания в зарубежных торговых центрах, а также возможность их применения для устранения

недостатков, мешающих развитию предприятий общественного питания в торговых центрах г. Хабаровска.

Для г. Хабаровска характерной формой организации общественного питания в торговых центрах является кафе с небольшой площадью торгового зала (до 70-80 м²) преимущественно на верхних этажах, не имеющее отдельного входа (например, кафе «Ирон Кабис» в «Доме Одежды», кафе «Шара-бара» в «НК-сити»). Данные особенности являются причиной того, что кафе оказывается доступным для посетителей лишь в часы работы торгового центра, тогда как существенную долю выручки предприятия общественного питания получают в вечернее и ночное время. Небольшие площади практически не позволяют организовать в таком кафе банкеты и праздники, что также существенно снижает объем выручки. При этом концепция кафе не модифицируется с учетом отличительных особенностей работы в торговом центре по сравнению с автономной работой (кафе «Шара-бара») даже в тех случаях, когда данная компания не имеет других предприятий в городе и первое кафе открывает в данном торговом центре (кафе «Ирон Кабис»). В результате такое предприятие не отвечает потребностям целевой аудитории торгового центра, из-за чего снижается посещаемость и выручка заведения.

По мере развития рынка все более очевидными становятся преимущества наличия отдельного входа и расположения на первых этажах торговых центров, в результате чего появились кафе большей площади на первых этажах (например, кафе «La Vita» в «НК-плаза») и цокольных этажах («Кофейка» в «Доме Одежды»). Однако подобный принцип приводит к тому, что кафе функционирует в «полуавтономном» режиме, еще в меньшей степени, чем кафе на верхнем этаже, учитывает особенности торгового центра и воспринимается практически как самостоятельное предприятие общественного питания. В подобном случае предприятия общественного питания концептуально удаляются от торгового комплекса, при этом сохраняя привлекательность для части целевой аудитории торгового центра. При этом сам торговый центр лишается якорного арендатора, коим обычно является фуд-корт или кафе, так как в силу различия в концепциях предприятие общественного питания привлекает целевую аудиторию, отличную от целевой аудитории торгового центра (даже если они и имеют один или несколько общих сегментов).

Для сравнения рассмотрим два подхода к организации общественного питания в торговых центрах (моллах): европейский и азиатский.

Для европейских моллов наиболее характерны два подхода к данной проблеме: организация фуд-кортов и открытие собственных ресторанов торгового центра. Первый

подход наиболее характерен для торговых центров «выходного дня», рассчитанных на семейное посещение. Фуд-корты в таких моллах представлены пятью-семью операторами фаст-фуда; в их числе и международные сетевые бренды («McDonald's», «KFC»), пользующиеся большой популярностью у детей, и небольшие местные компании, отражающие специфику национальной кухни. При этом отдельно выделены один-два ресторана среднего ценового сегмента, что позволяет посетителям, приехавшим в такой торговый центр на целый день, основательно пообедать в более спокойной обстановке.

Собственные рестораны торговых центров характерны для сетевых моллов (например, Manor), расположенных в деловом центре города. Такие рестораны организованы по принципу частичного самообслуживания: посетитель самостоятельно набирает салаты и напитки, основные блюда готовятся для каждого посетителя у отдельных стоек – «станций» («гриль», «мясо», «рыба», «гарниры» и т.п.). При этом оплата производится за все набранные блюда на выходе из зоны обслуживания, вне которой расположены столики. Официантов в таком типе ресторанов нет. Собственные рестораны торговых центров функционируют в пределах часов работы самих торговых центров, однако во время наименьшего наплыва посетителей (бóльшая их часть – работники офисов, расположенных неподалеку) в них сохраняется лишь основной набор блюд, часть «станций» при этом закрыта.

Торговые центры премиум класса, арендаторами которых являются исключительно дорогие бренды, не применяют ни один из этих двух подходов. Взамен они привлекают к сотрудничеству несколько ресторанов, отвечающих потребностям целевой аудитории данного молла, являющихся представителями одной ценовой категории, но различных концепций. Такие рестораны расположены независимо друг от друга в пределах торгового центра и в большинстве своем являются заведениями высокой кухни (так организовано общественное питание в сети французских моллов «Galerie Lafayette», в торговом центре «Printemps»).

Для наиболее развитых стран Азии характерна организация обширных фуд-кортов в торговых центрах. Они обычно занимают целый этаж и могут включать до 30-40 операторов, которые дифференцируются не по названию или бренду, а по ассортименту предлагаемой продукции. Чаще всего международные бренды на таких фуд-кортах отсутствуют и ассортимент состоит преимущественно из блюд национальной кухни данного государства. Стоит отметить, что в некоторых торговых центрах кроме фуд-корта может присутствовать несколько ресторанов основных востребованных категорий: суши-бар, семейный ресторан, ресторан со шведским

столом и дорогой ресторан, подходящий для проведения деловых встреч (большинство моллов совмещены с офисными зданиями). По такому принципу организовано общественное питание в торговых центрах южнокорейской сети «Lotte», японской сети «Takashimaya».

Таким образом, система организации питания посетителей в торговых центрах Европы и развитых стран Азии основана на общности целевых аудиторий торгового центра и расположенных в нем предприятий общественного питания и ориентирована на наиболее полное удовлетворение потребностей большей части целевой аудитории молла.

Данные принципы должны быть учтены при планировании системы общественного питания в любом торговом центре. В условиях, сложившихся на рынке коммерческой недвижимости г. Хабаровска, наиболее оптимальной может стать концепция фуд-корта. Во-первых, в последние годы динамичнее всего развивается сегмент недорогих предприятий общественного питания [Современный ресторан]. Во-вторых, в торговых центрах операторы предпочитают снимать площади размером от 20 до 80 м² [Современный ресторан], что явно недостаточно для устройства полноценного кафе или ресторана, а организация фуд-корта в таком случае позволит привлечь большее число операторов. В-третьих, данная концепция еще не применялась в Хабаровске, и в силу своей необычности может стать весьма привлекательной для местного потребителя.

Список литературы:

1. Классификация торговых центров: Россия, Европа, Америка // Управление магазином. 2008. №7. С. 50-56.

2. Ремнева К. Сытное место / К. Ремнева // Молл. 2004. №9. С. 38-40.

3. Харламова Т. Новые форматы заведений: выгода и перспективы / Т. Харламова // Современный ресторан. 2008. №2. С.21-24.

4. Уокер Дж. Введение в гостеприимство : учеб. пособие / Дж. Уокер. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 607 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Костевская Е.К., Мартынюк Г.К.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КАК УНИВЕРСАЛЬНАЯ АНТИКРИЗИСНАЯ МЕРА

Сегодня финансовый кризис признали все. Из «виртуальной» для большинства области фондового рынка, он перекинулся в сферу реальной экономики.

Если раньше большинство компаний и предприятий активно питались кредитами, то сейчас воспользоваться ими стало сложнее, что привело к резкому увеличению кредиторской и дебиторской задолженности.

Для предприятия, особенно в условиях кризиса, очень важно не допустить необоснованного увеличения дебиторов и суммы их долгов, избегать дебиторской задолженности с высокой степенью риска, вовремя выставлять платежные счета, следить за сроками их оплаты и своевременно принимать меры по истребованию просроченной задолженности. В то же время нужно очень внимательно относиться к расчетам с кредиторами, своевременно возвращать им долги, иначе предприятие может потерять доверие своих поставщиков, банков и других кредиторов, будет иметь штрафные санкции по расчетам.

Существует множество рекомендаций по организацию процесса управления задолженностью, но они не систематизированы и носят разрозненный характер.

Исследование дебиторской задолженности проводилось на примере общества с ограниченной ответственностью «Столица».

Рассмотрим основные направления недопущения и сокращения дебиторской задолженности.

1 шаг. Этап заключения договора

Не допустить дебиторскую задолженность можно проявив осмотрительность при заключении договора.

Самым первым шагом в организации должно быть создание кредитного лимита. Кредитный лимит может создаваться отдельно по покупателю, а также в целом по организации. Следует учесть, что в условиях кризиса, если раньше и он был установлен, то его нужно пересмотреть.

Компании так же можно предложить составления рейтинга покупателей. На основе ранжирования организациям – покупателям выставляются баллы. Если покупатель набирает более 50%, то с ним можно заключать договор. Если же компания набрала менее 50% от обшей суммы балов, то можно предложить покупателю заключить договор поручительства.

2 шаг. Дебиторская задолженность возникла. Досудебное урегулирование

1) Необходимо проводить анализ. Это может быть как определение абсолютных, так и относительных отклонений: по сроку образованию, сумме, контрагенту и оценку оборачиваемости как дебиторской, так и кредиторской задолженности

Организации выгоднее урегулировать сложившуюся ситуации с конкретным покупателем, чем обращаться в суд.

Бартер. При отсутствии или ограниченном количестве денежных средств урегулировать дебиторскую задолженность можно через товарообменные операции (бартерные сделки).

Зачет взаимных требований. Продавец и покупатель, у которых есть обоюдные поставки, могут произвести взаимозачет при условии, что срок оплаты долгов наступил (ст. ст. 153, 410 ГК РФ). Если обязательства не равны, зачет может быть проведен на сумму наименьшей задолженности.

Все чаще говорят о таком термине как реструктуризация. Реструктуризация задолженности – это процесс подготовки и исполнения ряда последовательных сделок между предприятием и его кредиторами и дебиторами. Предприятие стремится получить различного рода уступки со стороны кредиторов, предлагая взамен либо активы, либо всевозможные соглашения, которые значительно увеличивают вероятность платежей по задолженности. Уступки кредиторов могут включать

сокращение общей суммы задолженности, освобождение от уплаты процентов, сокращение процентной ставки, отсрочки платежа и т.д. Это оптимальное решение, если должником является долговременный деловой партнер или стратегически важный покупатель.

Новация

Прекратить обязательство можно, произведя новацию долга. При новации новое обязательство должно всегда предусматривать другой способ исполнения. Например, обязательство дебитора оплатить товар деньгами может быть заменено обязательством «оплатить» его другим товаром, выполнением работ, оказанием услуг, передачей ценных бумаг.

Если все же покупатель отказался платить или ожидать оплаты бессмысленно, можно продать долг. Для продажи долга нужно, чтобы задолженность была бесспорной, а вероятность ее взыскания – высокой или средней.

3 шаг. Обращение в суд. Данный шаг следует выполнять только после проведения всех возможных процедур по истребованию задолженности.

Обратиться в суд можно по нескольким причинам: для инициирования процедуры банкротства либо для возврата долга.

Взыскать долг через суд. Обращаются в суд в следующих ситуациях:

– должник не признает долг или имеет встречные претензии к кредитору;

– должник признает долг, не имеет претензий к кредитору, обладает активами, достаточными для погашения обязательства, но не желает платить или требует от кредитора льготных условий поставок;

– дебитор находится в предбанкротном состоянии.

При подготовке к суду составляется исковое заявление, к которому прилагают необходимые документы, подтверждающие факт образования долга и его размер. Документы сдаются в канцелярию суда или направляются по почте.

Дополнительно стимулировать должника к погашению долга могут:

– инициация процедуры банкротства в отношении должника;

Банкротство – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов. Для признания юридического лица банкротом необходимо, чтобы должник соответствовал определенным внешним признакам: невозможность удовлетворить требования; требования к юридическому лицу должны составлять более 100 000 руб.

Еще одной мерой (негативной) может стать списание дебиторской задолженности. Однако и здесь нужно учесть следующее: списанная дебиторская задолженность

уменьшает налогооблагаемую прибыль фирмы (при условии, что она списана в связи с истечением срока исковой давности или невозможностью ее взыскания). Поэтому списать задолженность выгоднее в том периоде, когда у фирмы есть прибыль, которая больше суммы задолженности. В этом случае при списании задолженности фирма сэкономит на налоге на прибыль.

Списывать невыгодно, если фирма получила убыток или прибыль, которая меньше размера долга. Невыгодно списывать долг, если известно, что должник все-таки перечислит деньги. В этом случае после поступления денег фирме придется заплатить налог на прибыль со всей поступившей суммы.

В этих двух случаях есть смысл продлить срок исковой давности.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть 1) от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ (в редакции от 27.12.2009 г. № 352 – ФЗ).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (Часть 2) от 05 августа 2000 года (в редакции от 27 декабря 2009 г. № 368 – ФЗ).

3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 24 мая 1996 г. (в редакции от 29.12.2009 г. № 383-ФЗ).

4. Агеева Е. Контрагент мне друг, но дебиторская задолженность дороже / Е. Агеева // Консультант. 2009. №1.

5. Воробьев С. Работа с дебиторами – игра на опережение / С. Воробьев // Консультант. 2009. №21.

6. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учебник / Л.И. Кравченко. 8-е изд., испр. и доп. М. : Новое знание, 2005. 512 с.

7. Лысенко Д. Пути выхода из финансового кризиса / Д. Лысенко // Аудит и налогообложение. 2009. №9.

8. Рубцова Е. А., Фомичева Л. П. Антикризисные меры: управление дебиторской задолженностью / Е.А. Рубцова, Л.П. Фомичева // Налоговый вестник. 2009. №6.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Костевская Е.К., Соколова Н.О., Раевская О.Г.

АНАЛИЗ РЫНКА БУХГАЛТЕРСКОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ Г. ХАБАРОВСКА

На рынке программных продуктов г. Хабаровска имеется много готовых программных продуктов по бухгалтерскому учету, самых разнообразных по качеству, функциональному назначению и стоимости. Целью исследования являлась группировка бухгалтерского программного обеспечения и их поставщиков, а также предложены пути решения проблем рынка г. Хабаровска.

Способами сбора информации для анализа стали: анкетирование, телефонный обзвон, электронная почта. Анализ был проведен на основе данных 104 предприятий г. Хабаровска.

– Особенностью рынка бухгалтерских программ г. Хабаровска, является то, что используемое программное обеспечение для автоматизации бухгалтерского учёта схоже как для малых, так и для средних организаций поэтому возникла целесообразность в объединении этих двух групп.

Для малых предприятий:

– «1С» – на сегодняшний день это самый известный и продаваемый продукт как по всей России в целом, так в частности и в г. Хабаровске.

Самыми крупными франчайзи, внедряющие «1С:Предприятие 8» и «1С:Предприятие 7.7» в г. Хабаровске являются: «Софт-Сервис ДВ» (статус-Центр

компетенции по производству, статус –договор «О создании Центра компетенции по строительству»), «Ажур-Консалтинг. ВЦ» (статус – кандидат в Центр компетенции по производству, статус-Центр компетенции по торговле), «Проекты и Решения», «Автоматизация ДВ», «ИП Кутний Алексей Николаевич», «Русские Информационные Финансовые Системы (РИФС)», «Франчайзи Восток», «АНИТ», «Инфолайн Консалтинг», «Инком», «Юлди», «Солитек ДВ», «Ка-трейд», «Секрет фирмы», «Дальсофт», «ПРОФИТ ДВ», «Логия», «Хабаровскпресс», «Центр автоматизации бизнеса», «Эксперт», «Юманс филиал в г. Хабаровск»

Единственным региональным дистрибьютором в г. Хабаровске является «1С-ДВ».

– «БЭСТ» В ходе анализа было выявлено, что клиенты компании работают в различных областях: 80% из них являются бюджетными организациями, а 20% – различные коммерческие структуры.

Продукция компании «БЭСТ», хотя и присутствует на нашем рынке около четырех лет, до сих пор в Хабаровске является малоизвестной по сравнению с той же 1С. «Интеллект-Сервис» пытается исправить создавшееся положение путём проведения семинаров (последний был 14 ноября 2009 г в г. Хабаровске под названием «Программы серии «БЭСТ» как инструмент управления современным предприятием»), пресс-конференций и изменениями маркетинговой политики. Кроме того, партнером в Хабаровске является БЭСТ-Инфо (статус-диллер).

– «Парус» – это семейство программ для автоматизации финансово-экономической деятельности предприятий и организаций любой формы собственности.

Разработчиком данной программы является корпорация «Парус». Дальневосточное региональное отделение Корпорации Парус ООО «Программные продукты Парус» г. Хабаровске было открыто 2 декабря 1994 г., целью деятельности которого является построение эффективного бизнеса клиентов на базе современных информационных технологий. Также хабаровскими партнерами являются: ООО «Лидер-Софт», ООО «Парус-Восток».

– «Инфо-бухгалтер» – данная программа является учетно-аналитическим инструментом, с помощью которого комплексно решаются учетные задачи предприятия.

В г. Хабаровске дилером, реализующим данную программу, является фирма ООО «Ультра Плюс».

– «БухСофт» – программы данной серии одни из первых условно бесплатных программ для автоматизации бухгалтерского учета на рынке, которые не только

охватили практически все участки автоматизации учета предприятия и предпринимателей, но и свободно представлены для скачивания в Интернете.

Поставщиком в г. Хабаровске данной программы является ООО «Компьютер-ДВ».

– Далее рассмотрим программное обеспечение для автоматизации бухгалтерского учёта используемое крупными предприятиями.

– «Галактика» – данная программа была разработана в 1970-е годы. Это – тиражно-заказной продукт.

Данная программа предлагается корпорацией «Галактика». По данным исследования корпорация осуществляет свою деятельность в г. Хабаровске через региональное представительство ООО «Новый Атлант».

– «ПАРУС» – данная программа была отмечена при рассмотрении программного обеспечения для малых и крупных организаций, но при анализе было выявлено, что данная программа наиболее часто используется крупными организациями.

– Для обеспечения потребностей различных предприятий Microsoft предлагает на территории России следующие продукты.

1) Microsoft Dynamics AX (в России наиболее известна под названием «Аксапта») – данная программа охватывает все области менеджмента: производство и дистрибуцию, цепочки поставок и проекты, финансы и средства бизнес-анализа, взаимоотношения с клиентами и персоналом;

2) Microsoft Dynamics NAV – интегрированная комплексная система управления предприятием. Она объединяет возможности финансового управления, анализа состояния бизнеса, управления производством, дистрибуцией, электронной коммерцией и взаимоотношениями с клиентами.

Что касается рынка г. Хабаровска, то последний представленный продукт предприятиями практически не применяются.

Внедрением Microsoft Dinamics AX; Microsoft Dynamics NAV занимается в г. Хабаровске ЗАО «Ланит-Партнер». Хотелось бы отметить, что у компании имеется торгово-выставочный зал: по улице Запарина, 137.

В ходе анализа была выявлена одна из самых важных проблем рынка бухгалтерских программ – это отсутствие информированности у потенциальных пользователей.

Таким образом, мы пришли к мнению, что в нашем городе необходимо провести ряд мероприятий:

1) Организовать постоянно действующие выставки бухгалтерских программ.

Для этого необходимо изучить, проанализировать и применить опыт стран и городов России, где ежегодно проводятся похожие мероприятия.

2) Следующим этапом, по нашему мнению, должна быть разработка научно-консультационного центра.

Целью создания научно-консультационного центра является – организация профессиональных консультаций программистов, бухгалтеров и других экспертов в области бухгалтерского программного обеспечения.

3) В связи с тем, что с каждым днём всё большую популярности приобретает сеть Internet, поэтому представилась возможность создания единого информационного ресурса о производимых бухгалтерских программах как всего мира в целом, так и в частности России путём разработки сайта.

Целью всех этих мероприятий является предоставление пользователям бухгалтерских программ объективной, оперативной и достоверной информации.

Список литературы:

1. Фёдорова Г. В. Информационные технологии бухгалтерского учёта, анализа и аудита : учебное пособие. М. : Омега-Л, 2008. 304 с.

2. URL: http://www.1c.ru/ (дата обращения 21.03.2010).

3. URL: http://www.buhsoft.ru/ (дата обращения 22.03.2010).

4. URL: http://www.modus.ru/cd/23 (дата обращения 24.03.2010).

5. URL: http://parus-buh.narod.ru/buh.htm(дата обращения 24.03.2010).

6. URL: http://parus-soft.narod.ru/ (дата обращения 25.03.2010).

7. URL: http://www.galaktika.ru/ (дата обращения 25.03.2010).

8. URL: http://www.andproject.ru/axapta/ (дата обращения 28.03.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Костылева С.А., Ковалева Т.В.

ПРОЕКТ СОЗДАНИЯ ЭТНОКУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСА

Село Усть-Нюкжа – один из немногих в Амурской области районов компактного проживания коренного малочисленного народа Крайнего Севера эвенков.

Эвенкийский народ, проживающий в тесном контакте с природой, имеющий свою, уникальную культуру, переживает не лучшие времена. Помимо общероссийских социальных и экономических проблем эвенки должны решить свою, локальную проблему выхода из сильнейшей ситуации, связанной с угрозой утраты национально – культурной самобытности, стремительной ассимиляции в другую культуру. Социальные негативы: криминал, пьянство, безразличие к собственным детям дополняются забвением родного языка, традиций, утратой уважения к собственному народу.

Ключевая идея нашего проекта в том, что дальнейшая этническая судьба коренных малочисленных народов зависит, в первую очередь, от степени сохранения и развития традиционных отраслей и культурных традиций.

Вместе с тем, при наличии достаточного количества нормативно-правовых актов, федеральных и областных программ по развитию территорий проживания коренных малочисленных народов, многими исследователями, главами родовых общин отмечается низкий уровень фактической государственной поддержки по возрождению коренных народов Севера.

Предлагаемый к рассмотрению проект является инициативным авторским проектом по улучшению жизни эвенков отдельного конкретного села Усть-Нюкжа Амурской области. В связи с этим предлагаемые в проекте пути сохранения самобытности и культурного наследия эвенкийского народа по нашему мнению являются как никогда актуальными, своевременными и представляют теоретический и практический интерес.

Исходя из позиций актуальности данного проекта, автором сформулированы следующие цели его разработки:

1. Развитие этнотуризма на территории села Усть-Нюкжа, а также создание привлекательного бренда данной территории;

2. Сглаживание острой социально-экономической ситуации в селе Усть-Нюкжа и, как следствие, повышение общего уровня жизни населения;

3. Сохранение и развитие культуры эвенкийского народа, а также привлечение внимания к проблемам коренных малочисленных народов Севера.

Выделенные цели предопределили соответствующие задачи:

1. Выявление привлекательных для туризма природных и культурных объектов, расположенных на территории села Усть-Нюкжа;

2. Содействие развитию национальных видов деятельности эвенков (оленеводства и промыслов);

3. Стимулирование активности инвесторов, заинтересованных в данном виде предпринимательства.

Этапы проведенного исследования:

1. Проведен анализ текущего уровня социально-экономического развития села и жизни эвенков.

2. Определены цели и задачи проекта.

3. Разработано содержание проекта, запланирован срок его реализации.

4. Предложен план и механизм реализации проекта, схема управления проектом.

5. Проведено финансово-экономическое обоснование проекта, рассчитан срок окупаемости, предложены направления для дальнейшего развития проекта (потенциал его развития).

Основное направление деятельности представленного проекта – этнотуризм, основной целью которого является посещение мест компактного проживания народов и народностей.

Сильной стороной проекта является уникальный природный комплекс, практически «нетронутая» цивилизацией природа, экологически чистый район, красивейшие уголки природы. Помимо основного назначения проекта – удовлетворение потребности

туристов в знакомстве с культурой и традициями эвенков, в ходе функционирования этнокультурный комплекс направлен также и на попутные цели, такие как рекреация, занятие необычной деятельностью (приключения), посещение мест дикой природы (экотуризм). Посещение туристов предполагается в групповой форме по 10-12 человек на 4 дня.

Представленный в данном проекте этнокультурный комплекс состоит из двух дестинаций – мест туристического назначения – первичной и вторичной.

1. Вторичная дестинация (остановка в пути) – место, в котором неизбежна остановка на пути к первичной дестинации. В рамках проекта вторичной дестинацией выступает село Усть-Нюкжа.

Во время нахождения туристов в этом населенном пункте им может быть предложена следующая программа: посещение МОУ «Усть-Нюкжинская СОШ» с прохождением эвенкийского обряда очищения и встречи гостей; выступление местного национального коллектива «Гудяй дуннэ», экскурсия в школьный этнографический музей и посещение национальной мастерской.

2. Первичная дестинация – это территория, предлагающая определенный набор услуг, которые отвечают потребностям туриста, и являющаяся целью его путешествия. В данном проекте для первичной дестинации предлагается таежный производственный участок в 20 километрах от села Усть-Нюкжа, который предполагается оформить в виде двух зон.

В зоне непосредственного расположения туристов будут находиться жилой корпус, баня с парилкой, столовая и кухня, спортивная площадка. Основное назначение данной территории – это обеспечение условий для комфортного проживания туристов.

Зона расположения родовой общины будет состоять из юрт и палаток, а также загона для оленей. Основное назначение данной территории – это знакомство с жизнью эвенков в естественных условиях обитания, их культурой и традициями.

Одной из положительных сторон проекта является частичное наличие готовой материальной базы в собственности колхоза, школы и администрации.

Преимуществом данного проекта является также то, что концепция этого проекта была представлена автором для обсуждения в Администрацию Усть-Нюкжинского сельсовета, на заседании которого было получено положительное заключение о возможности реализации проекта на территории села. По мнению Главы Усть-Нюкжинского сельсовета цели и задачи проекта соответствуют основным направлениям социально-экономического развития села Усть-Нюкжа на 2010-2013 гг. и на период до 2015 г. Проект способствует привлечению внимания общественности к

социальным, экономическим, экологическим, этнокультурным проблемам малочисленной коренной народности Севера – эвенков, содействует сохранению национальных традиций, позволяет создать дополнительные рабочие места, обеспечивает дополнительный доход в местный бюджет. Участниками заседания отмечена также доступность проекта, его реальность, возможность содействия со стороны администрации в его реализации.

В качестве организационно-правовой формы создания будущего комплекса автором предлагается ведение деятельности без образования юридического лица, т.е. в качестве субъекта индивидуального предпринимательства.

План реализации проекта:

1. Регистрация в качестве индивидуального предпринимателя.
2. Приведение имеющейся материально-технической базы в требуемое для нормального функционирования состояние.
3. Возведение строений на территориях дестинаций.
4. Налаживание информационных и производственных связей между всеми элементами комплекса.
5. Представление этнокультурного комплекса на рынке туристических товаров и услуг.
6. Набор персонала на договорной основе.

В нашем проекте наиболее важные объекты этнокультурного комплекса будут находиться в ведении индивидуального предпринимателя. Согласно проекту, он управляет всей первичной дестинацией, а также непосредственно самой организацией работы всего комплекса (согласует деятельность всех элементов комплекса, организует доставку, размещение и пребывание туристов, решает другие организационные вопросы). Под его руководством функционируют мини-завод по переработке оленины и национальная мастерская. Индивидуальный предприниматель сотрудничает с местными организациями, в ведении которых находятся объекты вторичной дестинации и которые отвечают за оказание туристических услуг на данной территории – МОУ «Усть-Нюкжинская СОШ» (выступление национального коллектива, экскурсия в музей и по селу и т.д.), колхозом «Нюкжа» (пилорама, свино- и звероферма, гостиница), администрацией сельского совета

Финансово-экономическое обеспечение проекта

Наиболее важным аспектом финансово-экономического обеспечения данного проекта представляется обоснование первоначальных капитальных вложений в проект и срока его окупаемости.

Предполагается, что источниками финансирования проекта будут являться:

– собственные средства индивидуального предпринимателя;

– кредитные средства;

– целевая поддержка за счет средств федерального бюджета, направленная на социально-экономическое и культурное развитие малочисленных народов, защиту их исконной среды обитания, традиционных образа жизни, хозяйствования и промыслов (в соответствии со ст. 5 ФЗ «О гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации» от 30.04.1999 № 82-ФЗ и Постановлением Правительства РФ от 10 марта 2009 года № 217 «Об утверждении Правил распределения и предоставления из федерального бюджета субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку экономического и социального развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации»);

Первоначальные вложения в проект составят: 1) затраты на ремонт и строительство объектов недвижимости – 1 млн. 870 тыс. руб.; 2) затраты на оборудование, мебель и т.д. – 3 млн. рублей; 3) затраты на рекламу – 1 млн. 600 тыс. руб.; 4) транспортные расходы –1 млн. руб. в год; 5) административно-хозяйственные расходы– 600 тыс. руб. в год; 6) арендная плата – 400 тыс. руб.; 7) функционирования мини-завода по переработке оленины – 2 млн. руб.; 8) фонд заработной платы с начислениями – на этапе подготовке к реализации проекта – 400 тыс.руб., начисления на ОТ – 136 тыс. руб., на этапе реализации проекта – 4 млн. 070 тыс. рублей в год, начисления на ОТ – 1 млн. 384 тыс. руб. Итого первоначальные вложения в проект составят – 10 млн. 376 тыс. руб. Все затраты были определены на основе действующих нормативов, тарифных ставок, расценок, рыночной стоимости оказания услуг (по видам услуг) по состоянию на февраль 2010 г.

Распределение по источникам средств: собственные средства индивидуального предпринимателя – 1 млн. 376 тыс. руб.; целевая поддержка за счет средств федерального бюджета – 4 млн. руб.; кредитные средства – 5 млн. руб.

Годовые доходы от реализации проекта составят:

- Доходы от работы мини-завода по переработке оленины – 4 млн. 600 тыс. руб.
- Доходы от туристического бизнеса – 11 млн. 250 тыс. руб.
- Доходы от национальной мастерской – 1 млн. 500 тыс. руб.

Итого планируемые годовые доходы по проекту составят 17 млн. 350 тыс. рублей.

Для обоснования целесообразности вложения средств в реализацию проекта рассчитан срок окупаемости проекта. Расчеты проведены с помощью дисконтирования

планируемых денежных потоков и определения чистой текущей стоимости проекта(NPV).

Таблица 1 – Расчет чистой текущей стоимости проекта и срока окупаемости

Показатели	Расчетный период (год)			
	1	2	3	4
Первоначальные капитальные вложения, тыс. руб.	-10 376			
Чистый денежный поток, тыс. руб.		2 922,7	5 254,3	8 736,5
Коэффициент дисконтирования (r)	1	0,869	0,756	0,657
Чистая текущая стоимость (NPVi)	-10 376	2541,5	3973,0	5744,4
NPV нарастающим итогом	-10 376	-7834,5	-3861,5	1882,9

Согласно данным таблицы, расчеты показывают, что положительная чистая текущая стоимость нарастающим итогом будет достигнута менее чем за 4 года реализации проекта, уточненный срок реализации – 3 года 8 месяцев.

По результатам проведенного финансово-экономического обоснования реализации проекта, считаем, что проект является выгодным для реализации на территории села Усть-Нюкжа Амурской области. Проект имеет три важных преимущества: уникальное месторасположение комплекса в красивейшем и экологически чистом районе; проект поддержан местной сельской администрацией; частичное наличие готовой материальной базы в собственности колхоза, школы и администрации.

В проекте предлагается один из вариантов стратегического развития муниципального образования Дальневосточного региона, направленный как на создание привлекательного бренда территории, так и на привлечение внимания к проблемам коренных малочисленных народов Севера, сохранение этнической самобытности эвенкийского народа.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ и от 30.12.2008 N 7-ФКЗ).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51–ФЗ (с изм. и доп. и по состоянию на 18.07.2009).

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117–ФЗ (с изм. и доп. по состоянию на 22.08.2009).

4. Федеральный закон «О гарантиях прав коренных малочисленных народов Российской Федерации» от 30.04.1999 № 82-ФЗ (с изм. и доп. по состоянию на 05.04.2009).

5. Федеральный закон «Об общих принципах организации общин коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации» от 20.07.2000 №104-ФЗ (с изм. и доп. по состоянию на 02.02.2006).

6. Федеральный закон «О территориях традиционного природопользования коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации» от 07.05.2001 № 49-ФЗ (с изм. и доп. по состоянию на 03.12.2008).

7. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 №129-ФЗ (с изм. и доп. по состоянию на 27.10.2008).

8. Постановление Правительства РФ от 10 марта 2009 года N 217 «Об утверждении Правил распределения и предоставления из федерального бюджета субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку экономического и социального развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации».

9. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 4 февраля 2009 г. N 132-р «Об утверждении Концепции устойчивого развития коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации».

10. Закон Амурской области «О гарантиях прав коренных малочисленных народов в Амурской области» от 25.10.2003 № 252-ОЗ.

11. Постановление Правительства Амурской области от 24.02.2009 № 64 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период 2009 – 2011 годы».

12. Баранов А. В., Болотин Д. П., Малиновский Ю. В. История Амурской области. Благовещенск: Изд-во БГПУ, 2005.

13.Бердник С. В. История Амурской области. Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2005 г.

14. Бикультурное образование как фактор развития учащихся. Благовещенск: Амурский ИППК, 2004.

15. Иванищенко В. Ф., Эколого-этнографический календарь эвенков Амурской области. Благовещенск: Амурский ИППК, 2007.

16. Костылева Н. П., Программа элективного курса по истории «Введение в этнографию: эвенки». Усть-Нюкжа, 2002.

17. Кузнецова Г. П., Учебное пособие по географии Тындинского района Амурской области (под ред. Шульмана Н.К.).Тында, 2001.

18. Санникова Т. С. Изучение культуры и быта жителей Амурской области. Благовещенск, Изд-во БГПУ, 2008 г.

19. Суляндзига Р. В., Кудряшова Д. А., Суляндзига П. В. Коренные малочисленные народы Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации. Обзор современного положения. М., 2003.

20. Шестак И. БАМ – лучшая дорога нашей жизни. Благовещенск, 2004.

21. Экономика и организация туризма: международный туризм / под ред. И. Я. Рябовой, Ю. В. Забаева, Е. Л. Драчевой. М. : Кнорус. 2007.

22. Архив совхоза «Ленин-Октон». Усть-Нюкжа, 1977 – 2009 гг.

23. Статистические данные правоохранительных органов ст. Юктали.

24. Годовые отчеты участковой больницы. Усть-Нюкжа, 1997-2009гг.

25. Отчеты администрации села. Усть-Нюкжа, 1997-2009 гг.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Кузьмина Л.А., Ихсанова Т.П.

МОБИЛИЗАЦИЯ ЗАЕМНЫХ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ НА ФОНДОВОМ РЫНКЕ

Для повышения эффективности производства в условиях развитой экономики особое значение имеет способность предприятий гибко использовать рыночные инструменты и механизмы в процессе финансирования своей хозяйственной деятельности.

Выбор источников финансирования зависит от многочисленных факторов, среди которых – размер предприятия, природа его рынков, отрасль и сфера деятельности, технологические особенности, специфика выпускаемой продукции, характер государственного регулирования и налогообложения бизнеса, связи с рынками и др.

Повышение эффективности бизнеса в отраслях промышленного комплекса невозможно только в рамках собственных ресурсов предприятий. Для расширения их финансовых возможностей необходимо привлечение дополнительных заемных средств с целью увеличения вложений в собственный бизнес, получения большей прибыли. В связи с этим управление формированием заемного капитала – одно из важнейших функциональных направлений регулирования корпоративных финансов.

Проблема обеспечения промышленного предприятия финансовыми ресурсами, как долгосрочного характера, так и краткосрочного характера является актуальной для осуществления процесса расширенного воспроизводства. Источниками заемного

капитала могут стать средства, привлекаемые на рынке ценных бумаг, и кредитные ресурсы. Выбор источника долгового финансирования и стратегия его привлечения определяют базовые принципы и механизмы организации финансовых потоков предприятия. Эффективность и гибкость управления формированием заемного капитала способствуют созданию оптимальной финансовой структуры капитала предприятия.

Таким образом, актуальность исследования обусловлена необходимостью дальнейшего всестороннего научного анализа управления формированием заемного капитала предприятия, которое оказывает непосредственное влияние на финансовый результат деятельности предприятия.

Выбор рационального источника финансирования деятельности предприятия определяется количественными (среди которых цена привлечения, требующая минимизации) и качественными (степень формализованности, персонификации, наличие нормативно-правовых барьеров и др.) показателями его доступности.

Использование беззалоговых инструментов является одним из способов снижения цены привлекаемых предприятием финансовых ресурсов. Риск ценной бумаги включает не только риск самого инструмента, но и риск фондовой инфраструктуры. Стратегия выхода предприятия на рынок публичных заимствований должна быть основана на поэтапном освоении финансовых инструментов.

На начальном этапе формирования кредитной истории предприятию целесообразно эмитировать такие ценные бумаги, которые позволяют максимально снизить транзакционные издержки выпуска и обращения, а в условиях сформировавшейся (положительной) кредитной истории – ценные бумаги с минимальной премией инвесторам за риск.

Вопрос «где взять деньги?» всегда актуален для финансового директора и собственника компании. До недавних пор основным инструментом привлечения денежных средств был банковский кредит. Банковский кредит не всегда дает возможность привлечь значительную сумму средств на необходимый период времени и по приемлемой для бизнеса стоимости. Сегодня развитие фондового рынка предоставляет новую возможность для финансирования компании – выпуск векселей и корпоративных облигаций.

Некоторые компании предпочитают начинать сразу с облигационного займа. Как правило, это крупные отраслевые предприятия, которые десятки лет работают в своих нишах. Естественно, инвесторы имеют определенную информацию об этих предприятиях и готовы покупать предлагаемые ценные бумаги. Однако первичное

размещение всегда обходится заемщику дороже, пока бумага не станет известной на рынке, не станет минимально ликвидной. Пройдет не менее года, прежде чем заемщик может рассчитывать на более низкую стоимость привлекаемого ресурса.

Если говорить о молодых компаниях, то первичное размещение облигационного займа не может быть гарантировано. Компания должна начинать с небольших вексельных траншей, для того чтобы познакомить рынок со своим предприятием, максимально раскрывая рынку информацию о себе.

Выпуск векселей позволяет компании решать ряд важных задач как стратегического, так и тактического характера. Принимая решение о выпуске векселей в первый раз, компания должна учитывать, что, возможно, затраты по привлечению средств будут сравнимы с процентами по кредиту, который можно было бы получить на такой же срок и в таком же размере.

Стоимость вексельных займов дороже облигационных займов. Однако к этому необходимо подходить как к долгосрочным инвестициям в свою публичную историю, которая уже через год позволит разместить облигации намного дешевле и окупить понесенные расходы.

Задачу размещения вексельных займов невозможно решить без привлечения профессионального участника фондового рынка, имеющего опыт в организации вексельных программ, который является проводником и посредником в знакомстве рынка с компанией. Он предлагает своим постоянным партнерам: инвестиционным компаниям и банкам ценные бумаги, результаты проведенного финансово-экономического анализа. Эту информацию он излагает в информационном меморандуме, который предоставляется инвесторам.

Стоит также отметить, что вексельный заем является беззалоговым, что очень важно, и означает отсутствие зависимости от отдельно взятого кредитора.

В то же время облигация – весьма жесткое долговое обязательство: осуществляя эмиссию облигаций, эмитент несет определенные риски, и всегда существует вероятность того, что облигационный займ не будет успешным, т.е. сам факт эмиссии облигаций еще не гарантирует их размещения на разработанных эмитентом условиях.

В связи с этим, рассматривая финансовые возможности облигаций, следует учитывать противоречивый характер интересов эмитента и инвесторов. Поэтому при организации облигационных займов, в процессе конструирования ценных бумаг важно уметь найти «золотую середину», обеспечить баланс этих интересов на основе комплексного анализа преимуществ и недостатков данного финансового инструмента.

В заключение хотелось бы отметить, что выпуск облигаций в 99% случае сопряжен с привлечением андеррайтеров, финансовых консультантов, организаторов выпуска и платежных агентов, без которых предприятию проблематично ориентироваться в текущей конъектуре и требованиях фондового рынка.

Таким образом, облигационные займы могут стать одним из наиболее эффективных инструментов привлечения, аккумуляции средств как для реализации средне- и долгосрочных программ, так и для решения текущих проблем реального сектора. В стабильной экономической ситуации корпоративные облигации могут быть привлекательны для частных инвесторов (населения) как реальная альтернатива наличной иностранной валюте, для коммерческих банков и профессиональных участников рынка ценных бумаг – как удобный вариант размещения рублевых ресурсов, для иностранных инвесторов – как способ осуществления портфельных инвестиций в российские предприятия.

Список литературы:

1. Дирков И. Практика выхода средних предприятий на рынок публичных заимствований // Рынок ценных бумаг. 2004. № 1 (266). С.15-17.

2. Коломина М.Е.Формирование портфеля ценных бумаг: учебное пособие. М. : Финансовая Академия при Правительстве РФ, 1995. 47с.

3. Лялин С. Перспективы развития российского рынка корпоративных облигаций // Финансовый бизнес. 2009. №11. С. 30

4. Миронов В. Облигации спасут российский фондовый рынок // Рынок ценных бумаг. 2006. № 7. с. 14.

5. Модильяни Ф., Миллер М. Сколько стоит фирма? М. : Дело. 1999.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Кузьмина Н.А., Мармило М.С.

ГЕНЕЗИС ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ И ОРГАНОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В СССР И РОССИИ

Актуальность исследования системы управления финансами нашей страны обусловлена, прежде всего тем, что проблемы финансового оздоровления волнуют сегодня абсолютно всех, так как все происходящее в настоящее время в финансовой сфере деятельности теснейшим образом связано с личным благополучием каждого.

Рыночная экономика, при всем разнообразии ее моделей, известных мировой практике, характеризуется тем, что представляет собой социально - ориентированное хозяйство, дополняемое государственным регулированием. Регулируя и направляя потоки денежных средств для образования денежных фондов, которые затем используются на нужды общества, государство перераспределяет стоимость валового национального продукта, стимулирует или, наоборот, сокращает деятельность по определенным направлениям хозяйствования[2].

К сожалению, в период перехода к рыночным отношениям, правительство России не избежало множества промашек. Развал СССР, инфляция, стремительный рост цен, дефицит бюджета, падение рубля, финансовые кризисы – все это за несколько лет привело нашу страну чуть ли не к краху. Но все же переход к рыночным отношениям означал новый этап в истории России и как бы он плохо не начался, он развивается, экономика и остальные ее секторы возрождаются, в новой финансовой системе есть и свои плюсы, причем, значительные. Но любые преобразования должны основываться

на опыте предыдущих поколений, анализируя его в целях недопущения прошлых ошибок[2].

В СССР, используя административно – командную систему управления экономикой, применялась планово-директивная финансовая политика. Основанная на государственной собственности на средства производства, плановая система управления позволяла осуществлять прямое директивное руководство всеми сферами экономики и социальной жизни, в том числе и финансами. Цель финансовой политики в тех условиях – обеспечение максимальной концентрации финансовых ресурсов у государства для их последующего перераспределения в соответствии с основными направлениями государственного плана.

В соответствии с поставленной целью финансовой политики СССР был создан и финансовый механизм, основной задачей которого было создание инструментов, при помощи которых производится изъятие всех неиспользуемых в соответствии с государственным планом финансовых ресурсов. Изъятие средств производилось у государственных предприятий, населения и органов местной власти.

Расходы бюджетов определялись исходя из приоритетов, установленных государственным планом. Средства выделялись на затраты, как правило, без их увязки с возможным получаемым эффектом. В то же время покрытие расходов на социальные нужды осуществлялось остаточным методом по минимальным нормам, что отрицательно сказывалось на развитии социальной сферы.

Управление финансами осуществлялось из единого центра – Министерства финансов, которое занималось всеми вопросами использования финансового механизма в народном хозяйстве. Других управленческих органов в области финансов не существовало.

Министерство финансов являлось союзно-республиканским. Это означало, что оно руководит финансами через министерства финансов союзных республик, которым в свою очередь были подчинены органы государственного страхования, министерства финансов автономных республик, а также финансовые отделы (управления) исполнительных комитетов Советов народных депутатов. Министерство финансов составляло проект государственного бюджета СССР и несло ответственность за его исполнение как по доходам, так и по расходам[4].

Планово-директивная финансовая политика применялась практически во всех бывших социалистических странах. Она показала свою достаточно высокую эффективность в годы, когда требовалась максимальная концентрация финансовых ресурсов для финансирования чрезвычайных расходов государства. В то же время

использование такой финансовой системы и указанного механизма управления финансами в условиях нормального функционирования экономики привело к отрицательным последствиям: снижению эффективности производства, замедлению развития социальной сферы общества, резкому ухудшению финансового положения государства.

Современная финансовая система существенно изменилась и, соответственно, требует другого подхода к организации управления.

Отказ во второй половине 80–х годов от монополии государственной собственности на средства производства стал причиной кризиса планово–директивной финансовой политики СССР. В 1991–1996 гг. стала проводиться принципиально новая финансовая политика, базирующаяся на использовании элементов рыночного механизма и системе государственного регулирования экономики.

Основа современной финансовой политики – это признание свободы предпринимательской деятельности, введение разнообразных форм хозяйствования, приватизация государственной собственности и переход к смешанной экономике, базирующейся на умелом сочетании частных и государственных хозяйствующих субъектов.

Главная цель управления финансами, которая сегодня стоит перед нашей страной - достижение финансовой устойчивости экономики и финансовой независимости государства[2].

На основе всего вышеперечисленного разрабатывается принципиально новый финансовый механизм. Государство отказалось от директивного руководства внутрихозяйственными отношениями на предприятиях и перевело их отношения с бюджетом на налоговую основу, которая поставила заслон произвольному изъятию доходов.

Кардинально изменилась система управления финансами со времен СССР. На смену единому органу управления – Министерству финансов пришла целая система специализированных финансовых и контрольных органов. Наряду с развитием государственных органов контроля широкое развитие получил независимый аудиторский финансовый контроль.

Управление финансами в Российской Федерации прежде всего осуществляют высшие законодательные органы власти: это Федеральное Собрание и его две палаты – Государственная Дума и Совет Федерации. Такое управление имеет место при рассмотрении и утверждении федерального бюджета России и утверждении отчета о его исполнении. Федеральное Собрание рассматривает также законы о налогах, сборах

и обязательных платежах. Кроме того, оно устанавливает предельный размер государственного внутреннего и внешнего долга, тогда как в СССР все решения принимались Верховным Советом СССР.

Министерство финансов России, его органы на местах, а также службы, находящиеся в его ведении: Федеральное казначейство, Федеральная налоговая служба, Федеральная службы страхового надзора, Федеральная служба финансово-бюджетного надзора, Федеральная служба финансово-бюджетного надзора, которые разделили функции Министерства финансов бывшего СССР и помимо этого, их расширили.

Существенно изменилась система управления бюджетными средствами, произошел переход от банковской к казначейской системе управления. Особое значение приобрела система единого казначейского счета.

Сегодня деятельность органов управления финансами направлена на решение современных задач в рамках реализации финансовой политики, которые ежегодно находят свое отражение в Бюджетном Послании Президента Федеральному Собранию РФ, так в этом документе на 2010-2012 гг. определены направления укрепления составляющих финансовой политики: бюджетной, налоговой, социальной и др. в виду изменения финансового положения страны[1].

Таким образом, мною был рассмотрен генезис финансовой политики и органов управления финансами в СССР и России, в связи с чем можно сделать вывод о том, что любые изменения, осуществляемые в государстве органами управления должны пройти качественный анализ развития предыдущих периодов, что позволяет выявлять как негативные, так и позитивные тенденции и методы их реализации.

Список литературы:

1. Бюджетное послание Президента РФ Федеральному Собранию от 25.05.2009 «О бюджетной политике в 2010 – 2012 годах».

2. Дробозина Л.А. Финансы, денежное обращение и кредит. М. : ЮНИТИ, 1997.

3. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник / под ред. М. В. Романовского, О. В. Врублевской. М. : ЮРАЙТ, 2008.

4. Государственный бюджет СССР. М. : Финансы и статистика. 1991. С.171.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Куриленко Е.А., Покрашенко О.Е.

ОСНОВНЫЕ ФОНДЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Основные средства (часто называемые в экономической литературе и на практике основными фондами) являются одним из важнейших факторов производства, и грамотное управление ими способствует повышению эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Цель данной работы – поиск путей повышения эффективности использования основных фондов на выбранном предприятии.

В рамках этой цели необходимо решить следующие задачи:

– провести анализ наличия, движения, состояния и эффективности использования основных фондов,

– оценить эффективность налогообложения основных фондов на предприятии;

– выработать мероприятия, ведущие к улучшению эффективности хозяйственной деятельности предприятия.

Предметом исследования являются основные фонды и их использование на выбранном предприятии.

Объектом исследования выступает ООО «Центральный универмаг», г. Хабаровск. Основным видом деятельности общества является сдача в аренду нежилых помещений

и их обслуживание. Т.е. от эффективного использования основных фондов напрямую зависят доходы общества и его финансовый результат.

Традиционно анализ основных фондов производится по нескольким направлениям, разработка которых в комплексе позволяет дать оценку структуры, динамики и эффективности использования основных средств [3, 4, 5]. Это анализ состава и структуры основных фондов, анализ их движения, анализ показателей эффективности использования; анализ использования времени работы оборудования; интегральная оценка использования оборудования.

Для анализа основных фондов нами использованы данные о наличии основных средств, рабочем времени и простоях оборудования; сведения о выпуске продукции (работах, услугах), содержащихся в первичных документах, бухгалтерских регистрах и отчетности. Источниками информации для проведения анализа выступили: формы форма № 1 и № 5 бухгалтерской (финансовой отчетности предприятия за 2009 год; бизнес-план предприятия на 2010 год, данные о переоценке основных средств; инвентарные карточки учета основных средств и другие документы из системы бухгалтерского учета ООО «Центральный универмаг».

По итогам анализа мы пришли к выводу, что предприятие обеспеченно основными фондами, которые находятся в хорошем состоянии. В целом предприятие использует основные средства эффективно, однако в рассматриваемых периодах оборудование было загружено не полностью, т.е. существуют потери времени работы оборудования, что отрицательно влияет на эффективность работы. Таким образом, ООО «ЦУМ» необходимо установить дополнительный контроль за временем работы и ремонта оборудования, чтобы исключить непроизводительные потери.

Следующим этапом стала оценка применяемой предприятием системы учета и налогообложения основных средств. В результате было выявлено, что предприятие является плательщиком налога на имущество организаций и налога на прибыль, на исчисление которых непосредственно влияют способы бухгалтерского и налогового учета основных средств. На настоящий момент ООО «ЦУМ» основные средства, включая помещения сдаваемые в аренду, учитываются на счете 01 «Основные средства» и подпадают под налогообложение налогом на имущество. Для целей исчисления налога на прибыль применяется линейный способ, без применения амортизационной премии. Для того, чтобы снизить налоговую нагрузку на предприятии и увеличить размер чистой прибыли, мы предлагаем следующие мероприятия.

По результатам оценки эффективности налогообложения основных фондов на предприятии мы предлагаем следующее. Для снижения платежей по налогу на имущество нами предложено выделить сдаваемые в аренду площади как отдельный инвентарный объект. Если общество применит предложенное, то общий эффект за весь срок использования объекта составит 37 млн. руб. снижения налоговых платежей. По вновь приобретенным основным средствам нами предлагается применять амортизационную премию для целей обложения налогом на прибыль и применение способа уменьшаемого остатка с коэффициентом 3 в бухгалтерском учете, что приводит к увеличению сумм амортизации, списываемых на расходы в первые годы эксплуатации основных средств. Если рассмотреть дисконтированный эффект от увеличения расхода на амортизацию, увеличение расхода приведет к тому, что общество сэкономит 1,7 млн. платежей по налогу на прибыль и 6,9 млн. руб. по налогу на имущество.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс РФ (часть вторая), утв. Федеральным законом от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (с изменениями от 5 апреля 2010 г.).

2. Положение по бухгалтерскому учету 6/01 «Учет основных средств», утв. Приказом Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26н (с изменениями от 27 ноября 2006 г.)

3. Любушин Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : учебни. М. : ЮНИТИ, 2002.

4. Маркарьян Э. А. Финансовый анализ : учебное пособие. М. : КНОРУС, 2009.

5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие. М. : ИНФРА-М, 2007.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Левошко Е.А., Байбородина В.Г.

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОСВОБОЖДЕНИЯ И ВОЗМЕЩЕНИЯ АКЦИЗА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ НА ЭКСПОРТ

Российское налоговое законодательство закрепляет ряд льгот и освобождений от уплаты налогов при осуществлении реализации товаров на экспорт, что, в свою очередь, должно стимулировать спрос на российский товар и благоприятно сказываться на российских предприятиях-экспортерах.

Главной проблемой в сфере налогообложения остается уклонение налогоплательщиков от уплаты налогов и сборов, предусмотренных налоговым законодательством. Поэтому в целях избежания применения налогоплательщиками данных льгот в качестве уклонения от уплаты налогов и применения серых схем лжеэкспорта налоговое законодательство устанавливает ряд правил, при соблюдении которых налогоплательщик может воспользоваться освобождением от уплаты налогов при реализации товаров на экспорт. Для этого налоговый законодатель создает сложный механизм, который играет роль контролирующей процедуры в целях избежания незаконного освобождения от уплаты акцизов при экспортно-импортных операциях.

Основным требованием налогового законодательства при освобождении от уплаты акциза является подтверждение факта экспорта товара и получение оплаты за него.

Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) устанавливает перечень документов, необходимых для подтверждения экспорта товаров, который является

единым независимо от страны-получателя товара (за исключением республики Беларусь):

1) контракт налогоплательщика с контрагентом на поставку подакцизных товаров;

2) платежные документы и выписки банка, которые подтверждают фактическое поступление выручки от реализации подакцизных товаров иностранному лицу на счет налогоплательщика в российском банке;

3) грузовая таможенная декларация с отметками российского таможенного органа, осуществившего выпуск товара в таможенном режиме экспорта, и российского таможенного органа;

4) копии транспортных, или товаросопроводительных, или иных документов с отметками российских пограничных таможенных органов, подтверждающих вывоз товаров за пределы таможенной территории Российской Федерации.

Главным условием освобождения от уплаты акциза согласно п. 2 ст. 184 НК РФ является предоставление в налоговые органы поручительства банка или банковской гарантии.

Налоговое поручительство оформляется в соответствии с гражданским законодательством РФ. Таким образом, законодатель, предоставляя налогоплательщику отсрочку в 180 дней для представления подтверждающих факт экспорта документов (п.7 ст.198 НК РФ), освобождая его от уплаты акциза, гарантирует уплату налога в бюджет в случае невыполнения требований, установленных НК РФ, путем обеспечения уплаты налога третьей стороной (банком).

Для налогоплательщика получение банковской гарантии – более простая и надежная процедура, чем оформление поручительства банка. Банковская гарантия оформляется, в отличие от поручительства банка, между банком и налогоплательщиком. Третий участник правоотношений – налоговый орган – реализует свое право путем предъявления письменного требования об уплате налога и сбора банку.

Налоговое поручительство (или банковская гарантия) должно быть представлено в налоговый орган не позднее установленного срока уплаты акцизов.

Законодательством не урегулирован вопрос о том, за какой период должны быть оформлены поручительство или гарантия. Позиция налоговых органов основывается на том, что поручительство или банковская гарантия должны быть представлены налогоплательщиком в налоговые органы не позже крайнего срока уплаты налога в бюджет, установленного ст. 204 НК РФ, и действовать до момента вынесения налоговым органом решения о правомерности освобождения от уплаты акциза,

принятого на основании представленных документов, подтверждающих факт экспортной поставки. Связано это с тем, что в противном случае банковская гарантия теряет смысл, т.к. на основании ст. 376 ГК РФ гарант (банк) отказывает бенефициару (налоговому органу) в удовлетворении его требования, если это требование либо приложенные к нему документы не соответствуют условиям гарантии или представлены гаранту по окончании определенного в гарантии срока.

Итак, налогоплательщику для получения освобождения от уплаты акциза нужно выполнить два основных требования:

1) представить до момента срока уплаты акциза банковскую гарантию/поручительство, которая должна предусматривать обязанность банка уплатить сумму акциза в случае непредставления налогоплательщиком подтверждающих факт экспорта документов;

2) подтвердить факт экспорта товаров документами, предусмотренными п. 7 ст. 198 НК РФ, в течение 180 дней с момента отгрузки.

В таком случае, если налогоплательщик сделал все правильно, налоговым органом после проведения камеральной проверки представленных документов, которая согласно п. 2 ст. 88 НК РФ длится 3 месяца, выносится решение об освобождении налогоплательщика от уплаты сумм акциза при осуществлении экспорта товара.

Налоговое законодательство предоставляет налогоплательщику право вернуть уплаченные суммы акциза за неподтвержденный факт экспорта. Согласно п. 7 ст. 198 НК РФ, если впоследствии налогоплательщик представляет в налоговые органы документы, подтверждающие факт экспорта товара, уплаченные суммы налога подлежат возмещению налогоплательщику.

Следует сказать, что освобождение от уплаты акциза – это право налогоплательщика, а не его обязанность. Следовательно, если налогоплательщик не заявляет право на освобождение от уплаты акциза, то необходимости подтверждать его нет. Одной из причин того, что налогоплательщики не заявляют об освобождении от уплаты данного налога, является сложность сбора подробного пакета документов, необходимых для подтверждения факта экспорта товара и получения оплаты за него.

Конечно же, уменьшение контрольных мероприятий, т.е. создание менее сложного механизма освобождения и возмещения акцизов при реализации товаров на экспорт, может привести к уклонению от уплаты данного налога и применению серых схем лжеэкспорта.

Поэтому для решения данных проблем на ряду с установлением сложного механизма налогообложения в целях контроля за несоблюдением законодательства о

налогах и сборах законодателю необходимо избегать случаи неоднозначного толкования законов и противоречий в них.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. №117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000 г.) с изменениями от 09.03.2010 г.

2. Нечипорчук Н. А Реализация товаров на экспорт: как исчислить акцизы // Российский налоговый курьер. 2007. №8.

3. Давыдова И. А. Об обложении акцизами // Налоговый вестник. 2009. №2.

4. Нечипорчук Н. А. Нюансы исчисления и уплаты акцизов // Налоговый вестник. 2009. №11.

5. Буркова А. Ю. Банковская гарантия и поручительство на подакцизные товары // Банковское право. 2006. № 5.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Лихунчан Е.С., Турченко Е.В., Тумунбаярова Ж.Б.

ТРАНСФОРМАЦИЯ БЮДЖЕТА ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В 2009 г. впервые региональный бюджет Забайкальского края утверждается на 3 года: на 2010 г. и на плановый период 2011 и 2012 гг. Бюджетная политика на 2010-2012 годы направлена с одной стороны на выход экономики из кризиса с минимальными потерями и решение важнейших социальных задач, с другой стороны – на восстановление бюджетной стабильности. Для оценки влияния кризиса на бюджет края для сравнительного анализа были взяты законы о бюджете за 2008 и 2009 гг. и проект бюджета на 2010 г. и плановый период 2011 и 2012 гг.

Но прежде чем начать оперировать цифрами следует отметить ряд важных особенностей, которые оказывают значительное влияние на структуру расходов и доходов бюджета края. Во-первых, в 2008 г. действовал закон о бюджете Читинской области и АБАО (для справки: дата образования ЗК – 1 марта 2008 г.), во-вторых, одним из доводов по образованию нового субъекта был аргумент, что край «станет бездефицитным регионом в кратчайшие сроки». В-третьих, в основном все проекты края строятся на развитии горно-рудной отрасли, т. е. фактически на добычу и продажу минерального сырья.

Если в 2008 году большая часть доходов шла на содержание учреждений социальной сферы, ЖКХ и общегосударственные вопросы, в 2009 г. среди

приоритетных направлений - бюджетная обеспеченность муниципальных образований, рост заработной платы, а в 2010 планируется также выполнение социальных обязательств и обслуживание госдолга.

Ситуация в экономике, вызванная мировым финансовым кризисом, оказывает непосредственное влияние на изменение бюджетообразующих показателей и объем доходов консолидированного бюджета региона. Начиная с ноября 2008 года, произошло значительное сокращение поступления налоговых доходов и, в первую очередь, налога на прибыль организаций, налога на доходы физических лиц. Но если в части доходов происходит объективное их сокращение по сравнению с изначально запланированными, то по расходам ситуация иная. В условиях кризиса расходные обязательства сокращать сложно и болезненно, в некоторых случаях приходится их увеличивать, чтобы поддержать как ослабленную экономику, так и незащищенные категории граждан.

В 2009 г. по сравнению с 2008 г. дефицит сократился на 447 млн., но покрывался он за счет кредитов, а не трансфертов. А уже в 2010 г. дефицит резко возрастает по сравнению 2009 г. – с 450 млн. до 1,3 млрд. И если основные источники доходов остаются прежними, то структуру расходов Правительство вынуждено менять, причем назвать эти изменения положительными можно только относительно (рисунок 1).

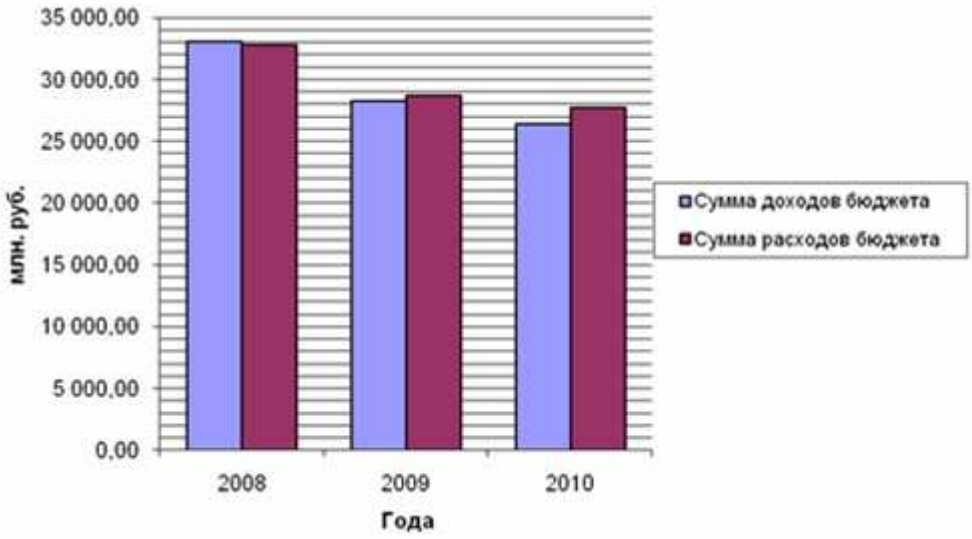

Рисунок 1 – Соотношение доходов и расходов бюджетов Забайкальского края

Между тем на исполнение всех полномочий региону в 2010 году требуется 42,6 млрд. рублей, а расходы, по проекту, составят лишь 27,7 млрд, то есть финансовая обеспеченность составит лишь 65%. При этом федеральный центр возложил на регион

дополнительные затраты и изменил нормативы отчислений от налога на прибыль, акцизов. По закону дефицит бюджета может составлять 15 % от доходов, но Правительство края не готово пойти на увеличение, так в следующем, 2011 году, долг вырастет еще больше и соответственно большая сумма будет потрачена на погашение, а не финансирование необходимых расходов (рисунки 2-3).

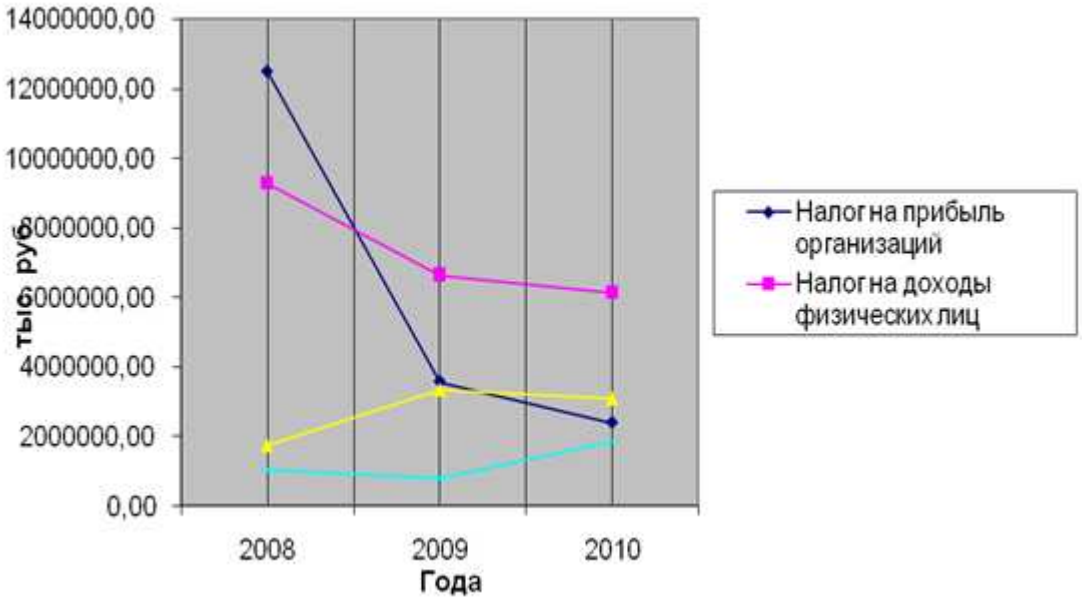

Рисунок 2 – Динамика изменения сумм основных налоговых поступлений

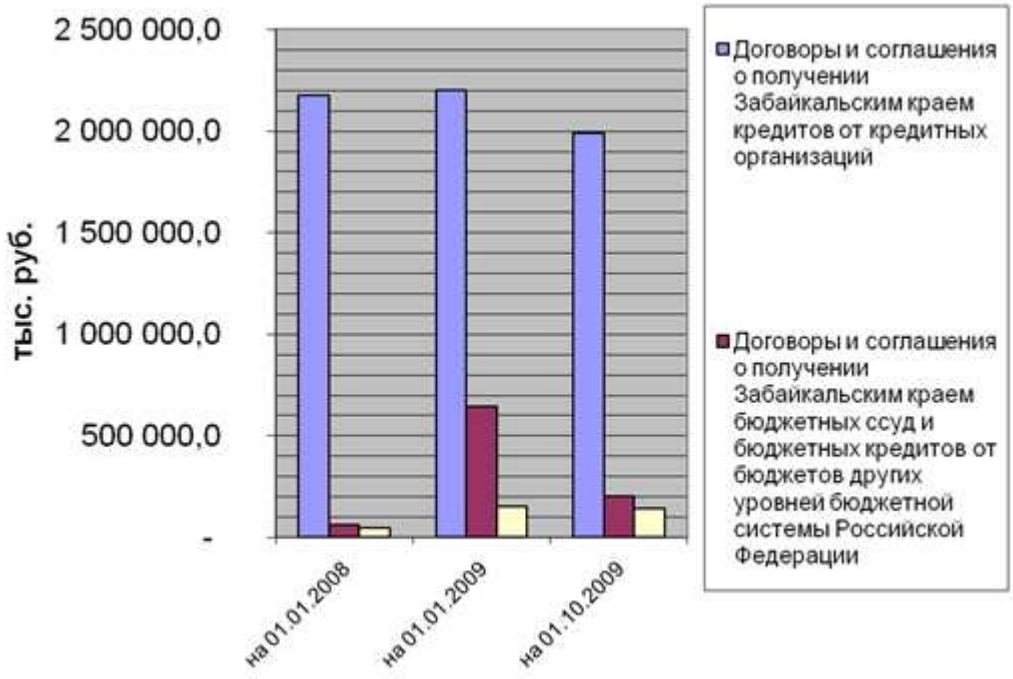

Рисунок 3 – Структура государственного долга Забайкальского края

Несмотря на то, что из-за изменения налогообложения объем доходов должен вырасти, получается обратная ситуация. Например, вся сумма акцизов идет в бюджет края, но из-за проведения антиалкогольной политики в стране никто не может гарантировать, что бюджет получит всю запланированную сумму. К тому серьезно сокращается объем поступлений из федерального бюджета. В частности, субсидии уменьшены более чем на 2 млрд. рублей (83,6% к уровню 2009 г.).

В связи с этим все расходы бюджета в 2010 году будут направлены в основном на выплату заработной платы, исполнение социальных обязательств перед населением, оплату налогов и жилищно-коммунальных услуг, а также обслуживание государственного долга, который превышает 2 млрд рублей. Траты по статье «Национальная экономика» занимают лишь около 10% в общей доле расходов – 2,7 млрд. руб. Для сравнения: на выплату заработной платы край в будущем году потратит 5 миллиардов рублей, на исполнение всех социальных обязательств – более 3 миллиардов рублей. Остальные статьи раздела подверглись серьезному секвестированию: например, расходы на ЖКХ упали на 71%. Снижены расходы на содержание госаппарата и в целом системы государственного управления (рисунок 4).

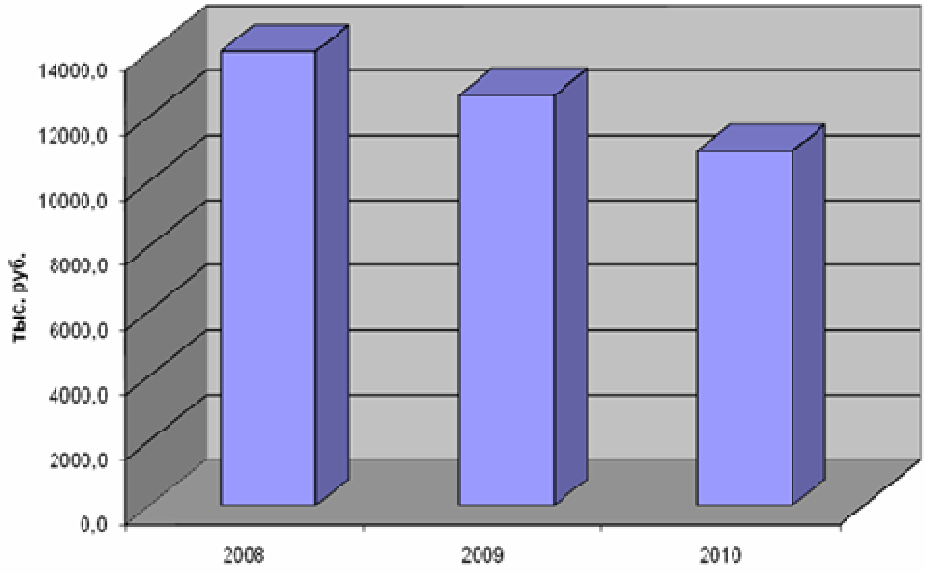

Рисунок 4 – Объем трансфертов в 2008 – 2010 гг.

В итоге бюджет получается «социальный». На сегодня бюджет на 2010 год практически не поддерживает реальный сектор экономики, обеспечивая в полном объеме лишь социальные обязательства. В кризис федеральный центр продолжает урезать дотаций на сбалансированность, трансферты, пытаясь, таким образом, после объединения сделать край «бездотационным».

Обсуждения проекта бюджета продолжаются по сей день, но вряд ли уже возможно изменить проект коренным образом. В нестабильной экономической ситуации рост государственного долга, снижение доходной части бюджета, в том числе и трансфертов, урезание из-за этого краевых программ может привести к еще большему упадку уровня жизни населения и неработающему краю.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Лобынко Е.В., Шпак Г.Б.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Инновационный потенциал предприятия обеспечивает возможность его дальнейшего развития. Но критичным является не только обладание этим фактором, но и способность его эффективно реализовывать.

В настоящий момент в российской экономике наблюдается диспропорция между наличием инновационных возможностей и их реальным воплощением на практике.

Инновационный потенциал можно определить как способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние с целью удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей.

Некоторые исследователи представляют структуру инновационного потенциала как единство трех его составляющих: ресурсной, внутренней и результативной, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность.

Также структуру инновационного потенциала можно представить в качестве структуры с основой в виде инновационной инфраструктура предприятия совместно с инновационными возможностями, которые создаются за счет других компонент потенциала.

Под инновационной культурой следует понимать меру восприимчивости организации к нововведениям, опыт внедрения новых проектов, политику менеджмента в области инноваций, отношение персонала к новациям.

Внешние барьеры можно охарактеризовать как инновационный климат. Под инновационным климатом следует понимать совокупность внешних условий, влияющих на инновационный потенциал предприятия.

Организация преобразует ресурсы на входе в продукты и услуги - на выходе, последние при этом имеют большую ценность. Способы взаимодействия, координации, коммуникации и принятия управленческих решений в процессе этой трансформации составляют бизнес-процессы организации. Они включают в себя не только производственные процессы, но и маркетинг, бюджетирование, управление персоналом и прочее.

Способности предприятия можно описать как минимум двумя категориями: потенциал и возможность. По нашему мнению, наиболее интересным представляется рассмотрение расчетного показателя - разность между потенциалом предприятия и его возможностью, т.е. инновационный резерв.

Коэффициент эффективности функционирования инновационного потенциала промышленных предприятий рассчитывается отношением реального уровня инновационного потенциала к стоимостному измерению инновационных возможностей предприятия.

По мнению автора, оценку инновационный потенциал стоит производить с позиции элементов его составляющих, а именно:

1. Кадровый потенциал: уровень мотивации персонала к проведению инновационной деятель¬ности, оценка квалификации и производственного потенциала кадров, качество системы подготовки и переподготовки кадров.

2. Производственно-технологический потенци¬ал: обновление производственных фондов, произ¬водство новых видов продукции и повышение кон¬курентоспособности, реализация инновационной продукции, производительность труда.

3. Научно-технический потенциал: управление интеллектуальной собственностью, проведение научных исследований, уровень разработки новых наукоемких технологий.

4. Финансово-экономический потенциал: стан¬дартные показатели финансовой устойчивости, ликвидности, прибыли, рентабельности и деловой активности, а также набор показателей, характери¬зующих прибыльность инноваций,

5. Организационно-управленческий потенциал: инновационная инфраструктура, эффективность менеджмента, маркетинговые стратегии управления инновациями, организация финансирования инноваций.

Часто к основным блокам показателей при оценке инновационного потенциала относятся научно-технический и кадровый. Среди количес¬твенных показателей этих блоков, наиболее полно отражающих именно состояние инновационной активности, следует выделить: число зарегистриро¬ванных на предприятии объектов интеллектуальной собственности; количество объектов интеллек¬туальной собственности, доведенных до внедрения; число договоров промышленного предприятия с организациями научно-технического комплекса; количество купленных/проданных лицензий па объекты интеллектуальной собственности; число разработанных на предприятии новых промышленных технологий.

Способности предприятия можно описать как минимум двумя категория¬ми: потенциал и возможность. По нашему мнению, наиболее интересным представляется рассмот¬рение расчетного показателя - разность между потенциалом предприятия и его возможностью. Определим его как инновационный резерв:

$$IR = IP – IV \quad (1)$$

где IP - инновационный потенциал;

IV - инновационная возможность.

В экономике цель оптимального функционирования можно определить и как цель снижения совокупного инновационного резерва, поэто¬му величина потенциала стремится к его максимальной возможности.

Таким образом, можно говорить о триединой оценке уровня способностей предприятия в достижении определенных целей: потенциал, максимальная возможность, инновационный резерв. Отдать приоритет той или иной категории трудно, так как потенциал предприятия характеризуется, скорее, с количест¬венной стороны, а инновационный резерв является качественной оценкой.

Поскольку структурными компонентами инновационного потенциала организации выступают кадровый, производственно-технологический, научно-технический, финансово-экономический и организационно-управленческий потенциалы, то мы предлагаем следующую формулу инновационного потенциала предприятия:

$$IP = KP + PP + NP + FP + OP \quad (2)$$

где KP, PP, NP, FP, OP - кадровый, производственно-технологический, научно-технический, финансово-экономический и организационно-управленческий потенциалы соответственно.

Среди других факторов также следует выделить оптимальное сочетание специализации и диверсификации, концентрацию инноваций на приоритетных направлениях и непрерывном совершенствовании продукции, создание новых

технологий и товаров, переход к вертикальной интеграции и сетевым структурам, объединение компаний для достижения синергетического эффекта.

Исходя из изложенного величина инновационного резерва имеет вид:

$$IR = (KP-KV)+(PP-PV)+(NP-NV)+(FP-FV)+(OP-OV) \quad (3)$$

где KV, PV, NV, FV, OV - кадровая, производственно-технологическая, научно-техническая, финансово-экономическая и организационно-управленческая возможности соотве¬тственно (величина инновационного резерва предприятия определяется как сумма кадровый, производственно-технологический, научно-технический, финансово-экономический и организационно-управленческий резервов).

Согласно методике Кочеткова С., реальный уровень инновационного потенциала наиболее целесообразно рассматривать следующим образом:

$$IP_R = IP_{MAX} - IP_{P_i} \quad (4)$$

где IPR – реальный уровень инновационного потенциала преприятия;

IPMAX – максимально возможный уровень инновационного потенциала;

IPPi – потенциал реализации конкретных инновационных проектов предприятия,

i – количесвто инновационных проектов, достигших конкретных инновационных целей.

В свою очередь расчет максимально возможного уровня инновационного потенциала предприятия осуществим по формуле:

$$IP_{MAX} = IP_R + IP_{P_i}. \quad (5)$$

Как показывает практика, из общего количества разрабатываемых инновационных проектов на промышленных предприятиях не все достигают конечной цели ввиду ряда причин, среди которых, например, недостаточный уровень производственного потенциала или сделана ошибка на начальном этапе разработки проекта (использование кадрового потенциала).

Соответственно, необходимо расчитывать коэффициент использования инновационного потенциала. Он должен определяться как отношение реального уровня к максимально возможному и стремиться к 1. Соответствующая формула такова:

$$K_I = \frac{IP_R}{IP_{MAX}} \Rightarrow 1 \quad (6)$$

С учетом факторов реализации конкретных инновационных проектов на уровне предприятия коэффициент использования инновационного потенциа¬ла рассчитывается следующим образом:

$$K_I = \frac{IP_{P_1} + IP_{P_2} + \ldots + IP_{P_i}}{IP_{MAX}} \quad (7)$$

где IPPt, IPP2, …, IPPi – потенциалы инновационных проектов предприятия, достигших поставленных целей или завершенных инновационных проектов.

Исходя из количества разрабатываемых и реализуемых инновационных проектов рассчитывается также коэффициент эффективности функционирования инновационного потенциала предприятия:

$$K_{EF} = \frac{I_P}{I_Z} \quad (8)$$

где IP – количество завершенных инновационных проектов предприятия;

Iz – общее количество разрабатываемых инновационных проектов.

Совершенно очевидно, что коэффициент эффективности функционирования инновационного потенциала предприятия в идеале должен стремиться к 1.

Иными словами, коэффициент эффективности функционирования инновационного потенциала промышленных предприятий рассчитывается отношением реального уровня инновационного потенциала к стоимостному измерению инновационных возможностей предприятия.

Рассмотренный методический подход к управлению инновационным потенциалом промышленного предприятия позволяет: эффективно планировать инновационную деятельность; целенаправленно и комплексно создавать системы управления инновационной деятельностью и процессов внедрения инноваций; создать функционально-уровневую модель инновационной системы предприятия, которая является одним из факторов обеспечения устойчивого развития предприятия.

Иными словами, указанная система показателей представляется одним из элементов комплексной методики оценки инновационного потенциала и позволяет определить целесообразность и уровень его использования на предприятии.

Список литературы:

1. Ильенкова С Д. Инновационный менеджмент : учебник. М. : Юнити, 1997. 251 с.

2. Кочетков С. Оценка инновационного потенциала промышленных предприятий // Экономист. 2006. № 5. С. 34-38.

3. Кравченко С., Кладченко И. Исследование сущности инновационного потенциала. URL: http://masters.donntu.edu.ua.

4. Лисин Б., Фридлянов Б. Инновационный потенциал как фактор развития (Межгосударственное социально-экономическое исследование). URL: http://masters.donntu.edu.ua.

5. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура // Проблемы теории и практики управления. 2001. № 2. С. 57-63.

6. Яхонтова Е. С. Управление ценностями как элемент управления человеческими ресурсами компании // Менеджмент в России и за рубежом. 2003. № 4.

7. Яшин С. Н., Коннимов В. А., Шанкин Е. И. Основные направления формирования стратегии инновационного развития и оценки инновационного потенциала организации // Финансы и кредит. 2008. №11 (299). С. 90-92.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ляшкевич А.А., Синюков В.А.

СОВРЕМЕННАЯ МОЛОДЕЖЬ И НОЧНЫЕ КЛУБЫ

В работе приведен анализ анкетного опроса студентов Коммерческого факультета ХГАЭиП с 1 по 4 курс. В результате, которого были выявлены предпочтения респондентов, связанные с посещением тех или иных ночных заведений. А так же выявлены основные факторы, влияющие на выбор ночного клуба.

В настоящее время произошли радикальные изменения в стиле и образе жизни современной молодежи. Все большее предпочтение отдается отдыху в ночное время суток. Отдых в ночном клубе, пожалуй, стал самым массовым развлечением на сегодняшний день и самым доступным способом получить удовольствие от жизни в ночное время.

На сегодняшний день развлекательные возможности ночных клубов достаточно велики. Количество человек, вступивших в ряды любителей ночной жизни, пополняется с каждым часом.

Но почему же современная молодежь из всей массы разнообразных развлечений, представленных на сегодняшний день, выбирает именно такой тип отдыха, и что влияет на этот выбор?

Цель исследования выявление факторов, влияющих на выбор ночного клуба.

Объектом обследования явились студенты Коммерческого факультета ХГАЭиП с 1 по 4 курс. Было опрошено 200 человек, из них 69% женщин и 31% мужчин.

Клубы Хабаровска ежедневно открывают свои двери и приглашают всех желающих окунуться в уникальную атмосферу вечеринки. Но, несмотря на популярность ночных клубов среди молодежи города Хабаровска, большинство респондентов ответили, что посещают данные заведения крайне редко (46%) или не ходят туда вовсе (18%). И лишь 36 % опрошенных респондентов являются постоянными посетителями ночных клубов.

В каждый ночной клуб нашего города имеет свою публику с определенной возрастной категорией. В Хабаровске есть как демократичные (преимущественно для молодежи, которая «золотой» не является, собственных денег заработать еще не успела, но отдыхать, естественно, хочет и любит), так и элитные ночные клубы (как раз для «золотой» молодежи, а также для богемы).

С целью выявления зависимости между наличием (отсутствием) материальных средств и уровнем ночного клуба, был проведен анализ предпочтений респондентов и уровень их доходов.

Чуть больше половины студентов (53%) имеют собственный доход, который составляет менее 5000 руб., 26% респондентов имеют в своем распоряжении от 5 до 10 тыс. руб., 12% – от 10 до 15 тыс. руб. и 9% – более 15тыс руб.

По результатам опроса наиболее популярными ночными клубами в городе Хабаровске явились: «Berlin» (23%), «Небо» (21%). Клубы «El Tempo» и «Velicano» получили примерно одинаковый процент голосов (18% и 19% соответственно), 8% опрошенных отдали свой голос ночному клубу «Сердце», а 11% любят посещать клуб «Playa». Поэтому на выбор того или иного заведения влияет наличие или отсутствие материальных средств у потенциальных посетителей.

Каждый поход в то или другое ночное заведение подразумевает собой трату определенной суммы денег. Сюда входит входной билет, напитки в баре, аренда столика, если нет возможности добраться до места проведения вечеринки на своем автомобиле – плата за услуги такси.

Большинство респондентов тратят за один вечер от 500 до 1000 руб. (49.08%). 15.34% ответивших тратят в ночных клубах менее 500 руб.; 14.72% – от 1000 до 1500тыс. руб.; 7.98% опрошенных не тратят в ночных заведениях ничего.

Основными факторами, влияющими на выбор ночного заведения, являются контингент (20.95%), музыкальное направление (20.76%), тематика вечеринки (14.67%).

Но, к сожалению, не всегда отдых в данных заведениях заканчивается на приятной ноте. Так 5 декабря 2009 года, в Перми, в ночном клубе «Хромая лошадь» произошел крупнейший по числу жертв пожар в России, повлёкший смерть 155 человек.

В связи с трагедией мы включили в анкету вопрос о безопасности в ночных клубах города Хабаровска.

На вопрос о том, беспокоит ли вас безопасность пребывания в ночном клубе, большинство респондентов дали положительный ответ (55.56%) Однако 9.44% из всех опрошенных студентов не беспокоятся о своей безопасности или не задумываются о данной проблеме вообще (35%).

Немаловажным этапом исследования является выявление причин посещения ночного клуба. По этому поводу у респондентов не было значительных разногласий. В первую очередь это отдых (32.26%), хорошее настроение (28.39%) и конечно же новые знакомства (25.16%).

Большинство опрошенных на вопрос о том, почему вы выбрали такой тип отдыха, на первое место поставили любовь к танцам (47.73%). 29.55% опрошенных ответили, что такой тип отдыха помогает отвлечься от проблем. И наконец, 18.18% ответивших ходят в ночные клубы, так как это популярно в наше время.

На сегодняшний день владельцы ночных клубов предоставляют разнообразные услуги и многие из опрошенных студентов довольны их качеством.

Но наряду с положительными моментами существует также и ряд недостатков. Значительную долю опрошенных студентов беспокоит плохая вентиляция помещений, недостаток места и новых музыкальных направлений.

Выбор ночных клубов в городе Хабаровске достаточно велик. Каждую неделю организовывают все новые и новые вечеринки. На выбор ночного клуба влияют множество факторов: ценовая политика, контингент, местоположение и другие. Также достаточно велика конкуренция среди данных заведений. Неизвестно, что придумают владельцы ночных клубов, чтобы привлечь новых гостей. Но одно ясно наверняка: в ближайшее время ночную жизнь нашего города ожидает активное развитие.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Мазанова О.В., Солдаткина О.А.

УЧЕТ ХЕДЖИРОВАНИЯ ПРОЦЕНТНОГО РИСКА В УСЛОВИЯХ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА

Хеджирование (от англ. hedge - ограждать, страховать) – это использование одного инструмента для снижения риска, связанного с неблагоприятным влиянием рыночных факторов на цену другого, связанного с ним инструмента, или на генерируемые им денежные потоки.

Потребность в хеджировании возникает в ситуациях, когда проведение доходных операций (основная деятельность) требует принятия неприемлемых или нежелательных рисков. Например, банк, имеющий развитые возможности по кредитованию в российских рублях, может эффективно финансировать их пассивами в иностранной валюте, но возникновение валютной позиции и связанного с ней валютного риска не входит в его интересы.

Хеджирование: а) дает возможность застраховать себя от возможных потерь к моменту ликвидации сделки на срок; б) обеспечивает повышение гибкости и эффективности коммерческих операций; в) обеспечивает снижение затрат на финансирование торговли реальными товарами; г) позволяет уменьшить риски сторон: потери от изменения цен на товар компенсируются выигрышем по фьючерсам.

Хеджирование рисков основано на стратегии минимизации нежелательных рисков, поэтому результатом операции может являться также и снижение потенциальной

прибыли, поскольку прибыль, как известно, находится в обратной зависимости с риском.

Если ранее хеджирование использовалось исключительно для минимизации ценовых рисков, то в настоящее время целью хеджирования выступает не снятие рисков, а их оптимизация.

Механизм хеджирования заключается в балансировании обязательств на наличном рынке (товаров, ценных бумаг, валюты) и противоположных по направлению на фьючерсном рынке. Так в целях защиты от денежных потерь по определённому активу (инструменту) может быть открыта позиция по другому активу (инструменту), которая, согласно мнению хеджера, способна компенсировать данный вид потерь.

МСФО (IAS) 39 “Финансовые инструменты: признание и оценка” классифицирует производные инструменты на категории в зависимости от целей их использования и устанавливает требования, которые должны выполняться для того, чтобы применять специальный учет при хеджировании

МСФО (IAS) 39 выделяет пять критериев хеджирования, причем они должны выполняться одновременно: наличие официальной документации; эффективность хеджирования; высокая вероятность совершения сделки; возможность надежной оценки эффективности хеджирования; эффективность на протяжении всех периодов финансовой отчетности.

В случае если эти критерии выполняются, возможно применять специальный учет при хеджировании.

Учет хеджирования может применяться в различных целях, но суть учета хеджирования одна: устранение волатильности в отчете о прибылях и убытках, а следовательно, представление внутренним и внешним пользователям отчетности более надежной и достоверной информации. Например, IAS 39 требует осуществлять учет банковской позиции по амортизированной стоимости, в то время как производные инструменты, закрывающие, скажем, процентный риск по банковской книжке, учитываются по справедливой стоимости, что может привести к значительному искажению отчета о совокупном доходе как в сторону существенного завышения, так и значительного занижения финансового результата банка. Как следствие, существует риск того, что менеджмент банка при принятии решений будет руководствоваться искаженной, недостоверной информацией.

Таким образом, говоря языком стандартов, в банковской практике хеджирование может быть применено для того, чтобы достичь:

– устранения оценочных разниц в случае, когда при хеджировании в балансе актива или обязательства этот актив или обязательство и инструмент хеджирования оцениваются согласно различным принципам;

– устранения разниц по отражению финансовых результатов в случаях, когда доходы и расходы учитываются в различных статьях финансовой отчетности;

– устранения разниц вследствие различных принципов признания в балансе при хеджировании договорных прав и обязательств, не признанных в отчетности;

– устранения разниц вследствие существования инструментов при хеджировании денежных потоков от незаключенной сделки.

Инструменты хеджирования и хеджируемые статьи

Хеджируемые статьи могут представлять собой (по IAS 39.88):

1) отдельный актив (например, выданный кредит), обязательство (привлеченный депозит), обязательство по заключенному договору, высоковероятную прогнозируемую сделку либо чистые инвестиции в зарубежные подразделения;

2) группу активов, обязательств, обязательств по заключенному договору и пр.;

3) в целях применения хеджирования процентного риска портфельным методом - часть финансовых активов и обязательств. Хеджируемые статьи являются для банка источником риска изменения справедливой стоимости или будущих денежных потоков и определяются как таковые для целей учета хеджирования.

В банке может быть разработана нацеленная на эффективное управление процентным риском система риск-менеджмента, при которой риск закрывается путем анализа гэпов в определенном временном интервале по определенной группе активов и обязательств, с одной стороны, и производным инструментам – с другой. Безусловно, в такой ситуации банку будет предпочтительнее реализовать хеджирование процентного риска портфельным методом. Но разработка такого подхода на практике может оказаться очень трудоемкой и долговременной. Поскольку данная область пока еще осваивается российскими банками и в российской практике не так много примеров внедрения хеджирования портфельным методом.

Инструментом хеджирования может являться производный или (только в случае хеджирования валютного риска) определенный непроизводный финансовый актив или непроизводное финансовое обязательство, справедливая стоимость которого, как предполагается, компенсирует изменение в справедливой стоимости или денежных потоках от определяемой хеджируемой статьи. Как правило, на практике банки дезигнируют следующие деривативы в качестве инструментов хеджирования:

процентный своп (IRS); кросс-валютный своп; соглашение о процентной ставке (FRA); купленный опцион (Caps/Floors); свопционы.

Таблица 1 – Примеры хеджирования

<table>
<tr><td>Хеджирование справедливой стоимости

Хеджирование справедливой стоимости:
- активов с фиксированной ставкой;
- обязательств с фиксированной ставкой;
- обязательств по заключенному договору</td><td>Банк учитывает финансовый актив, кредит с фиксированной ставкой (например, 5%).
Соответственно изменения рыночных ставок влияют на справедливую стоимость кредита.
Для того чтобы захеджировать данный риск, Банк заключает IRS, по которому платит фиксированную или получает плавающую ставку (платит 5% или получает EURIBOR).
Если в последующих периодах процентная ставка вырастет до 6%, общий эффект операции, с учетом применения хеджирования, будет представлен синтетическим активом с плавающей ставкой 6%.
Отчет о совокупном доходе
<table><tr><td>Изменение справедливой стоимости кредита</td><td>1,83 евро</td><td>5,00 евро Процентный доход
1,00 евро Разница
1,83 евро Изменение справедливой стоимости свопа</td></tr><tr><td>Прибыль за период</td><td>6,00 евро</td><td></td></tr></table>Отчет о финансовом положении<table><tr><td>Деньги
Кредиты
IRS</td><td>6,00 евро
98,17 евро
1,83 евро</td><td>100,00 евро Капитал
6,00 евро Прибыль</td></tr><tr><td>Активы</td><td>106,00 евро</td><td>106,00 евро Обязательства</td></tr></table></td></tr>
<tr><td>Хеджирование денежных потоков

Хеджирование денежных потоков:
- активов с плавающей ставкой;
- обязательств с плавающей ставкой;
- высоковероятных прогнозируемых сделок</td><td>Банк учитывает финансовый актив, кредит с плавающей ставкой.
Соответственно изменения рыночных ставок влияют на получаемые денежные потоки.
Для того чтобы захеджировать данный риск, Банк заключает IRS, по которому платит плавающую/ получает фиксированную ставку (платит EURIBOR/ получает 5%).
Если в последующих периодах процентная ставка вырастет до 6%, общий эффект операции, с учетом применения хеджирования, будет представлен синтетическим активом с фиксированной ставкой 5%.
Отчет о совокупном доходе<table><tr><td>Разница</td><td>1,00 евро</td><td>6,00 евро Процентный доход</td></tr><tr><td>Прибыль за период</td><td>5,00 евро</td><td></td></tr></table>Отчет о финансовом положении<table><tr><td>Деньги
Кредиты</td><td>5,00 евро
100,00 евро</td><td>100,00 евро Капитал
1,83 евро Резервы в капитале
5,00 евро Прибыль
1,83 евро IRS</td></tr><tr><td>Активы</td><td>105,00 евро</td><td>105,00 евро Обязательства</td></tr></table></td></tr>
</table>

В статье были проанализированы основы учета хеджирования. Безусловно, банкам с современным риск-менеджментом, нацеленным на эффективное управление процентным риском на портфельной основе, следует двигаться дальше и реализовывать хеджирование процентного риска портфельным методом, несмотря на то что на практике реализация может оказаться очень трудоемкой и долговременной.

Список литературы:

1. МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»

2. Гончарова О. А. Основы хеджирования. Учет хеджирования процентного риска // МСФО и МСА в кредитной организации. 2009. № 2.

3. Кузьмин А. Ю., Литвиненко М. И. Признание и учет валютных курсовых разниц при хеджировании финансовых инструментов в соответствии с МСФО 39 // Корпоративный финансовый менеджмент.2006. № 1.

4. URL: www.intalev.ru.

5. URL: www.gaap.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Мазур А.В., Михмель Г.Н.

АНАЛИЗ ПРОЕКТА ПО СОЗДАНИЮ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО СУПЕРМАРКЕТА

В данной работе проведён экономический анализ проекта по созданию фармацевтического супермаркета на базе ранее действующего подразделения ОАО «ТД «Медтехника», выявлены сильные и слабые стороны проекта, его жизнеспособность в условиях мировой кризисной ситуации, а также влияние разработанного проекта на результаты деятельности всей фирмы в целом в перспективе реализации плана до октября 2010г.

Предметом исследования, описываемым в данной статье, является торговое предприятие ОАО «ТД «Медтехника», осуществляющее свою деятельность на рынке г. Хабаровска, в медицинской сфере. Свою работу предприятие ведёт с 2006 года, с момента, когда на конкурсных торгах был приобретен пакет акций 100 % унитарного государственного предприятия Торговый дом «Медтехника». В результате преобразований за период с 2006-2008 годы увеличены: товарооборот в 1,3 раза, чистая прибыль в 3,1 раза, налоговые отчисления в 2,2 раза.

Производственный план предприятия на 2009 год предусматривал увеличение товарооборота до 280 млн. руб. в год в основном за счёт развития и модернизации торговой сети и сервисной службы. Для достижения стратегических целей компании планировалось создание сети из десяти фармацевтических супермаркетов с уникальным сочетанием ассортиментных групп, прогрессивной ценовой политикой и

агрессивной рекламной деятельностью. Был подготовлен проект для первого фармацевтического супермаркета. Основанного на реорганизации уже действующего в рамках данного предприятия магазина.

Целью проекта является расширение рынка сбыта, получение прибыли за счет увеличения объема продаж, эффективной ценовой политики и снижения фиксированных издержек. Сроки проекта: начало осуществления проекта 1 октября 2009 года. Проект рассчитан сроком на 1 год. Для реализации данного проекта ОАО «ТД Медтехника» необходимо привлечение инвестиций в сумме 13 млн. рублей. Предпочтительной формой инвестирования является привлечение собственных оборотных средств полученных из выручки. Привлечение заемных, банковских средств не рассматривается в данном проекте. Создание фармацевтического супермаркета повлечет за собой увеличение продаж, расширение ассортимента и финансовых вливаний на закупку товара.

Интенсивность продаж предприятия за 2008 год по уже действующему магазину:

– сумма товарооборота составила 55 394 251 руб., это 15 % от общего оборота

– количество пробитых чеков 105713 шт. это ~ 8810 чеков в месяц и 295 чеков в день.

– средняя сумма покупки 467,24 рубля.

– количество проданного товара 309542 единиц.

Фармацевтический рынок характеризуется емкостью, дающей представление о том, какое количество товара может поглотить рынок при определенных условиях в заданный промежуток времени. Емкость рынка следует оценить как в денежном, так и в натуральном выражении. Для расчета годового объема товарооборота использована методика Аллавардана В.В., основанная на среднестатистическом подушевом потреблении:

В результате проведения анализа бизнес плана по реорганизации действующего магазина медицинских товаров в соременный фармацевтический супермаркет, реализуемый в рамках долгосрочного проекта по созданию сети медицинских супермаркетов, были сделаны следующие оценки и выводы:

1. Рассматривая динамику доходов и расходов Медицинского супермаркета, можно дать положительную оценку и говорить о безусловной пользе задуманного проекта для всего ОАО «ТД «Медтехника».

2. За анализируемый период значения большинства показателей рентабельности увеличились, что говорит об успешности запланированного проекта.

3. Анализ типа финансовой устойчивости предприятия в динамике, показывает улучшение финансовой устойчивости предприятия, что немаловажно в условиях кризиса, затронувшего все сферы экономики.

4. Анализ платёжеспособности также сигнализирует об успешности проекта, т.к показатель утраты платёжеспособности, равный 1,86, (>1) позволяет быть уверенным в том, что предприятию не грозит утрата платёжеспособности в ближайшие пол года и позволит эффективно и прибыльно работать вплоть до 2011 года.

5. Предприятие относится к типу абсолютной финансовой устойчивости, что говорит о достаточности собственных средств для формирования запасов и затрат, наблюдается даже избыток этих средств, а значит они могут быть инвестированы в реализацию более долгосрочного проекта о сети медицинских супермаркетов, причем без привлечения заёмных средств, что крайне положительно в условиях кризиса и нестабильности всей банковской системы и кредитного рынка в целом, а значит позволит избежать краха компании и в будущем.

«Себе и своим близким мы желаем в первую очередь того, что не купишь ни за какие деньги - здоровья и долгих лет жизни. Здоровая жизнь – это не только комплекс утренней гимнастики, важно еще иметь надежный источник информации о лечении, лекарственных препаратах, технологических новинках, важно иметь возможность в случае необходимости приобрести сертифицированные медицинские товары. И желательно приобрести все необходимое в комплексе. Именно такова концепция работы новичка аптечного дела на хабаровском рынке – Медицинского супермаркета. Здесь делают все, чтобы помочь каждому человеку, который сюда обращается». Так гласит буклет, рассказывающий потребителям о новом медицинском супермаркете, основанном ОАО «ТД «Медтехника». А проведённый анализ бизнес-проекта по данному предприятию позволяет говорить не только о качестве обслуживания, но и о стабильности работы, высоких показателях прибыльности и качестве работы финансистов, менеджеров и собственников предприятия.

Список литературы:

1. Постановление № 90 от 07.07.2008г. Губернатора Хабаровского Края.
2. Бизнес – план проекта, предоставленный ОАО «ТД «Медтехника».
3. Бухгалтерская финансовая отчётность ОАО «ТД «Медтехника».
4. Мартынюк Г. К. Анализ хозяйственной деятельности торговых организаций : учеб. пособие. Хабаровск. 2008. 88 с.

5. Алавердян В.В. Инвестиционный консалтинг, публикации. 2005 год. URL: http://www.i-con.ru/publications/52.

6. URL: http://economist-info.ru.

7. URL: http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/92527.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Мельник А.П., Байбородина В.Г.

ОБЛОЖЕНИЕ ИМУЩЕСТВА ГРАЖДАН: ПРОБЛЕМЫ, ПРОБЕЛЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В российской системе налогов и сборов единственный налог, который не включён в Налоговый Кодекс РФ - налог на имущество физических лиц и регулируется законом РФ «О налогах на имущество физических лиц». Налог является местным, поэтому устанавливается нормативными правовыми актами представительных органов муниципальных образований и обязателен к уплате на соответствующей территории. Налог на имущество физических лиц полностью зачисляется в местный бюджет по месту нахождения объекта налогообложения, поэтому заинтересованность по его введению для муниципалитетов очевидна.

Налогоплательщиками признаются граждане – собственники следующего имущества: жилых домов, квартир, комнат, дач, гаражей и иных строений, помещений и сооружений. Учет такого рода имущества ведется органами, осуществляющими государственную регистрацию прав на недвижимое имущество и сделок с ним. Именно оттуда и поступает информация в налоговые органы, на которые ст. 5 Закона возложена обязанность по исчислению налога. Однако налоговым органам трудно обеспечить поступление данного налога в местные бюджеты по ряду причин.

Одна из них – неполный учет объектов налогообложения. Массовый характер имеют факты уклонения владельцев вновь построенных жилых домов от регистрации

своего имущества. Речь не идет об объектах, не завершенных строительством. Для борьбы с таким «долгостроем» с 1 января 2008 г. был введен повышенный коэффициент при исчислении земельного налога за участки, занятые жилищным строительством (изменения в часть вторую НК РФ внесены Федеральным законом от 24.07.2007 N2216-ФЗ[1]). Но эта мера не изменила ситуацию, поскольку не коснулась индивидуальных застройщиков, которые не спешат регистрировать свою собственность. Местные бюджеты несут реальные потери в связи с неполным учетом объектов налогообложения. К сожалению, обещанный «упрощенный» порядок регистрации указанных объектов так и не заработал. Недостаток состоит в том, что объект можно зарегистрировать и даже получить на него документы, но без инвентаризационной оценки и составления технического паспорта, а именно исходя из суммарной стоимости оценки исчисляется налог на имущество физических лиц. Еще минус имеется в том, что инвентаризационная стоимость значительно «отстает» от рыночных цен на объекты недвижимости, что ведет к снижению ставок налога.

Дифференциацию ставок можно установить в зависимости не только от суммарной инвентаризационной стоимости, но и от типа использования строения (различные ставки обложения для жилых помещений и для строений, которые не относятся к жилым и с помощью которых собственник извлекает доход - магазины, склады и т.д.).

Но при этом законодатель не предусмотрел возможность такого же разделения при предоставлении льгот. В частности, согласно п. 2 ст. 4 Закона от уплаты налога полностью освобождаются пенсионеры. Таким образом, регистрация любого имущества, в том числе производственного назначения со значительными суммами инвентаризационной оценки, на пенсионеров дает родственникам-предпринимателям ощутимые налоговые послабления. В целях исключения злоупотреблений следовало бы внести изменения в Закон, предусмотрев предоставление льготы пенсионерам не по всем принадлежащим им строениям и помещениям, а только по жилым помещениям.

Согласно п. 4 ст. 4 Закона органы местного самоуправления имеют право устанавливать дополнительные налоговые льготы. Они могут предоставляться только определенной категории плательщиков (например, родителям многодетных семей), индивидуальные льготы запрещены НК РФ. Так при предоставлении освобождения от уплаты налога льготированию подлежит все имущество граждан. Но под данную категорию могут попасть лица, имеющие в собственности объекты недвижимости производственного назначения (магазины, склады, ангары, цеха и т.д.). Законодателю

[1] Федеральный закон от 24.07.2007 г. №216 – ФЗ «О внесении изменений в часть вторую НК РФ и некоторые другие законодательные акты РФ».

следует предусмотреть предоставление льготы не плательщику, а объекту обложения, что так же позволит сокращению потерь поступлений платежей в бюджет.

Определенную проблему представляет собой освобождение от уплаты налога на имущество индивидуальных предпринимателей, применяющих специальные налоговые режимы УСН и ЕНВД. В соответствии с главами 26.2 и 26.3 (3, п. 3 ст. 346.п; п. 4 ст. 346.26) предприниматели не уплачивают рассматриваемый налог с имущества, используемого для ведения предпринимательской деятельности при этом законодательно нигде не прописан механизм предоставления такого освобождения налоговым органом. Является ли такое освобождение автоматическим или по заявлению налогоплательщика? Правильным представляется второй вариант.

Автоматическое предоставление освобождения является невозможным в связи с отсутствием у налоговых органов соответствующей информации. Декларация по УСН, в отличие от декларации по ЕНВД не предусматривает отражения в себе имущества используемого для производственных целей индивидуальным предпринимателем, что исключает автоматическое предоставление освобождения. Выходом может явиться разработка унифицированной формы налоговой декларации для данных режимов, содержащей в себе полную информацию, подтверждающую право на льготы (т.е. документально подтвержденное наличие деятельности в объекте налогообложения).

Выявленные в процессе анализа проблемы и пробелы требуют соответствующего решения. Основными направлениями налоговой политики на 2009–2011 годы, Бюджетными посланиями Президента Российской Федерации было предусмотрено введение налога на недвижимость взамен действующих земельного налога и налога на имущество физических лиц.

Следует принять во внимание то, что для физических лиц налог на недвижимость заменит земельный налог и налог на имущество физических лиц, а для юридических лиц – земельный налог и налог на недвижимость организаций в части недвижимого имущества (зданий и сооружений).

Таким образом, перечисление в местные бюджеты только налога на недвижимость физических лиц, заметно сократит налоговые доходы этих бюджетов. Передача на местный уровень сумм налог, уплачиваемого организациями за недвижимое имущество, входящее в состав жилищного фонда (как это предусмотрено проектом ФЗ № 51763-4), не изменит положении, поскольку, по данным на начало 2008 года, в собственности юридических лиц находится всего 3% жилищного фонда.

Введение налога на недвижимость невозможно без увеличения налоговой нагрузки, поскольку в настоящее время за счет налога на имущество физических лиц и

земельного налога обеспечивается всего 3,7 % местных бюджетов. И даже объединение в местном налоге на недвижимость всех трех имущественных налогов (земельного, налога на имущество физ. лиц, и налога на имущество организаций в части недвижимости) позволит покрыть только 13% расходов местных бюджетов.

Список литературы:

1. О налогах на имущество физических лиц : Закон РФ от 09.12.1991 г. № 2003-1 (с изм. и доп.).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (с изм. и доп.).

3. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая от 5.08. 2000 г. № 117-ФЗ (с изм. и доп.).

4. О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и некоторые другие законодательные акты Российской Федерации: ФЗ РФ от 24.07.2007 г. № 216-ФЗ (с изм. и доп.).

5. О применении Закона РФ «О налогах на имущество физических лиц»: инструкция МНС России от 02.11.1999 г. № 54 (с изм. и доп.).

6. Письмо ФНС РФ от 31.10.2008 N ШС-6-3/787 «О порядке применения ставок налога на имущество физических лиц в отношении физических лиц, применяющих специальные налоговые режимы».

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Насонов Д.М., Мазанкова Т.В.

КООПЕРАЦИЯ ТРУДА. КАК РАЦИОНАЛЬНО ОРГАНИЗОВАТЬ ТРУД ОПЕРАТИВНОГО ТОРГОВОГО ПЕРСОНАЛА

Очевидно, что в условиях рыночных отношений среди факторов конкурентоспособности предприятия повышается значение кооперации труда. Сегодня руководитель предприятия стремится уменьшить затраты на оплату труда в торговле, поэтому прибегает совмещению должностей, профессий, функций и специальностей. В случае же жесткой конкуренции на рынке высокий уровень кооперации часто становится главным аргументом в пользу конкретного предприятия. Поэтому в последние годы руководители предприятий торговли стали уделять повышенное внимание организации труда на предприятии.

Цель работы: показать руководителю предприятия как, с помощью кооперации труда, повысить эффективность использования персонала.

Задачи работы:

1. Выявить сущность, виды, плюсы и минусы кооперации труда в торговле.

2. Изучить формы кооперации применительно к реальному предприятию.

3. Разработать рекомендации для руководителя по применению рациональных форм кооперация.

Объект исследования: магазин традиционного типа ООО «Мурзилка», расположенный по адресу: город Хабаровск, ул. Бондаря, 13

В работе использованы следующие общеэкономические методы: анализ, наблюдение, синтез, функциональный подход.

В учебной литературе достаточно полно освещены понятие и виды кооперации труда [1,2,3]. Встречаются следующие определение кооперации труда:

1) единство, согласованность совместных действий отдельных трудящихся, их коллективов или даже национальных хозяйств в процессе воспроизводства общественно необходимых благ;

2) форма, в которой происходит это объединение трудовой деятельности;

Развитие кооперации труда связано как с прогрессом производительных сил, так и с изменением социально-экономических отношений. Каждый способ производства придаёт кооперации труда специфические конкретно-исторические черты. В то же время кооперации труда свойственны некоторые характеристики, общие для всех видов кооперации. Можно выделить два основных вида:

– простая кооперация – кооперация однородного (одинакового) конкретного труда;

– сложная кооперация – кооперация, основанная на разделении труда.

В статье рассмотрены сущность и виды кооперации труда. Выявлены преимущества и недостатки кооперации. К преимуществам мы отнесли: расширение производственного профиля работников, приобретение ими дополнительных знаний и навыков, повышение квалификации, устранение монотонности труда, экономия численности персонала и сокращение средств на оплату труда. Однако имеют место и некоторые отрицательные моменты: определенные трудности совмещения некоторых профессий связанные с достаточным уровнем квалификации персонала, а также увеличение средств на оплату труда за совмещение.

Далее рассмотрены формы кооперации труда, изложенные в учебной литературе, а также, с целью изучения использования кооперации труда на реальном торговом предприятии проведено наблюдение в магазине ООО «Мурзилка».

С целью изучения реальной практики использования кооперации труда было проведено наблюдение в магазине. Магазин ООО «Мурзилка» является магазином традиционного типа обслуживания. В структуре магазина три отдела: хозяйственно-бытовые товары, продукты, одежда. Численность персонала по состоянию на апрель 2010 года – 10 человек, в том числе: хозяйственно-бытовой отдел – 2 продавца и зав.отделом, продуктовый отдел – 2 продавца и зав.отделом (старший продавец), отдел одежды – 1 продавец (он же зав.отдела), 2 человека – обслуживающий персонал, 1 человек – охранник.

В ходе наблюдения в магазине были выявлены следующие формы кооперации:

1) кооперация труда внутри отделов магазина;

2) кооперация среди своего отдела магазина.

В магазине 4 продавца помимо своей основной работы выполняют работу обслуживающего персонала, так как бывает что по различным причинам (болезни, отпуск) 2 работника, которые занимаются этим, не выходят на работу. В течение продолжительного времени руководитель магазина проводил политику мотивации по отношению к совмещению. Но в кризисный год финансирование сократилось, поэтому продавцы совмещали профессии исключительно, чтобы отделы не простаивали. Работники нехотя выполняют работу по совмещению. Производительность труда в магазине резко упала. Эта проблема стала актуальной для нынешнего времени.

В основном мероприятия по совершенствованию кооперации труда базируются на:

– Организации аттестации рабочих мест;

– Аудиторского анализа использования труда, цель которого – экономичное использование рабочей силы;

Рабочее место – первичное звено в торговле. Организация кооперации труда – это своевременное обеспечение рабочего места всем необходимым для работы.

Организация рабочих мест, как вид деятельности по кооперации труда, требует систематического проведения аттестации рабочих мест, которая позволяет определить технологические отступления от нормативных требований. Аттестация рабочих мест предполагает их полное описание и заключение о соответствии новым требованиям технологии торговли и научной организации труда. По результатам аттестации даются предложения по рационализации рабочих мест. Малоэффективные рабочие места ликвидируются [5].

Анализ теоретических рекомендаций и проблем, выявленных на торговом предприятии ООО «Мурзилка» позволил нам предложить руководству ряд направлений и мер по улучшению использования кооперации в магазине.

I. Необходимо предложить руководителю создать бригады, так как это наиболее прогрессивная и перспективная форма организации труда. С помощью бригад эффективно решать такие задачи, как установление необходимой согласованности в выполнении всех работ по обслуживанию покупателей, рациональное использование торгового оборудования. Все это позволяет обеспечить рост производительности и улучшение качества труда.

При формировании бригад в магазине, а они возможны при такой численности, руководителю необходимо предусмотреть, чтобы:

1) имела место завершенность торгово-технологического процесса или отдельного его этапа, выполняемого бригадой;

2) существовала возможность широкой кооперации труда, совмещения профессий, взаимозаменяемости работников внутри бригады;

3) была возможность измерения конечного результата труда коллектива и деятельности каждого члена бригады;

4) форма кооперации труда соответствовала форме материальной ответственности.

В магазине необходимо создать комплексную бригаду, включающую работников различных профессий и специальностей, выполняющих технически разнородные, но взаимосвязанные работы, охватывающие весь торгово-технологический процесс или отдельные его этапы. Такая бригада характеризуется широким использованием совмещения профессий, это считается ее преимуществом.

Бригадный способ кооперации труда мог бы в дальнейшем помочь в:

1. более эффективном использовании сменного фонда рабочего времени за счет сокращения времени на подготовительно-заключительные работы

2. создании «ленточных» графиков выхода на работу

3. использовании работников с неполным рабочим днем или неполной рабочей неделей, с разделением смены на 2 части (с перерывом в работе свыше 2 часов [3].

II. Для упорядочения работы по рациональной организации совмещения специальностей руководителю магазина необходимо составить и утвердить график выполнения работ по совмещению.

Порядок разработки графика:

1. В каждом отделе магазина по часам определяется количество работников, которые могут быть отвлечены или должны быть привлечены для работы по совмещению профессий. При этом учитывается: наличие резервов рабочего времени исполнителей; несовпадение во времени выполнения этих работ с основной работой; технологическая и функциональная общность основных и совмещаемых функций; территориальная близость; достаточный культурно-технический уровень исполнителей и возможность его повышения.

2. Составляется сводная таблица совмещения профессий и специальностей в магазине.

3. На основе этих данных составляется и утверждается руководителем магазина график работ по совмещению.

Необходимо предусматривать максимально возможное привлечение заведующими небольшими магазинами, а также секциями и их заместителей к работе по

обслуживанию покупателей. Этим работникам устанавливается норма времени работы за прилавком.

III. Руководству предприятия необходимо вернуться к вопросу доплаты персоналу за совмещаемую работу.

Механизмов установления связи «объем дополнительно выполняемых функций – оплата труда» может быть несколько. Возможно установление фиксированного % от оклада за работу по совмещению, или учет совмещения при распределении премий. Возможны также и другие варианты. Но наше твердое убеждение – внедрение дополнительной оплаты повысит заинтересованность работников в выполнении дополнительных функций и обязанностей.

Реализация намеченных рекомендаций позволит предприятию снизить потери рабочего времени, повысить производительность труда и улучшить социально-психологический климат в коллективе предприятия.

Список литературы:

1. Владимирова Л. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях (торговли) : учебник. М. : Дашков и Ко, 2006. 347 с.

2. Дашков Л. П., Памбухчиянц О. В. Организация труда работников торговли. М. : Дашков и Ко, 2009. 259 с.

3. Мазанкова Т. В. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии отрасли (торговли) : курс лекций для студентов специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии отрасли (торговля и общественное питание)». Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2008. 104 с.

4. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М., 2006.

5. Погосян Г. В. Практикум по экономике, организации и нормированию труда. М., 2008.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Нищев А.В., Шлык Н.Л.

СОГЛАШЕНИЯ О РАЗДЕЛЕ ПРОДУКЦИИ: ВОЗМОЖНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОТ ОТКАЗА ИХ ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Международное производственное кооперирование – один из наиболее распространённых видов международных производственно-технических связей фирм.

Три важнейшие формы международного производственного кооперирования:

– подрядное кооперирование, охватывает поставку или обмен между кооперантами комплектующими изделиями для осуществления последующей сборки конечного продукта на предприятии каждого из партнёров, либо одного из них;

– создание совместного производства – предполагает объединение усилий и средств кооперантов для реализации конкретных программ создания и выпуска нового единого конечного продукта;

– договорная специализация, предусматривает осуществление раздела ассортимента продукции между фирмами, объединение их усилий для совместных выступлений на торгах, сотрудничество путём использования свободных мощностей партнёров.

Кооперирование может осуществляться и в рамках соглашения о разделе продукции, данная форма соглашений получила своё развитие в развивающихся странах, у которых нет достаточной базы для развития собственных энергоресурсов.

Инвестор получает необходимые ему энергоресурсы (газ, нефть), которые он может использовать для собственного потребления или реализовать, получив прибыль.

Страна, на чьей территории осуществляется соглашение, получает большой приток денежных средств, развитие производственной базы, доступ к новым технологиям.

В российской Федерации также применяется данная форма сотрудничества, реализуется 3 проекта на основе СРП: Харьягинское нефтяное месторождение (оператор – Total), «Сахалин-1» (оператор – ExxonMobil) и «Сахалин-2» (оператор – Sakhalin Energy).

Проект «Сахалин-2» объединяет нефтяное Пильтун-Астохское месторождение и газовое Лунское месторождение, расположенные на северо-восточном шельфе Сахалина. Срок соглашения составил 25 лет с возможностью продления. Прибыль России от реализации проекта может составить 120 млрд. долларов.

В начале 2009 года был завершён второй этап реализации «Сахалина-2». Он включал в себя:

а) установку второй платформы на Пильтун-Астохском месторождении («Пильтун-Астохская-Б»);

б) установку платформы на Лунском месторождении («Лунская-А»);

в) строительство морских трубопроводов;

г) строительство объединённого берегового технологического комплекса (ОБТК);

д) строительство наземных нефте- и газопроводов на юг острова от точки выхода морских трубопроводов с Пильтун-Астохского месторождения протяжённостью 800 км каждый (строительство окончено в 2008 году);

е) строительство терминала отгрузки нефти;

ж) строительство завода по производству сжиженного природного газа.

Самым значимым событием реализации второго этапа, несомненно, стало введение в эксплуатацию завода по производству СПГ.

Мощность завода оценивается в 9,6 млн. тонн сжиженного газа в год, что эквивалентно 14 млн. м3 газа, экспортируемого через газопроводы.

Весь производимый на заводе газ законтрактован на 20 лет вперёд. Основным потребителем продукции будет Япония (65% экспорта). Доля сахалинского СПГ составит в газовом импорте этой страны около 8% (14 млрд. м3). Газ также будет поставляться на западное побережье Северной Америки (20% экспорта) и в Южную Корею (15% экспорта). Поставки СПГ на российский рынок не планируются.

По прогнозам Cedigaz, ассоциации, предоставляющей информацию по газовой отрасли, в 2010 году доля экспорта СПГ составит 30-31% от всего экспорта природным

газом, а к 2020 году доля СПГ в мировом экспорте природного газа составит около 40%. Таким образом, выход России на международный рынок СПГ – целесообразное решение, продукция завода будет обеспечена спросом, у неё будут постоянные покупатели.

В настоящее время приостановлена дальнейшая практика использования подобных соглашений. Открытия новых проектов разработки месторождений нефти и газа не предвидится. В настоящее время Россия поставила перед собой приоритетную цель борьбы за ресурсы Арктики.

По оценке Геологической службы США (USGS), нефтегазовые ресурсы Арктики составляют 57,3 млрд. т. н.э., по оценкам Министерства природных ресурсов – 90 млрд. т. н.э.

Представление РФ в соответствии с пунктом 8 ст. 76 Конвенции ООН по морскому праву 1982 года было подано в Комиссию ООН по границам континентального шельфа в 2001 году. К нему прила¬гался пакет материалов, полученных в ходе выполнения региональных геоло¬го-физических исследований в Север¬ном Ледовитом океане, которым об¬основывались претензии на 1,2 млн. км2 арктического шельфа с потенциальны¬ми запасами углеводородного сырья в пределах 9-10 млрд. тонн условного топ¬лива (российская оценка).

После рассмотрения материалов Ко¬миссия отказалась дать рекомендацию.

В настоящий момент Россия не располагает достаточными производственными мощностями и технологиями для разработки и добычи углеводородов. Арктика – малоосвоенный регион с неблагоприятными климатическими условиями.

Ситуация с разработкой недр Арктики, богатых ископаемыми углеводородами, не разрешилась ещё в пользу России. Неизвестно, каким будет решение комиссии, разрешат ли нашей стране вести разработку на всей заявленной территории.

Полный отказ от дальнейшего развития проектов на основе СРП на других территориях поспешен.

В настоящее время целесообразнее вновь вернуться к заключению договоров на основе СРП, и разрабатывать месторождения углеводородов на территории России. Только тогда можно вступать в борьбу за ресурсы Арктики.

Список литературы:

1 Герчикова И. Н. Международное коммерческое дело : учебник. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 671 с.

2 Походяева Е. Н. Оценка экологических рисков и экономических доходов от реализации проекта «Сахалин-2» // Современные методы мониторинга морских экосистем. Владивосток. : Изд-во ДВГУ, 2000. 64 с.

3 Музлова Г. СПГ-прогноз: сжижение или сужение? // Нефтегазовая вертикаль. 2008. №21-22. С.48-51.

4 Газовый прорыв // Россия в АТР. 2009. № 1 (10). С. 18-19.

5 Виноградова О. Арктика: ресурсов много, шансов мало // Нефтегазовая вертикаль. 2008. №19. С.45-50.

6 Назарова Ю. Нефть и газ за бесценок // РБК-daily. URL: http://www.rbcdaily.ru/2009/10/15/tek/436456 (дата обращения: 05.04.2010).

7 Ход работ по проекту // Сахалин Энерджи. URL: http://www.sakhalinenergy.com/ru/ataglance.asp?p=aag_main&s=1 (дата обращения: 05.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Овчинникова Е.В., Барчуков А.В.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНСТРУМЕНТОВ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

В конкурентной борьбе большинство предприятий ставит своей целью если не захватить весь рынок, то хотя бы прочно удержаться на нём, и конкурентоспособность – одно из главных условий, дающее предприятиям возможность смело заявить о своем потенциале. Исходя из складывающихся рыночных условий (возможности наращивания объёма продаж, конкуренции на рынке товаров и услуг, роста цен на материалы и расходы на зарплату) целесообразно выбрать при ограниченных ресурсах наиболее эффективный комплекс мероприятий финансового менеджмента по увеличению прибыли. Так, говоря о мероприятиях по повышению конкурентоспособности организации, можно выделить следующие: снижение переменных и постоянных издержек; развитие перспективных направлений; повышение уровня сервиса и качества оказываемых услуг; внешний облик организации и др. Все эти мероприятия прямо или косвенно оказывают влияние на увеличение объёма продаж и, как следствие, чистой прибыли.

Выделение в составе издержек на производство и реализацию продукции переменных и постоянных затрат имеет важное значение при планировании прибыли, формировании производственной программы, определение при ограниченных ресурсах

наиболее эффективных путей улучшения финансового результата. На основе рекомендаций ведущих специалистов в области финансового менеджмента прирост прибыли может быть получен за счёт двух факторов: 1) снижения издержек производства; 2) увеличения объёма продаж. При этом если в затратах компании на производство данного изделия превалируют постоянные расходы, главное внимание следует направить на увеличения объёма продаж за счёт расширения рынков сбыта, а при доминировании в составе издержек переменных расходов при ограниченности ресурсов следует реализовать мероприятия по снижению этих расходов.

Рассмотрим лишь несколько способов повышения конкурентоспособности, в основе которых лежат приёмы и методы финансового менеджмента. В качестве объекта исследования будет выступать ООО «Востокавтоматика», осуществляющая выполнение электромонтажных работ в течение пятнадцати лет и занимающая одну из лидирующих позиций на рынке Хабаровского края. В результате произведённого расчёта эффекта производственного рычага (ЭПР) было выяснено, что при увеличении выручки от продаж на 10 % прибыль увеличится на 18,7 %. Показатель ЭПР был рассчитан при условии, что в структуре издержек наибольший удельный вес занимают переменные издержки (82 % в 2009 г.). Однако, если бы в составе издержек организации наибольшую долю составляли постоянные затраты, то, вероятнее всего, удалось бы добиться большего увеличения прибыли.

Одним из способов повышения конкурентоспособности организации предлагается развитие перспективных направлений. На наш взгляд, одним из таких направлений, способным также обеспечить необходимой прирост объёма продаж, является создание Интернет-магазина. XIX-й век – век Интернет-технологий, и подобное решение способно не только заинтересовать потребителей и создать серьёзное конкурентное преимущество, но и обеспечить необходимое увеличение выручки. Использование Интернет-технологий удобно не только для клиентов в г. Хабаровске, но и далеко за его пределами, т. к. открывается возможность просмотра электронных каталогов и характеристик товаров, покупки и заказа доставки на дом в пределах города, а также заявки на разработку какого-либо проекта в области электромонтажных работ.

При рассмотрении двух альтернативных вариантов финансирования проекта – использования чистой прибыли или кредита стоимостью 18%, очевидный выбор был сделан в пользу финансирования за счёт чистой прибыли. Решающим фактором при выборе источника финансирования стала платность кредита: нет необходимости нести расходы по оплате процентов за использование заёмного капитала. При этом финансовое обеспечение проекта возможно, когда ООО «Востокавтоматика»

располагает величиной чистой прибыли в размере 7 205 тыс. руб. Различия в вариантах финансирования не будут иметь значения при достижении выручки от реализации проекта в размере 45 744,4 тыс. руб., отражающей безразличие альтернатив финансирования в отношении их влияния на чистую прибыль. Однако, на первоначальных этапах осуществления проекта такая выручка практически нереальна.

Результат расчёта другого инструмента финансового менеджмента – эффекта переменных затрат (ЭПЗ) по формуле 3, показал, что при снижении переменных затрат на 10% произойдёт увеличение прибыли на 38,8%. Добиться необходимого изменения величины переменных затрат можно посредством снижения себестоимости продаваемой продукции.

Сделать это возможно с помощью поиска новых поставщиков, продающих оборудование и материалы по более низким ценам.

Так как в основном все поставщики ООО «Востокавтоматика» сконцентрированы в центральной части России, то целесообразным будет производить поиск поставщиков в более ближних регионах, что позволит существенно снизить расходы на транспортировку.

Наибольший эффект будет получен при одновременном использовании рассмотренных подходов к увеличению прибыли, то есть при наращивании объёмов продаж и снижении переменных затрат. Так, одновременное снижение переменных затрат и увеличение выручки дало весьма значительный результат – прирост прибыли составил 96,3 %. Как показал анализ, постоянные издержки занимают относительно небольшую долю в структуре затрат, поэтому их снижение не вызовет существенного увеличения прибыли.

Считается, что основной и самый действенный способ привлечения клиентов и повышения конкурентоспособности организации – снижение цен на товары или услуги. Безусловно, это так, но для рассматриваемой организации – ООО «Востокавтоматика» − снижение цен скажется не самым лучшим образом. Дело в том, что большинство организаций сферы электромонтажных работ в г. Хабаровске по многим продаваемым товарам находятся в одной ценовой категории, поэтому снижение цен попросту нецелесообразно.

Обобщим результаты, полученные в ходе анализа изменения объёма продаж и переменных издержек на величину чистой прибыли в таблице 1.

Таблица 1 – Влияние изменения объёма продаж и переменных издержек на величину чистой прибыли

Показатель	Величина показателя			
	первона чальная	после увеличения объёма продаж на 10 %	после снижения переменных издержек на 10 %	после одновременного увеличения объёма продаж и снижения переменных издержек на 10 %
Переменные издержки, тыс. руб.	37 738	41 512	33 964	33 964
Постоянные издержки, тыс. руб.	8 504	8 504	8 504	8 504
Всего издержки, тыс. руб.	46 242	50 016	42 468	42 468
Выручка от реализации, тыс. руб.	55 971	61 568	55 971	61 568
Прибыль, тыс. руб.	9 729	11 552	13 503	19 100
Рост прибыли к базису, %	–	18,7	38,8	96,3

Таким образом, с помощью регулирования величины переменных затрат и уровня объёма продаж можно добиться существенного увеличения чистой прибыли, которая является залогом финансовой устойчивости и стабильности предприятия, а, следовательно, и конкурентоспособности

Список литературы:

1. Кычанов Б. И. Оптимизация финансовых результатов с учётом соотношения переменных и условно-постоянных расходов / Б.И. Кычанов // Финансовый менеджмент. 2009. № 3. С. 30-35.

2. Лукасевич И. Я. Финансовый менеджмент : учебник / И. Я. Лукасевич. М. : Эксмо, 2007. 768 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Овчинникова Ю.В., Ермолаева В.В.

РОЛЬ, ЗНАЧЕНИЕ И СПЕЦИФИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях имеет специфические особенности, обусловленные законодательством о бюджетном устройстве и бюджетном процессе, Инструкцией по бюджетному учету, другими нормативными документами по учету и отчетности в бюджетных организациях, отраслевой их спецификой. К этим особенностям нужно отнести:

– Организацию учета в разрезе статей бюджетной классификации;

– Контроль исполнения сметы расходов;

– Переход на казначейскую систему исполнения бюджетов;

– Выделение в учете кассовых и фактических расходов;

– Отраслевые особенности учета в учреждениях бюджетной сферы (здравоохранения, образования, науки и другие).

Специфические особенности учета в бюджетных организациях вызывают необходимость дополнить общие задачи бухгалтерского учета более конкретными, как, например, точное исполнение утвержденного бюджета, соблюдение финансово-бюджетной дисциплины, мобилизация средств в бюджет и выявление дополнительных доходов.

Субъекты бюджетного учета подразделяются по бюджетному учету на три группы:

- главные распорядители, распорядители и получатели бюджетных средств;

- органы, организующие исполнение бюджета (финансовые органы);

- органы, осуществляющие кассовое обслуживание исполнение бюджетов (органы Федерального казначейства).

Проблемы функционирования бюджетных учреждений

Проблема для бухгалтеров бюджетных учреждений заключается не столько в применении 26-значной нумерации счетов, сколько в понимании новых методологических принципов организации и ведения бюджетного учета в ходе осуществления бюджетной реформы в стране.

Российская Федерация является участником международных рыночных отношений. Выступая в роли заемщика, Российская Федерация должна иметь серьезные доказательства, позволяющие убедить кредиторов в ее платежеспособности. Именно поэтому в новой Инструкции по бюджетному учету учтены положения документов, устанавливающих международные требования к бюджетному учету и отчетности. Такими документами являются:

– Руководство по статистике государственных финансов, разработанное Международным валютным фондом;

– Международные стандарты финансовой отчетности для общественного сектора, разработанные Международной федерацией бухгалтеров (первые стандарты появились в мае 2000г., к моменту принятия новой Инструкции официально опубликовано 37 стандартов: 29 в старом и 8 стандартов в новой редакции).

Во-вторых, Инструкция по бюджетному учету призвана обеспечить открытость и прозрачность всех операций с государственными финансами, что в свою очередь позволит государству предоставлять общественности полную информацию об ответственности власти за проводимую бюджетную политику, а также о финансовом результате деятельности государства, достигнутом при осуществлении этой политики. Разумеется, получаемая в бюджетном учреждении информация будет определять и дальнейшие направления налоговой реформы в Российской Федерации, а также служить основой уточнения государственной социальной политики.

Как и в развитых странах с рыночной экономикой, в России во главу угла должны быть поставлены интересы налогоплательщиков, формирующих доходы бюджетов. Налогоплательщики должны точно знать, на какие цели расходуются вносимые ими в бюджет деньги, достаточно ли этих средств для удовлетворения интересов общества и насколько эффективно органы государственной власти распоряжаются полученными средствами.

В-третьих, необходимо обеспечить единство бюджетного учета при исполнении бюджетов любых уровней, имеется в виду совершенствование межбюджетных отношений в Российской Федерации, а также обеспечение денежно-кредитной политики государства, основанной на безусловном обособлении государственных финансов от частных.

Государство с опубликованием новой Инструкции по бюджетному учету надеется, что с изданием Инструкции национальная система бюджетного учета в Российской Федерации становится на один уровень с передовыми образцами систем бюджетного учета других стран. Это должно позволить формировать не только собственную бюджетную отчетность РФ, понятную внутренним пользователям, но и финансовую отчетность в общепринятом смысле этого слова, которая станет понятной широкому кругу внешних пользователей.

Применение новых нормативных актов по бюджетному учету столкнется не только с организационными и техническими трудностями, но и поставит новые проблемы места и роли бюджетного учета и бюджетного бухгалтера в системе управления государственными и муниципальными финансами. Таким образом, можно выделить следующие проблемы бюджетного учета в современных условиях:

– необходимость разработки стандартов бюджетного учета;

– децентрализация регулирования и необходимость консолидации финансовой отчетности по всей Российской Федерации;

– соотношение бюджетного и коммерческого учета;

– трансформация национальных традиций бюджетного учета;

– соотношение правил бухгалтерского учета и требований к представлению информации в финансовой отчетности;

– кадровые и организационно-технические проблемы.

В настоящее время практика утверждения и доведения лимитов бюджетных обязательств до главных распорядителей и получателей бюджетных средств отличается от норм, закрепленных Бюджетным кодексом Российской Федерации. Статьей 223 БК РФ, например, предусмотрено, что лимит бюджетных обязательств определяется и утверждается на период, не превышающий три месяца. В соответствии с Постановлениями Правительства РФ в 2000-2001гг. лимиты бюджетных обязательств утверждались на девять месяцев, а по отдельным кодам экономической классификации расходов бюджетов Российской Федерации (110721 «оплата отопления и технологических нужд»; 110722 «оплата потребления газа»; 110723 «оплата потребления котельно-печного топлива»; 110730 «оплата потребления электрической

энергии» и 110740 «оплата водоснабжения помещений») они утверждались на год. Такая практика, направленная на предотвращение несанкционированной кредиторской задолженности, к сожалению, не только противоречит бюджетному законодательству, но и лишает возможности активно использовать механизм изменения лимитов бюджетных обязательств, в том числе в условиях поступления доходов сверх сумм, предусмотренных законом о бюджете.

Фактическая задержка в утверждении сводной бюджетной росписи и лимитов бюджетных обязательств – одна из причин неравномерности финансирования бюджетных расходов в течение финансового года, из-за которой треть годовых назначений приходится на последний квартал, а нередко – и на последний месяц. В этих условиях бюджетным учреждениям трудно заключать договоры на выполнение капитального ремонта, приобретения оборудования и прочих договоров. Кроме того, подобная ситуация приводит к необоснованному появлению кредиторской задолженности у бюджетных учреждений.

Сегодня у бюджетных учреждений отсутствуют нормативно установленные нормы расходов по каждому виду затрат; планирование расходов производится по ограниченному кругу затрат; кроме того, в связи с нестабильной экономической ситуацией в стране постоянно возникают непредвиденные расходы аварийного характера.

При исполнении сметы доходов и расходов руководитель бюджетного учреждения не имеет права самостоятельно перераспределять бюджетные ассигнования по видам расходов. Вносить изменения в реестр финансирования может только главный распорядитель бюджетных средств, что требует дополнительного документального оформления и ведет к задержкам в финансировании. Выходом из данной ситуации является укрупнение кодов бюджетной классификации по видам расходов, близких по экономическому содержанию, позволяющее обеспечить большую маневренность в использовании бюджетных средств для решения задач, возложенных на бюджетное учреждение.

Также негативной тенденцией в функционировании современных учреждений является особенно низкий уровень оплаты труда, что вызвано несоответствием существующей системы оплаты труда на основе единой тарифной сетки уровню квалификации и профессионализма работников, наличием уравниловки в оплате труда, отсутствием реальных стимулов к повышению квалификации.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Огнева М.М., Зикунова И.В.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА 2008 ГОДА В РОССИИ

Что такое кризис? И откуда он берётся? Финансовый кризис – резкое уменьшение стоимости каких-либо финансовых инструментов. В течение XIX и XX веков большинство финансовых кризисов ассоциировалось с банковскими кризисами и возникающей при этом паникой. Наиболее известным кризисом этого рода было начало Великой депрессии. Экономисты так и не пришли к единому мнению о причинах Великой депрессии. Но они более или менее сошлись на основных причинах кризиса 2008-2009 года. По оценке Всемирного банка, российский кризис 2008 года «начался как кризис частного сектора, спровоцированный чрезмерными заимствованиями частного сектора в условиях глубокого тройного шока: со стороны условий внешней торговли, оттока капитала и ужесточения условий внешних заимствований»

Основные причины кризиса 2008 года:

1) Владимир Путин критикует «Мечел»; 24 июля 2008 года на правительственном совещании в Нижнем Новгороде, посвящённом проблемам в металлургической отрасли, руководство компании подверглось резкой критике со стороны Председателя правительства России В. В. Путина, который обвинил компанию в продаже сырья за рубеж по ценам в два раза ниже внутренних (это может быть свидетельством ухода от налогообложения). После заявления Путина капитализация «Мечела» на Нью-

Йоркской фондовой бирже рухнула на 37,6 %. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) возбудила дело по факту завышения «Мечелом» внутренних цен на коксующийся уголь по сравнению с экспортными.

2) начало Войны в Южной Осетии; Другим фактором ускоренного, по отношению к американскому индексу Доу-Джонса, падения фондового рынка в России стал, по мнению ряда аналитиков и экономистов, российско-грузинский военный конфликт.

3) 26 августа 2008 года последовало международно-правовое признание Россией независимости Абхазии и Южной Осетии. Через 3 дня Грузия разорвала дипломатические отношения с Россией.

Другим негативным фактором для России, как нетто-экспортёра углеводородного сырья, стало резкое падение с исторического пика в средине июля 2008 года цен на нефть: 16 октября 2008 года нефть марки Urals упала ниже 70 долларов за баррель – уровня, исходя из которого на 2009 год бюджет рассчитан как бездефицитный.

За два наиболее критичных месяца (начало августа – начало октября 2008 года) капитализация российского фондового рынка снизилась на 51,7 %, в то время как капитализация фондовых рынков развивающихся стран в целом упала только на 25,4 %.

4) Алексей Кудрин заявляет, что «системный кризис отсутствует»; Исходя из сделанных 19 января в Гонконге заявлений заместителя Председателя Правительства РФ Алексея Кудрина, «Независимая газета» делала вывод, что в 2009 году Россию ждёт стагфляция: сочетание спада при сохранении высокой инфляции, и что правительство смирилось с неизбежностью подобного негативного сценария. В этот же день российский фондовый рынок испытал сильнейшее падение в 2009 году: индекс РТС потерял 6,2 %, опустившись до отметки 531,66 пункта – минимального уровня с июля 2004 года; индекс ММВБ в валютном выражении потерял 5,4 %.

5) Пакет мер по спасению основных банков;

6) Глобальный финансовый кризис октября 2008 года; В октября 2008 последовал глобальный финансовый кризис, сообщалось, что «за последние полгода российский рынок потерял около 70 % капитализации, тогда как остальные страны потеряли около 25 или 30 %» также СМИ России впервые сообщали о «выходе кризиса в народ».

G – Президент Дмитрий Медведев объявляет дополнительное финансирование поддержки финансовой системы. 31 октября председатель правительства В. Путин объявил о возможном сокращении расходов бюджета и госмонополий; дальнейшая поддержка бизнеса должна будет осуществляться преимущественно без дополнительных расходов государства.

Тем не менее, большинство экспертов уверенно: кризис закончился, и начался экономический рост. Пока еще он очень медленный и малозаметный, но самое страшное время мы уже пережили. Я считаю, что кризис был неизбежен. Но не по причине ипотечных кредитов (это уже следствие), а потому, что только труд, производительный труд, реальный труд, а не имитация труда создают общественный продукт. И где труда мало, а потребности высоки, – там и возникает кризис.

Список литературы:

1. О несостоятельности (банкротстве): ФЗ РФ от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2005. №10.

2. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : учебник. М. : Финансы и статистика, 2000.

3. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование : учеб. пособие для вузов. М.: Инфа-М, 2000.

4. Горемыкин В. А. Планирование на предприятии : учебник. М. : Филинъ, 2000.

5. Ильин А. И. Планирование на предприятии : учеб. пособие. в 2 ч. Ч 1. Стратегическое планирование. М.: Высшая школа, 2004.

6. Лопушинская Г. К. Планирование в условиях рынка : учеб. пособие. М. : Дашков и Ко, 2003.

7. Прокопчук Л. О. Стратегическое планирование : учеб. пособие для вузов. СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2000.

8. Сафронов Н. А. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие для вузов. М.: Экономистъ, 2004.

17. Боумэн К. Основы стратегического менеджмента : пер. с англ. М. : Юнити, 2001.

18. Якубова Л. М. Специфика антикризисного планирования // Вестник ТИСБИ. 2003 №1.

19. URL: http://www.cfin.ru/press/management/2003-1/03/shtm.

20. URL: http://www.cnfp.ru/publish/journal/2008/2008-12-philosophy.pdf.

21. URL: http://vkrizis.ru/addon.php?addon=hronic.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Пекарь К.В., Ламашева Ю.А.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УЧАСТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ СТРАН АТР

Современная стадия мирового хозяйствования характеризуется нарастанием процесса глобализации и одновременно с этим заметной активизацией интеграционных процессов.

Коренная тенденция перехода к новой глобальной расстановке сил – все более отчетливое смещение центра мировой политической и экономической «гравитации» в сторону Азиатско-Тихоокеанского региона.

Еще в конце XIX века бывший госсекретарь США Дж. Хей высказался о том, что Средиземное море – океан прошлого, Атлантический – океан нынешнего времени, а Тихий океан – океан будущего.

В данной работе рассмотрен один из уровней становления открытого азиатского регионализма – форум Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество» (АТЭС) и перспективы участия Российской Федерации в интеграционных процессах стран АТЭС. Цель исследования - обозначить место АТЭС в системе международных экономических отношений. Задачи исследования – раскрыть уникальность форума АТЭС, обозначить цели и приоритеты сотрудничества, а также обозначить интересы, проблемы и перспективы участия Российской Федерации в интеграционных процессах стран Тихого океана и внести предложения по выявленным проблемам.

Актуальность данной работы связана с тем, что форум АТЭС, объединяющий 21 государство Азиатско-Тихоокеанского региона, сосредотачивает в себе крупные экономические, финансовые, технологические, человеческие ресурсы и, что особенно важно, значительный производственный и инновационный потенциал и, по мнению аналитиков, утверждается в качестве крупнейшего, набирающего все больший вес межправительственного экономического объединения АТР.

В странах АТЭС сосредоточено около 153,6 млрд. баррелей нефти, что составляет 12,8% от общемирового запаса, 58,85 трлн. куб. метров газа (34% общемировых запасов), 265737 млн. тонн каменного угля (около 55%) и 430293 млн. тонн бурого угля (60%). По данным Oil & Gas Journal, опубликованным в январе 2007 год, в странах – членах АТЭС проживают 2,5 млрд. человек, что составляет 40% мирового населения[1]. В регионе располагаются колоссальные финансовые ресурсы - крупнейшие банки мира - Industrial & Commercial Bank of China, China Construction Bank, американский JP Morgan Chaise, City Bank.

Кроме того, в странах АТЭС сосредоточен огромный научно-технический потенциал. По отдельным отраслям страны АТЭС занимают лидирующие позиции. Роль этого региона определяет мировую динамику и мировой экономический потенциал. Совокупный ВВП этих стран превышает 27,5 трлн. долл (2008 г.), что составляет 60% общемирового показателя. На их долю приходится более 50 % мировой торговли.

Интеграционный процесс в странах АТЭС имеет определенную специфику.

Во-первых, следует отметить значительную дифференциацию стран в экономическом, политическом и социально-культурном развитии. Во-вторых, здесь в основу межстранового сотрудничества положено стимулирование контактов между деловыми кругами, а не межправительственные соглашения. В-третьих, особенностью сообщества является наличие нескольких субрегиональных группировок в рамках АТЭС – АСЕАН, НАФТА, АНЗЕРТА, зона свободной торговли между Чили и Мексикой, между Канадой и Чили. Наконец, особенностью является и отсутствие взаимных обязательств, связывающих страны в выполнении принятых решений.

Различные по уровням развития страны сотрудничают как равноправные партнеры. Участие в форуме АТЭС позволяет стране получать выгоды, используя дополнительные ресурсы для достижения целей экономического развития. Курс на либерализацию всегда был приоритетным для стран АТЭС. Поэтому лидерами стран

[1] URL: http://www.ogj.ru.

АТЭС было принято решение о формировании в рамках форума экономического сообщества, главная цель которого – создание свободной торговой и инвестиционной зоны к 2010 г. для промышленно развитых стран-участниц, и к 2020 г. – для прочих государств. Мировой финансовый кризис скорректировал данные сроки. Кроме того, в регионе предполагается создание валютного союза.

В настоящее время широко обсуждается вопрос о необходимости активизации участия РФ в интеграционных процессах АТЭС с целью упрочнения позиций экономики нашей страны в мировом хозяйстве. Однако дискуссионным остается вопрос о модели включения России в азиатские интеграционные блоки. Членство России в АТЭС было официально оформлено на саммите в Куала-Лумпуре (Малайзия, 1998 г.). Говоря о современном состоянии сотрудничества, необходимо отметить, что спустя десять лет пребывания России в АТЭС она стала активным и инициативным партнером в глазах других членов АТЭС.

Лично экс-президент В.В. Путин регулярно принимал участие в саммитах АТЭС (кроме саммита в Лос-Кабосе, Мексика, в октябре 2002 г.). Расширяется участие российских представителей в заседаниях рабочих и экспертных групп АТЭС по вопросам торговли, инвестиций, финансов, малого и среднего предпринимательства, рыболовства, стандартизации, в проводимых форумом выставках и семинарах. Успехом России является проведение атэсовских мероприятий на ее территории.

Россия и страны АТЭС, как отмечалось выше, выгодно дополняют друг друга с точки зрения возможностей капиталовложений, развития научно-технического потенциала, наличия крупных запасов природных и трудовых ресурсов. Динамично растет доля стран АТЭС в внешнеторговом обороте России (прежде всего КНР, Республики Корея, Японии). Осуществляется инвестиционное сотрудничество (проекты Сахалин-1, Сахалин-2), миграционное сотрудничество, а также научно-техническое сотрудничество по вопросам окружающей среды.

Таким образом, по своему характеру, целям и составу участников АТЭС является довольно нетипичной для сегодняшнего мира региональной группировкой. Сохраняя консультативный статус, АТЭС фактически превращается в достаточно эффективный механизм, в рамках которого вырабатываются и реализуются региональные правила ведения торгово-экономической, научно-технической и инвестиционной деятельности, а также международного бизнеса.

Вектор на сотрудничество со странами АТЭС стал в последние годы для России одним из основных. Несмотря на определенные препятствия как внешнего, так и

внутреннего характера, сотрудничество осуществляется весьма успешно, однако пока в основном благодаря богатому ресурсному потенциалу российского Дальнего Востока.

Сырьевая модель интеграции Дальнего Востока в АТЭС не является приоритетной для России, поскольку ориентация на сырьевой и ресурсный потенциал достаточно опасна для долгосрочного динамического развития, как региона, так и России в целом.

России насущно необходима долгосрочная стратегия в Восточной Азии и Азиатско-Тихоокеанском регионе, выстроенная в жесткой последовательности: интересы – цели – задачи – угрозы – решения, стратегия с ясными целями, прагматичными задачами и достижимыми результатами. Необходимо создание и поддержание (причем на мировом уровне) единого российского информационно-аналитического пространства, нацеленного на приобщение России к Восточной Азии и АТР. Необходимы принципиальные и решительные действия, направленные, в первую очередь, на укрепление и развитие интеллектуальной и кадровой составляющих этого пространства.

Список литературы:

1. АТЭС. Внешняя торговля Россия и АТЭС, ЕС, ОЭСР, 2005. спец. выпуск.
2. Борисов А. Будьте готовы к саммиту АТЭС // Экономика и жизнь 2007. №4.
3. Говоркин Н. Г. Стратегические приоритеты вхождения России в интеграционное поле АТЭС // Внешнеэкономический бюллетень. 2004. №1. С. 9-14.
4. Гончаренко С. Саммит АТЭС в Окленде // Проблемы Дальнего Востока. 2000. №1. С. 14-15.
5. Иванов О. Дебют России в АТЭС // Мировая экономика и международные отношения. 1999. №3. С.56.
6. Игнатов А. Россия и АТЭС // Международная жизнь. 2007. №11. С. 56-68.
7. Ишаев В., Минакир П.А. Дальний Восток: реальности и возможности экономического развития. Хабаровск: ДВО РАН, 1998.
8. Костюнина Г. М. Азиатско-Тихоокеанская экономическая интеграция. М. : РОСПЭН, 2002.
9. Курский С. И. Зоны свободной торговли АТЭС и АСЕАН и перспективы участия в них России // Финансы и кредит. 2006. №24. С. 43-49.
10. Ларин В. Л. Азиатско-Тихоокеанский регион в начале XXI века: вызовы, угрозы, шансы Тихоокеанской России. Владивосток : ДВО РАН, 2010.
11. Минакир П. А. Дальний Восток России: проблемы и перспективы интеграции в АТР. Россия в АТЭС. М., 2001.

12. Минакир. Экономика регионов. Дальний Восток. Хабаровск, 2006.

13. Потапов М. Перспективы АТЭС и экономическая интеграция в Восточной Азии // Проблемы ДВ. 2007. №1. С 61-68.

14. Потапов М. Экономические итоги саммита АТЭС в Сиднее // Проблемы ДВ. 2008. №2. С. 101-110.

15. Потапов М. АТЭС в условиях финансового кризиса (экономические итоги саммита АТЭС в Лиме) // Проблемы ДВ. 2009. №2. С. 55-65.

16. Путин В.В. Россия: новые восточные перспективы // Внешнеэкономический бюллетень. 2000. №12. С 4-6.

17. Россия в АТР №3 (12) – сентябрь 2009.

18. Троекурова М. Россия и АТЭС: перспективы сотрудничества в новых условиях// Проблемы ДВ. 2004. №1. С. 48-59.

19. Троекурова И. Модели интеграции российского ДВ в АТЭС // Проблемы ДВ. 2005. №2. С. 63-80.

20. Федотов В. Россия и АТЭС // Проблемы ДВ. 2004. №2.

21. Цветов П. АТЭС и Россия // Азия и Африка сегодня. 2008. №1. С. 61-63.

22. Шлык Н. Л. Дальний Восток России. Проблемы включения в интеграционные процессы в рамках АТЭС / Шлык Н. Л., Шлык Е. В. – Владивосток : Издательство Дальневосточного университета, 2005.

23. Шлык Н. Л, Мировая экономика (современные тенденции развития) : учебное пособие. Хабаровск, 2006.

24. Михеев В. В. Глобализация мировой экономики и азиатский регионализм: вызовы для России? // Проблемы Дальнего Востока. 1999. №2. С. 63-72.

25. Щенин Р. Международные интеграционные объединения на региональных пространствах мира// Международная экономика. 2005. №5. С. 22-34.

26. URL: http://128.128.5.20/tmp/418518.htm (дата обращения: 18.11.2009).

27. URL: http://128.128.5.20/tmp/418756. htm (дата обращения: 18.11.2009).

28. URL: http://www.nasledie.ru/oboz/N5-6_01/5-6_12.HTM (дата обращения: 30.11.2009).

29. URL: http://www.interfax-russia.ru/FarEast/main.asp?id=133922 (дата обращения 11.04.2010).

30. URL: http://www.luxurynet.ru/russian-market/4789.html (дата обращения 11.04.2010).

31. URL: http://www.unece.org/trans/doc/2008/wp5/ECE-TRANS-WP5-2008-21-inf12 strategy_e.pdf (дата обращения 11.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Перевалова А.В., Чекурда Т.П.

ОПЫТ СОЗДАНИЯ ЕДИНОЙ КОЛЛЕКТИВНОЙ ВАЛЮТЫ

Коллективная валюта – валюта, используемая для международных расчетов в рамках межгосударственных экономических соглашений. Применявшиеся до 1964 г. системы расчетов и кредитования: система двустороннего клиринга, трехсторонних клиринговых зачетов и многостороннего клиринга, не могли активно способствовать расширению внешней торговли и в целом обеспечить эффективное содействие развивающемуся межгосударственному экономическому сотрудничеству.

Ввиду этого возникла необходимость введения в действие новой системы расчетов и создания коллективного кредитно-расчетного и валютно-финансового центра стран–членов СЭВ (Совет Экономической Взаимопомощи). И результатом совместных усилий стран стало создание особой, можно сказать, оригинальной системы взаимных расчетов с использованием коллективного расчетного и платежного средства – переводного рубля – и сосредоточением расчетов в специально созданном Международном банке экономического сотрудничества (МБЭС). Для повышения роли валютно-финансовых и кредитных отношений страны СЭВ изучали и осуществляли экономические и организационные мероприятия по укреплению и усилению роли коллективной валюты – переводного рубля, с тем чтобы она в полной мере выполняла основные функции международной социалистической валюты. Коллективная валюта должна была эффективно обслуживать валютно-экономические связи стран СЭВ, обеспечивать социалистическим странам возможность принимать экономически

обоснованные решения и в перспективе использоваться в расчётах с третьими странами.

Основными нормативными документами, которые определили новый порядок валютно-финансовых отношений между странами-членами СЭВ (Совет Экономической Взаимопомощи), являлись подписанное 22 октября 1963 г. Соглашение о многосторонних расчетах в переводных рублях и организации Международного банка экономического сотрудничества, а также Устав этого банка, составляющий неотъемлемую часть Соглашения.

Расчеты, обусловленные двусторонними и многосторонними соглашениями и отдельными контрактами о взаимных поставках товаров, а также соглашениями о других платежах, между социалистическими странами-членами СЭВ с 1 января 1964 года производятся в переводных рублях.

Каждая страна-член МБЭС, участвующая в системе многосторонних расчетов по условиям Соглашения от 22 октября 1963 года обеспечивала сбалансирование поступлений и платежей в переводных рублях в целом со всеми другими странами-членами МБЭС и своевременное и полное выполнение своих платежных обязательств в переводных рублях перед этими странами, а также перед МБЭС. Указанным соглашением была введена новая международная валюта – переводный рубль, которая стала являться коллективной международной социалистической валютой. Золотое содержание переводного рубля составляет 0,987412 граммов чистого золота. Переводный рубль стал служить масштабом цен товаров во взаимном товарообороте стран СЭВ.

Переводной рубль – коллективная валюта стран СЭВ, которая была предназначенна для обслуживания системы их многосторонних расчетов. Стабильность покупательной силы переводного рубля обеспечивалась твёрдо установленным золотым содержанием, устойчивостью внешнеторговых цен, планомерным характером взаимной торговли и расчётов стран-участниц. Источником получения переводного рубля для каждой страны выступала кредитование импорта ее товаров и услуг странами-участницами системы многосторонних расчетов. Основу системы расчетов в переводных рублях создавало многостороннее балансирование товарных поставок и платежей.

Переводной рубль эмитировался коллективным банковским учреждением – МБЭС, имел самостоятельный валютный курс: устанавливались его котировки не только к свободно конвертируемым валютам, но и к некоторым замкнутым денежным единицам – индийской рупии, египетскому фунту, турецкой лире и др. В переводных рублях формировались капиталы банковских институтов – МБЭС, Международного

инвестиционного банка, а также финансировалась деятельность ряда международных организаций и объединений в рамках СЭВ.

Таким образом, действие системы расчетов в переводных рублях между социалистическими странами заключалось в следующем:

– переводной рубль, учрежденный в качестве наднациональной денежной единицы группой тесно сотрудничающих стран, был первой в мире коллективной валютой, получившей широкое применение в международной расчетной практике;

– именно страны СЭВ первыми доказали принципиальную возможность создания – в условиях утраты золотом свойств мировых денег – международного расчетно-платежного средства договорного типа и продемонстрировали, каким образом можно использовать именно коллективную валюту, а не национальные денежные единицы отдельных государств для совершения расчетно-платежных и кредитных операций по обслуживанию внешнеэкономического оборота в течение длительного времени и в крупных масштабах.;

– владельцами и пользователями переводного рубля были только сами государства, которые наделяли соответствующими прерогативами государственные банковские учреждения – центральные или внешнеторговые банки (по одному в каждой стране). Негосударственные структуры, а тем более физические лица, владеть и распоряжаться этой валютой не могли, так что переводной рубль функционировал как валюта сугубо межгосударственного оборота;

– присущее валютной монополии стремление сосредоточить национальные деньги во внутреннем обращении и полностью отключить их от внешней среды в концепции переводного рубля абсолютизировалось настолько, что коллективная валюта оказалось совершенно изолированной от внутренних экономик и национальных денежных единиц членов коллектива. Страны, совместно управлявшие переводным рублем, ориентировали его базовые характеристики – покупательную способность и валютный курс – не на собственные критерии и показатели, а на критерии и показатели стран совершенно иной общественной системы;

– торговля на базе мировых цен, формировавшихся в регионах с конвертируемыми валютами, и механизм курсовых котировок к этим валютам во главе с долларом фактически лишали переводной рубль статус коллективного представителя денежных единиц стран, его создавших.

Действенность и работоспособность расчетно-платежной системы, основанной на переводном рубле, подтверждается тем бесспорным фактом, что этот механизм на протяжении целой исторической полосы обеспечивал последовательный рост

взаимного товарообмена в пределах одного из крупнейших регионов мира, способствовал развитию производственных, технических, инвестиционных и иных фор взаимного сотрудничества, поднимавшегося в ряде случаев до степени экономической интеграции. Несмотря на многочисленные осложнения и конфликты мирового и регионального характера (энергетический кризис, чехословацкие события, афганская война), расчеты в переводных рублях помогали поддержать более или менее нормальную внешнеэкономическую деятельность между участвующими сторонами без чрезвычайных нарушений взаимных платежных балансов и расходования резервов дефицитных конвертируемых валют.

Список литературы:

1. Альтшулер А. Б. Сотрудничество социалистических государств. Расчеты, кредиты, право. М., 1973. - гл. 5, 8.
2. Баладин С. // Банковское дело. 2009. №2. С. 99-103.
3. Борисов С.М. РУБЛЬ: золотой, червонный, советский, российский… Проблема конвертируемости. М. : ИНФРА-М, 1997. С. 205-212.
4. URL: www.biografia.ru.
5. URL: www.wikipedia.org.ru.
6. URL: www.kommersant.ru.
7. Краткий экономический словарь. М., 1987. 382 с.
8. Мазанов Г . Г. Международные расчёты стран-членов СЭВ. М., 1970. 187 с.
9. Малинина Е. В. Роль формирования единого валютного пространства на территории СНГ // Финансы и кредит. 2009. № 6. С. 66-71.
10. Международные валютно-кредитные отношения : ечебное пособие. СПб. : Знание, ИВЭСЭП, 2002. С. 272.
11. Навой А. В. История формирования валютного курса рубля в СССР // Деньги и кредит. 2005. № 1. С. 54-62.
12. Саркисянц А. Есть ли альтернатива доллару? // Бухгалтерия и банки. 2009. №6. С. 43-51
13. Соглашение о многосторонних расчетах в переводных рублях от 22.10.1963 г.
14. Справочник по внешней торговле СССР. М., 1958. 99 с.
15. Царевски Н. Международные валютно-финансовые отношения при социализме. София, 1969. 243 с.
16. Шагалов Г. П. Проблемы валютно-финансовой интеграции государств СНГ // Российский внешнеэкономический вестник. 2007. №1. С. 54-59.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Писаренко Т.С., Мазанкова Т.В.

КАК УПРАВЛЯТЬ ТЕКУЧЕСТЬЮ КАДРОВ В ТОРГОВЛЕ

Проблема текучести кадров на предприятиях торговли не нова, но актуальна и на сегодняшний день. Этот вопрос для предприятий всегда является самым затратным, а для работников болезненным.

Имеют место следующие негативные последствия [7]:

– текучесть кадров ухудшает моральный климат в коллективе, что препятствует созданию команды,

– в условиях высокой текучести сложно проводить мероприятия, требующие продолжительного временного периода, в том числе создание и развитие корпоративной культуры;

– выбывший сотрудник уносит с собой накопленные знания и приобретённые навыки им навыки и может реализовывать их уже на благо конкурирующих субъектов;

– уход из коллектива явного лидера или руководителя может повлечь за собой уход всего коллектива.

И как следствие излишне затрачиваются такие важные ресурсы как время, деньги и психологическое равновесие всего коллектива.

Конечно, нельзя говорить, что текучесть несёт только отрицательные последствия. А именно – новые кадры могут приносить новые идеи и предложения для совершенствования деятельности предприятия.

Нами проанализированы коэффициенты, характеризующие движение персонала трёх хабаровских торговых предприятий (таблица 1).

Значение коэффициентов сильно различаются по отдельным предприятиям.

Согласно литературе шкала уровней текучести [3] следует значение коэффициента текучести как:

– 0-10 % – низкий уровень;

– 10-20% – нормальный уровень;

– 20-30% – средний уровень;

– 30-40% – высокий уровень;

– 40-50% – кризисный уровень.

Согласно этой шкале, за 2009 год ООО «Компания АЮСС» имеет низкий уровень текучести, ООО «Хабаровская Империя Пицца» – нормальный уровень, а ООО «Поликор» – средний.

Таблица 1 – Динамика коэффициентов приёма, выбытия и текучести кадров торговых предприятий [4, 11, 15]

ООО «Компания АЮСС»			
Год	К приёма	К выбытия	К текучести
2007	19,2	13,6	8
2008	8,69	17,39	10,43
2009	36,11	5,55	3,88
ООО «Хабаровская Империя Пицца»			
2008	28		28
2009	50		19
ООО «Поликор»			
2007	39	54	25
2008	39	47	25
2009	42	26	29

Возникает вопрос, какой уровень текучести считать нормальным для организации, и как избежать излишней «негативной» текучести.

Так как текучесть определяется количеством работников, уволившихся по собственному желанию в совокупности уволенными по иным причинам по отношению к среднесписочной численности сотрудников всего предприятия, то в первую очередь стоит обратить внимание на категорию «увольнение по собственному желанию».

Согласно статистическому сборнику «Труд и занятость в Хабаровском крае» [12] уволившихся по причине «по собственному желанию» в общем числе выбывших

работников составляют 70,9% в 2007 году и 74,1% в 2008 году. В сфере торговли этот же показатель ещё выше – 85,8% в 2007 году и 91,3% в 2008 году.

Рассмотрим эту причину более подробно. Стоит уточнить, почему же именно работники увольняются «по собственному желанию». Как показывает практика работы, во многих трудовых коллективах самыми распространёнными причинами бывают:

– неприязненные (в т.ч. личные) отношения с руководством;

– неблагоприятный, конфликтогенный климат в коллективе, частые конфликты между сотрудниками;

– несправедливая структура оплаты труда;

– нестабильность оплаты труда;

– сложные и неоптимизированные графики и режимы работы;

– тяжёлые условия труда;

– отсутствие возможности самореализации и карьерного роста;

– личные причины (беременность, болезнь, переезд в другой город и т.д.).

Руководству предприятия не следует пускать ситуацию на самотёк. Необходимо разработать и внедрить комплекс мер, направленных на удержание текучести в нормальных рамках. Исходя из рассмотренных в различных источниках рекомендаций, можно составить следующий порядок работы.

1. Разделить всех уволенных сотрудников по категориям. Например, высшее звено руководства, среднее, низшее и исполнители. Или по функциональным особенностям – отдел маркетинга, финансовый отдел, отдел закупок, производство и т.д. Так же можно разделить уволенных сотрудников по продолжительности проработанного в данной организации срока.

2. Для того чтобы проводить подобный анализ необходимо наличие соответствующих данных. Для получения таких данных, можно разработать и ввести в кадровую политику такой инструмент, как анкетирование увольняющихся сотрудников.

3. Для индикации проблем, связанных с текучестью кадров, можно рассчитать коэффициент текучести, который будет оптимальным в данной организации для конкретной категории работников.

4. Если же установлено, что текучесть на предприятии имеет отрицательный характер, то, проанализировав основные причины такой тенденции, следует начать с пересмотра всей кадровой политики организации.

Для того предотвращения негативных последствий текучести в процессе осуществления управления персоналом следует контролировать такие аспекты как:

– условия труда работников;

– возможности для самореализации и продвижения по службе для сотрудников;

– эффективность процедуры отбора и оценки кандидатов.

Таким образом, можно говорить о необходимости применения системных решений, когда задействованы различные взаимосвязанные методы и инструменты основных функций менеджмента - планирования, организации, мотивации и контроля.

Список литературы:

1. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами 8-е изд./ Пер. с англ. Под ред. С.К. Мордовина. СПб. : Питер, 2007. 832 с.

2. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент : учебник. 3-е изд. М. : Экономистъ, 2003. 528 с.

3. Глазов М. М. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник. СПб.: ООО «Андреевский издательский дом», 2006. 448 с.

4. Горемыкин Т. В. Оценка эффективности использования персонала и пути её повышения (на базе материалов ООО «Компания АЮСС»). Хабаровск, 2010.

5. Грэхем Х. Т., Беннетт Р. Управление человеческими ресурсами : учеб. пособие для вузов / пер. с англ. под ред. Т. Ю. Базарова и Б. Л. Еремина. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 598 с.

6. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия, 4-е изд.: пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 1008 с.: ил.

7. Лысков А. Ф. Текучесть персонала: причины, последствия, способы оптимизации // Кадры предприятия. 2004. №3.

8. Нанка С. Технология подбора персонала (на примере розничной торговой сети «Утконос») // Человек и труд. 2008. №9.

9. Психология в отборе персонала / Д. Купер, А. Робертсон. СПб. : Питер, 2003. 240 с.

10. Райхельд Фредерик Ф., Тил, Томас. Эффект лояльности движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности : пер. с англ. М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. 384 с.

11. Син. Н. Ч. Текучесть персонала на торговом предприятии и пути её сокращения (на базе материалов ООО «Хабаровская Империя Пицца»). Хабаровск, 2010.

12. Труд и занятость в Хабаровском крае. стат.сб. / Хабаровскстат. г. Хабаровск, 2009. 136 с.

13. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел.Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. / пер. с англ. под ред. Кулибановой В.В. СПб. : Питер, 2002. 752 с.

14. Хьюзлид Марк А., Беккер Брайн И., Битти Ричард В. Оценка персонала: как управлять человеческим капиталом, чтобы реализовать стратегию : пер. с англ. М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2007. 432 с.

15. Шамрай М. В. Совершенствование системы управления персоналом предприятия (на базе материалов ООО «Поликор»). Хабаровск, 2010.

16. Шейл П. Руководство по развитию персонала. 2-е изд. СПб. : Питер, 2004. 240 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Плотницкая Е.Н., Солдаткина О.А.

ПРОБЛЕМА ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИИ МСФО ДЛЯ НЕПУБЛИЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В данной работе сделана попытка раскрыть природу МСФО для малых и средних предприятий (далее МСП), сферу их применения, цели и пользователей. Автором проведен анализ основных отличий данного стандарта от полного комплекта МСФО, приведены виды упрощений, представлены сведения о международной практике в отношении применения стандарта для малых предприятий. И в заключении, указаны проблемы, с которыми могут столкнуться российские предприятия при внедрении МСФО для МСП, и предложены соответствующие рекомендации. Для России вопрос об МСФО для МСП так же актуален, так как новые стандарты с 2010 года стали разрешены к применению. Автором осуществлен перевод английской версии стандарта и методических материалов на русский язык.

Наиболее значимой причиной разработки МСФО для МСП является тот факт, что в большинстве стран МСП обязаны подготавливать финансовую отчетность и проходить обязательный аудит. Но тенденция перехода на МСФО, существенно усложнила их деятельность, так как подготовка отчетности в соответствии с полным комплектом МСФО становится не только дорогой, но иногда и непосильной для МСП, так как требует высокой квалификации бухгалтеров. Существенным является и тот факт, что в некоторых странах применяются свои собственные стандарты, которые мало

регулируются, а, вследствие, не находят доверия кредиторов и других поставщиков капитала.

Решение всех этих проблем было возложено на МСФО для МСП.

Сфера применения МСФО для МСП, цели, пользователи

В отличие от полного комплекта МСФО, МСФО для МСП разрешены для применения лишь теми организациями, которые отвечают определению малых и средних, представленному в первом разделе стандарта. Согласно определению, к МСП относятся непубличные компании, составляющие финансовые отчеты общего назначения для внешних пользователей.

Целью стандарта был упрощенный и автономный набор учетных принципов, основанных на полной версии МСФО, но подходящий средним, мелким и микро-компаниям.

Отличия МСФО для МСП от полного комплекта МСФО, содержание, упрощения

Базой при разработке МСФО для МСП стал полный комплект МСФО, который был модифицирован и существенно упрощен. МСФО для МСП является самостоятельным документом, его объем составил 230 страниц (для сравнения, полный текст МСФО без интерпретаций включает 2325 страниц). Стандарт разбит на 35 секций, также прилагается глоссарий и ссылочная таблица. Иллюстративные финансовые отчеты, представления и раскрытия опубликованы в отдельном буклете.

МСП могут самостоятельно выбрать, применять ли ей стандарт для малого бизнеса или полный комплект МСФО. Но выбор ограничен только этими двумя вариантами. Однако, организация, применяющая МСФО для МСП, может применить стандарт МБС (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка», но данной возможностью можно воспользоваться только в целом. Это единственная ссылка на полный текст МСФО.

Согласно пресс-релизу, опубликованному Советом по МСФО, было решено произвести следующие упрощения полного комплекта МСФО: изъяты стандарты полного комплекта МСФО не применимые в отношении МСП, существенно сокращены альтернативы в учете, упрощены методы признания и оценки элементов финансовой отчетности, уменьшено число требуемых раскрытий.

Так были изъяты следующие стандарты:

– Прибыль на акцию, так как этот стандарт применяется организациями, чьи обыкновенные акции или потенциальные обыкновенные акции обращаются на открытом рынке или находятся в процессе подготовки к выпуску на открытый рынок;

– Операционные сегменты, так как этот стандарт применяется организациями, чьи долговые или долевые инструменты обращаются на открытом рынке либо которые представляют финансовую отчетность в целях вывода своих финансовых инструментов на открытый рынок соответствующему органу;

– Промежуточная отчетность, так как в данном стандарте говорится о том, что на практике в силу местных требований, промежуточную отчетность публикуют те организации, финансовые инструменты которых обращаются на открытом рынке;

– «Договоры страхования», так как страховые операции являются признаком наличия «публичной отчетности»;

– «Активы для продажи», отказ от этого стандарта является из всего перечисленного единственным реальным освобождением для малого бизнеса.

Кроме того, были произведены следующие упрощения:

– согласно секции 5 малым и средним предприятиям разрешается представлять единый отчет о результатах хозяйственной деятельности и реинвестированной прибыли вместо отчета о совокупном доходе и отчета об изменении капитала, если изменения в капитале в отчетном периоде вызваны полученными прибылью или убытками, выплатой дивидендов, корректировками ошибок предшествующего периода, изменениями в учетной политике. Также не предусмотрено тщательное раскрытие операций дисконтирования. При функциональной классификации затрат, отсутствует необходимость раскрытия информации по источникам затрат. Немаловажным отличием является наличие только трех статей прочего совокупного дохода;

– согласно секции 4 МСП разрешается не представлять отчет о финансовом положении на начальную дату самого раннего сравниваемого периода, если компания ретроспективно пересматривает статьи финансовой отчетности;

– согласно секции 8 существенно сокращен список раскрытий в связи: с отсутствием некоторых раскрытий в силу ограниченности сферы действия стандарта; с заменой некоторых раскрытий более упрощенными их вариантами; с иными нуждами пользователей данного вида отчетности при раскрытии информации;

– согласно МСФО для МСП применяются две оценочные категории финансовых инструментов (в полном комплекте МСФО их четыре):

– «базовые» финансовые инструменты, которые оцениваются по амортизируемой себестоимости с применением эффективной процентной ставки;

– «дополнительные» финансовые инструменты, такие как котируемые долевые инструменты, привилегированные акции, деривативы, которые оцениваются по справедливой стоимости через прибыль и убытки.

– согласно секции 13 допускается оценка материалов при отпуске в производство методами: ФИФО и средневзвешенной. Метод ЛИФО запрещен к применению;

– основные средства учитываются по первоначальной стоимости за минусом накопленной амортизации и убытков от обесценения. Учет по переоцененной стоимости, применяемый в полном комплекте МСФО запрещен. Параметры амортизации подлежат пересмотру только при возникновении особых условий;

– затраты на разработку НМА признаются текущими расходами периода, в которым они были понесены. НМА также как и гудвилл подлежат амортизации, а в случае, если срок полезного использования не определен амортизируются в течение 10 лет. Параметры амортизации пересматриваются при возникновении условий их возможного изменения (в полном комплекте МСФО параметры амортизации пересматриваются ежегодно). НМА тестируются на обесценение только в тех случаях, если имелись факторы их возможного обесценения. По сравнению с учетом в крупных компаниях, где существуют две стадии – исследования (когда затраты на исследуемый проект списываются на затраты периода) и разработки (когда капитализируются в составе нематериального актива, в учете малого и среднего бизнеса все затраты на исследования и разработки всегда относятся на расходы периода;

– долговые затраты, связанные с получением квалифицируемых активов, признаются текущими расходами периода, в котором были начислены (в полном комплекте МСФО данные затраты капитализируются в стоимости квалифицируемого актива в периоде его подготовки к использованию);

– оценка биологических активов осуществляется по первоначальной стоимости – амортизация - обесценение или справедливой стоимости, когда она надежно определима без чрезмерных усилий (в полном комплекте применяется справедливая стоимость);

– на все виды государственной помощи распространяется секция 24. Для малого и среднего бизнеса государственные гранты признаются в качестве дохода периода, в котором удовлетворены все условия предоставления гранта, либо немедленно, если грант предоставляется без каких-либо условий. При этом величина дохода равна справедливой стоимости актива полученного или подлежащего получению (в соответствии с МСФО грант может отражаться и в качестве уменьшения первоначальной стоимости актива);

– согласно секции 26 «Выплаты, основанные на долях в капитале», для оценки расходов при отсутствии рыночных котировок применяется оценка справедливой стоимости, сделанная руководством организации;

– согласно секции 28, изменения обязательств по отношению к уже заработанным сотрудниками пенсиям, немедленно отражаются в отчете о прибылях и убытках. Запрещен метод 10%-ого коридора, разрешается не использовать метод прогнозируемой единицы;

– для оценки инвестиций в зависимые организации используются: долевой метод, модель себестоимости, учет по справедливой стоимости (при наличии рыночных котировок). Метод пропорциональной консолидации, разрешенный в полном комплекте МСФО, запрещен. В случае потери контроля над дочерней компанией нет указаний к действию, за исключением того, что материнская компания учитывает оставшуюся инвестицию в дочернюю компанию по первоначальной стоимости;

– инвестиционная собственность малого и среднего предприятия согласно секции 16 оценивается по первоначальной или справедливой стоимости (если не требует чрезмерных затрат и усилий). Стандарт не требует раскрытия информации о справедливой стоимости инвестиционного имущества, учитываемого по первоначальной стоимости. В отличие от полного комплекта МСФО, МСФО для малого и среднего бизнеса признает дивиденды от инвестиции, отражаемой по себестоимости, как до приобретения, так и после, в отчете о прибылях и убытках;

– платежи с использованием акций, расчет по которым осуществляется ценными бумагами, учитываются по справедливой стоимости этих передаваемых в оплату услуг ценных бумаг. В отсутствии активного рынка расходы малого и среднего бизнеса по таким бумагам могут определяться исходя из предположений менеджмента. Для крупных предприятий должны использоваться расчетные модели;

– согласно стандарту курсовые разницы, первоначально признанные в прочем совокупном доходе, в дальнейшем не реклассифицируются в прибыль и убытки при выбытии соответствующей инвестиции, нет необходимости ведения накопительного учета таких курсовых разниц.

МСФО для МСП практика применения в мире

МСФО для МСП были выпущены в июле 2009 года и уже приблизительно 50 юрисдикций или уже внедрили стандарт, или официально заявили о своем желании сделать это в течение ближайших лет. В Великобритании, и в Северной Ирландии эти стандарты уже выпущены – с предложением заменить собой местные стандарты финансовой отчетности для малых предприятий к 2013 году. ЮАР уже внедрила

стандарт. Европейская Комиссия сейчас находится в процессе обсуждения того, разрешить или же сделать обязательным применение стандарта. Бразилия, Аргентина и Чили начали публичные консультации. Хотя Австралия и Канада, не собираются внедрять стандарты, большинство МСП в этих государствах не имеют официальных, обязательных к применению стандартов, а значит, они могут использовать МСФО для МСП по желанию.

Мировой Банк, Международная федерация бухгалтеров, Ассоциация присяжных дипломированных бухгалтеров, Европейская федерация бухгалтеров, Американский институт сертифицированных присяжных бухгалтеров, Институт присяжных бухгалтеров Англии и Уэльса и Южноафриканский институт сертифицированных присяжных бухгалтеров поддержали идею внедрения МСФО для МСП.

Возможности МСФО для МСП в России

Не смотря на мировой экономический кризис в период с 2007 по 2009 год в России возросло количество мелких и средних предприятий, которые пока не работают с международными поставщиками, покупателями и инвесторами, но, в дальнейшем, предполагают подобное сотрудничество. Руководители предприятий уже задумываются над переходом на МСФО для МСП. Однако здесь возникает масса проблем:

1. Переход на МСФО для МСП связан с существенными затратами на внедрение новой системы, они ниже, чем на составление полных МСФО, тем не менее, они так и остаются существенны, а иногда непосильны.

Рекомендации: необходимо создание конкурентно способной среды в области переобучения кадров; разработка четкого плана перехода на МСФО для МСП, разработка четкого бюджета; подготовка специалистов, которые оказывали бы организациям помощь в переходе; поощрение организаций уже перешедших на МСФО для МСП государством и банками.

2. Отрицательно влияет разная степень понимания необходимости перехода на МСФО для МСП, что обусловлено влиянием сложившейся континентальной модели ведения учета.

Рекомендации: главная цель МСФО для МСП – не привлечение инвесторов и выход на международный рынок, а умение извлечь точные показатели о своей деятельности из финансовой отчетности для принятия управленческих решений. Важно понимание о возможности сопоставимости показателей своей организации с показателями зарубежных компаний, возможности оценки своих действий. Несомненно, также необходим государством пересмотр политики налоговых органов.

3. Многие инвесторы, а вместе с ними и руководители компаний ставят под сомнение прозрачность и информативность отчетов по МСФО для МСП, так как они значительно сокращены по сравнению с полными МСФО.

Рекомендации: очевидно, что как бы хорошо не была составлена отчетность, ее всегда не будет достаточно для нужд инвесторов. Также, у организаций присутствуют коммерческие тайны, которые просто нецелесообразно раскрывать. Если инвестор имеет контроль для компаний, то любая информация будет доступна ему без каких-либо трудностей. Кроме того, раскрытие всей информации, будет еще и более затратным.

4. Одной из целей МСФО для МСП является обеспечение сравнимости отчетности компаний различных стран мира, но, при внедрении МСФО для МСП множество компаний могут избрать подход, которому будет характерно наличие минимальных отличий от РСБУ.

Рекомендации: Необходимо урегулирование различий в подходах к учету в России и закрепленных в МСФО для МСП.

Сравнимость отчетности различных компаний даже составленная на основе МСФО для МСП пока также останется низкой, это связано с трудностями, при первых трансформациях отчетности, однако, безусловно, сравнимость отчетности в соответствии МСФО для МСП будет гораздо выше.

В настоящий момент проблемой является и отсутствие массового распространения стандарта на русском языке, а также низкая информационная поддержка нововведения.

Преимущества МСФО для МСП очевидны. Стандарт будет способствовать отражению реальной стоимости активов предприятий, а значит, и их инвестиционной привлекательности, улучшению инвестиционного климата всей страны, а значит и растущей конкурентоспособности экономики. Применение МСФО в России приведет интенсивному сотрудничеству России с международным сообществом.

Однако, для успешного внедрения его, необходимо выработать стратегию этого перехода, с учетом российского опыта ведения бухгалтерского учета. На взгляд автора, роль государства должна быть значительной, но необходимо обеспечение наглядности целесообразности перехода МСП на МСФО для МСП. Необходима организация специальных массовых программ и семинаров для переобучения бухгалтеров, аудиторов и сотрудников налоговых органов, минимизация различий в учете элементов отчетности в соответствии с российским законодательством и в соответствии с МСФО для МСП, а также введение изменений в учебные планы ВУЗов, разработка специализированных информационных систем.

Несмотря на ограниченные возможности применения в России, МСФО для МСП, в силу своих преимуществ, найдет своих последователей и будет способствовать дальнейшему распространению МСФО по всему миру.

Список литературы:

1. Бикина Ю. В. Комментарий к международному стандарту финансовой отчетности для малых и средних // Горячая линия бухгалтера. 2009. №17-18.

2. Диденко Н. Н. МСФО для малых и средних предприятий (письмо-комментарий) // Экономика. 2009. № 9.

3. Гетьман В. Г. Современный этап развития международных стандартов финансовой отчетности и вопросы подготовки в вузах кадров бухгалтеров и аудиторов // Все для бухгалтера. 2007. №21.

4. Гетьман В. Г. Международная стандартизация бухгалтерского учета и финансовой отчетности на малых предприятиях // Международный бухгалтерский учет. 2009. №5.

5. Модеров С. В. Малый и средний бизнес получат доступ к международному финансированию: октябрь 27,2009 // Институт проблем предпринимательства.

6. Сухарев И. Р. Международные стандарты для малого бизнеса // Международный бухгалтерский учет. 2009. №10.

7. Шелагинов В. Е. Международные стандарты финансовой отчетности для малых и средних предприятий (комментарии к проекту для обсуждения, опубликованному советом по МСФО) // Международный бухгалтерский учет. 2008. № 2.

8. Совет по МСФО. URL:http://www.iasb.org (дата обращения: 12.03.2010).

9. Mario Christodoulou Standards set for adoption across the globe // Accountancy Age. 2010.

10. IFRS for SMEs International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities: July 9, 2009 // International Accounting Standards Board.

11. Illustrative Financial Statements Presentation and Disclosure Checklist IFRSfor SMEs International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

12. IFRS survey 2009 for private companies: 2009 // Deloitte Development LLC.

13. Paul Pacter IFRS for SMEs A summary: August 2009 // International Accounting Standards Board.

14. International Financial Reporting Standard for Small and Medium-sized Entities (IFRS for SMEs) Basis for Conclusions: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

15. IFRS for SMEs Fact Sheet 2009: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

16. IFRS for small and medium-sized entities Pocket guide : July 9. 2009 // PricewaterhouseCoopers.

17. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs:Module 1 – Small and Medium-sized Entities: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

18. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 3 – Financial Statement Presentation: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

19. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs : Module 5 – Statement of Comprehensive Income and Income Statement: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

20. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 10 – Accounting Policies, Estimates and Errors: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

21. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 16 –Investment Property: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

22. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 21 – Provisions and Contingencies: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

23. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 24 – Government Grants: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

24. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 32 – Events after the End of the Reporting Period: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

25. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 4 – Statement of Financial Position: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

26. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 8 – Notes to the Financial Statements: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

27. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 13 – Inventories: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

28. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 17 – Property, Plant and Equipment: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

29. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 23 – Revenue: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

30. IASC Foundation: Training Material for the IFRS for SMEs: Module 25 – Borrowing Costs: July 9. 2009 // International Accounting Standards Board.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Попова Н.Н, Бочкарева Т.А.

К ВОПРОСУ ОБ УПРАВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫМИ СРЕДСТВАМИ

Денежные средства выступают в качестве посредника во всех расчетах, и для обеспечения нормального кругооборота средств, ведения деятельности в условиях рыночной экономики необходимо правильно и своевременно выполнять все расчеты. Эффективность расчетных операций во многом зависит от состояния бухгалтерского учета, анализа и аудита денежных средств, расчетных и кредитных операций. Для стратегического управления предприятием важен не только общий объем денежных ресурсов, но и величина денежного потока, интенсивность его движения в течение года. Концепция денежных потоков предприятий возникла в США в середине 50-х годов XX в., и разработка основных ее положений принадлежит зарубежным экономистам. Среди авторов, чьи работы переведены на русский язык, проблемы управления денежных потоков предприятия рассматривают Л. А. Бернстайн, Ю. Бригхем, Дж. К. Ван Хорн, Б. Коласс, Б. Райан, Ж. Ришар, Д. Стоун, Д. Г. Сигл, К. Хитчинг, Э. Хел-ферт и др.

В последнее годы данные проблемы находят отражение и в работах отечественных экономистов: В. Г. Артеменко, И. Т. Балабанова, В. В. Бочарова, А.И. Ковалева, В. В. Ковалева, М. Н. Крейнина, Н. А. Никифорова, В. П. Привалова, Е. С. Стоянова, Т. В. Теплова, А. Д. Шеремета и других авторов.

Однако комплексные публикации, посвященные исследованию учета, аудита и анализа практически отсутствуют. В связи с тем, что концепция денежных потоков

возникла сравнительно недавно, в литературе отсутствуют не только единые понятия (терминология), относящиеся к денежным потокам, но и их общепризнанное определение.

Так, в экономической литературе широко применяются следующие словосочетания «денежные потоки», «финансовые потоки», «движение денежных средств», «движение денежных потоков», «движение потоков денежных средств» или cash flow. Это затрудняет восприятие излагаемых вопросов, а иногда приводит и к снижению практической значимости теоретических разработок.

Что же такое денежные потоки? На этот вопрос нет однозначного ответа. Среди экономистов сложилось неоднозначное толкование данного понятия. Как известно, в экономике есть два основных способа измерения величин: на определенную дату (остаток) и за определенный период (поток).

При первом способе фиксируется моментное состояние, при втором — движение. Исходя, из этого наиболее распространены два определения денежных потоков.

Авторы первого (Б. Коласс, Ж. Ришар, Э.И. Крылов и др.) определяют денежные потоки как разницу между полученными и выплаченными предприятием денежными средствами за определенный период времени.

Согласно мнению сторонников другой позиции (И.Т. Балабанова, Г.В.Савицкой, А.В. Кузьменкова, М.В. Новикова и др.), денежные потоки предприятия представляют собой движение денежных средств за определенный период времени.

Так как поток означает движение, то денежные потоки предприятия – это движение денежных средств, т.е. их поступление (приток) и использование (отток) за определенный период времени.

Следовательно, для реальной оценки финансового результата деятельности любого предприятия в первую очередь необходима информация о состоянии его финансовых ресурсов и их движении во времени, т.е. о денежных потоках.

Таким образом, денежный поток – это объем денежных средств, который получает или выплачивает предприятие в течение отчетного или планируемого периода.

Анализ денежных потоков проведем на примере ФГУП «179 СРЗ» МО РФ. Предприятие создано 20 ноября 1910 году, является правопреемником государственного предприятия «Амурский судоремонтный завод ВМФ». Предприятие находится в ведомственном подчинении Министерства обороны Российской Федерации, является коммерческой организацией.

Федеральное государственное унитарное Предприятие «179 судостроительный завод» Минобороны России создано в целях производства продукции, выполнения

работ и услуг для нужд Министерства обороны, а также удовлетворения других общественных потребностей и получения прибыли (для проведения навигационного, текущего, среднего и докового ремонта кораблей и судов водоизмещением до 800,0 тонн различного назначения ВМФ, ФСБ и гражданского флота различных проектов).

Анализ состава и движения денежных средств на ФГУП «179 СРЗ» МО РФ показывает, что движение денежных средств имеет место только по текущей деятельности. Что касается инвестиционной и финансовой деятельности, то по ним движения денежных средств не было.

Между тем необходимо отметить, что руководству завода следовало бы более серьезно относиться к возможностям предприятия увеличить поступление денежных средств как по инвестиционной, так и по финансовой деятельности. Это позволило бы укрепить экономическое положение предприятия, а заодно способствовало бы снижению предпринимательского риска.

Результаты анализа показали, что и в 2008 и в 2009 гг. завод испытывал нехватку денежных средств для проведения расчетов по обязательствам. Остатки денежных средств на счете на начало 2010 г. составили 46 тыс. руб., или 1,02% к валюте баланса. В течение года произошло снижение на 1874 тыс. руб.

Основной показатель, характеризующий способность завода генерировать денежные средства – наличие чистых денежных средств. При анализе выявлено, что в последние 8 лет завод имеет отрицательную величину (отток значительно превышает приток). Постоянный дефицит денежных средств приводит к росту просроченной задолженности завода по кредитам банку, поставщикам, персоналу по оплате труда, в результате чего увеличивается продолжительность финансового цикла и снижается рентабельность капитала предприятия.

Анализ показал, что распределение абсолютных и относительных показателей притока и оттока денежных средств по кварталам в 2008 и 2009 гг. был не равномерным. Такой вывод сделан на основе коэффициент равномерности притока оттока фактических величин относительно их среднеарифметического и среднеквадратических значений, (наибольший разброс квартальных значений был в 2009 году, амплитуда колебаний составила 35850 тыс. руб.).

При анализе выявлено, что наличие значительных убытков, превышающий отрицательный чистый денежный поток на 27%, может быть связан с недостаточной степенью генерирования дебиторской задолженности.

Период оборота денежных средств составил 120,5 в 2008 г. и 139,8 дней в 2009 году. Таким образом, произошло замедление периода оборота денежных средств на

19,3 дней, что характеризует деятельность завода отрицательно. Этому в большей мере способствовало замедление оборачиваемости запасов ТМЦ и особенно дебиторской задолженности.

Анализ уровня достаточности денежных средств показал, что имеет место значительность несбалансированность денежных средств, об этом свидетельствует низкое значение коэффициента (0,41).

В 2009г. ситуация на ФГУП «179 СРЗ» значительно ухудшилась, выросла сумма убытков, объем незавершенного производства увеличился в связи с непоступлением денежных средств на завершение заказов.

Ввиду минимального остатка денежных средств и убытка в размере – 18116 тыс. руб., о значении коэффициента рентабельности чистого денежного потока говорить не имеет смысла и при анализе необходимо определять величину убытка, приходящегося на 1 рубль денежных средств. Положительную оценку движению денежных средств можно дать в случае снижения убытка и увеличения остатков денежных средств. При анализе данных завода выяснилось, что размер убытка на каждый рубль денежных средств увеличился на 36% в динамике. Следует отметить, что в анализируемом периоде не привлекались средства из внешних источников причиной является то, что коммерческие банки, зная критическое финансовое состояние и в виду его некредитоспособности не могут дать заводу кредиты и займы.

Таким образом, анализ денежных потоков ФГУП «179 СРЗ» МО РФ показал, что в отчетном периоде ситуация с обеспеченностью завода денежными средствами значительно ухудшилась. Отрицательная тенденция наблюдается по показателю рентабельности чистого денежного потока, что объясняется значительным ростом убытков от основной деятельности.

В такой ситуации руководству завода необходимо особое внимание уделять вопросам управления денежных потоков.

Результаты анализа считаются удовлетворительными, если сумма поступивших денежных средств превышает израсходованную ее часть.

Для оперативного управления денежными потоками составлен платежный календарь (план платежей с указанием точной даты), в котором с одной стороны отражен график поступления денежных средств от всех видов деятельности в течении прогнозного периода (на 10 дней), а с другой стороны – график предстоящих платежей (налогов, выплаты заработной платы, формирования запасов, погашение кредитов и процентов по ним). Платежный календарь даст возможность осуществлять оперативный контроль за поступлением и расходованием денежных средств,

своевременно фиксировать изменение финансовой ситуации и вовремя принимать меры по обеспечению платежеспособности.

Уменьшить дефицит денежного потока можно за счет мероприятий, способствующих ускорению поступления денежных средств и замедлению их выплат. В этих целях следует осуществить переход на полную или частичную предоплату продукции покупателями, сокращение сроков предоставления им товарного кредита, увеличение ценовых скидок при продажах за наличный расчет. Необходимо применение мер для ускорения погашения просроченной дебиторской задолженности (векселей, факторинга), привлечение кредитов банка, продажа или сдача в аренду неиспользуемой части основных средств, увеличение собственного капитала и т.д.

Замедление выплаты денежных средств достигнуто за счет приобретения долгосрочных активов на условиях лизинга, переоформления краткосрочных кредитов в долгосрочные, увеличения сроков предоставления предприятию товарного кредита по договоренности с поставщиками, сокращения объемов инвестиционной деятельности.

Для повышения эффективности управления денежными средствами необходимо планировать денежные потоки, для чего можно составлять план доходов и расходов на год по видам деятельности с разбивкой по месяцам, а для оперативного управления — по декадам или пятидневкам.

Если прогнозируется положительный остаток денежных средств на протяжении довольно длительного периода времени, следует предусмотреть пути их выгодного использования. В отдельные периоды может возникнуть недостаток денежной наличности. Тогда нужно спланировать источники привлечения заемных средств.

Из-за специфики деятельности, связанной с оборонным характером производства, у завода имеются ограничения в источниках пополнения денежных средств и финансовой маневренности — возможности по своему усмотрению оперативно «перебрасывать» финансовые ресурсы с одного участка на другой при возникновении новых привлекательных возможностей производства и сбыта. В результате таких ограничений завод вынужден выполнять заказы, не приносящие прибыли.

Организация считается стабильно развивающейся, если ее деятельность обеспечивает оптимальное соотношение поступления и использования денежных средств, достаточное для осуществления финансовых вложений и основной деятельности.

Решение комплекса аналитических задач рекомендуется закрепить за финансовой службой, что позволит восстановить платежеспособность и повысить эффективность управления денежными потоками и всей деятельностью предприятия.

Список литературы:

1. Абрютина М. С. Анализ финансово – экономической деятельности предприятия: Учебное практическое пособие / М. С. Абрютина. М. : ПРИОР, 2009.

2. Савицкая Г. В Управление финансовым состоянием предприятия. М. : Финансы и статистика, 2010.

3. Маркарьян Э. А. Финансовый анализ. М. : ПРИОР, 2009.

4. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, В. П Суйц. М. : «ИНФРА-М», 2008.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Разуваева О.А., Ихсанова Т.П.

РОЛЬ ВЕКСЕЛЕЙ В ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОПЕРАЦИЙ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ

Вексель – разновидность кредитных денег, уже несколько столетий применяющийся в мировой торговой практике, и только в последние несколько лет осваивается российскими предприятиями и банками на внутреннем рынке, хотя в России, как показывает история и существовала нормативная база для его использования. Вексельное обращение становится особенно актуально в наше время финансового кризиса. Таким образом, знание вексельного обращения необходимо, как и фондовым брокерам, так и работникам финансовых отделов предприятий.

Залоговые операции

Весьма распространены в банковской практике кредиты под залог ценных бумаг. Ценные бумаги (акции, облигации, векселя и т.д.) используются в качестве обеспечения при предоставлении ломбардного кредита (а также при получении ломбардного кредита в Центральном банке); контокоррентного кредита; кредитов на покупку ценных бумаг, в

Ссуды под залог векселей

Ссуды под залог векселей бывают либо срочными, когда владелец векселей обязан выкупить их у банка в заранее установленный срок, либо онкольными, т.е. ссудами до востребования, возврата которых банк вправе потребовать в любое время.

Для выдачи кредита под залог векселей банк определяет максимальный размер ссуды, размер залога и соотношения между обеспечением и задолженностью по счету, величину процента и комиссии в пользу банка. В кредитном соглашении оговаривается право банка обращать в погашение долга суммы, вносимые векселедателями для оплаты векселей, а при отсутствии таковых – выручку от реализации товаров и услуг, поступающую на расчетный счет клиента.

Способствуя превращению капитала из иммобильной формы долговых обязательств в мобильную форму ликвидных средств, учет векселей и ссуды под залог векселей содействует ускорению кругооборота денежных средств и тем самым расширению и активизации деятельности клиентов банка.

Комиссионные операции с векселями

Помимо кредитных и учетных операций с векселями банк может производить комиссионные операции. При этом векселя предъявляются держателями в банк не с целью получения денежных средств до наступления срока платежа (как при учете векселей и ссуде под их залог), а исходя из соображений удобства получения платежа по векселю в срок и по месту его выдачи. Роль банка в данном случае сводится лишь к роли комиссионера, исполняющего поручения клиента получить платеж по векселю.

Переучет и перезалог векселей в Центральном банке

Ориентируясь на максимизацию прибыльности вексельных операций, коммерческие банки, осуществляющие учет и ломбард векселей за счет ресурсов, полученных в Центральном банке путем перезалога или переучета векселей, стремятся увеличить доходную маржу и, следовательно, установить процентные ставки по активным операциям (учету и залогу) выше ставок по пассивным операциям (рефинансированию и редисконтированию в Центральном банке). Таким образом, официальные учетная и ломбардная ставки, как правило, оказываются более низкими, нежели частные дисконты и ссудные ставки.

Конкретные частные дисконты и ломбардные проценты определяются исходя из:

- класса клиентов;
- сроков векселей;
- индивидуальных показателей финансового состояния векселедателей.

Таким образом, основные направления функционирования и развития рынка векселей определяются Центральным банком и реализуются посредством осуществления определенной учетной политики и политики рефинансирования.

Дисконтная политика является основой денежно-кредитного регулирования и управления деятельностью коммерческих банков и включает в себя как прямые

ограничения учета и переучета векселей, так и определение пределов процентной ставки по переучету векселей.

Политика рефинансирования, касающаяся операций коммерческих банков с векселями, осуществляется посредством регулирования величины процентной ставки по ссудам под залог векселей, а также количественных и качественных ограничений в отношении размеров и доходов векселей, под залог которых Центральный банк может предоставлять кредит коммерческим банкам. В зависимости от приоритетов экономического развития Центральный банк, изменяя условия дисконта и ломбарда, а также уровень учетной и ломбардной ставки, воздействует на спрос и предложение на рынке ценных бумаг, регулирует степень кредитоспособности и ликвидности коммерческих банков, а также объем денежной массы в стране.

Цена векселя и его доходность

Цена – дисконт или процентная ставка - векселя имеет региональный и отраслевой аспект; отличается она также по эмитентам и по различным выпускам одних и тех же эмитентов; есть различия исходя из методов (местной валютой, конвертируемой валютой или товарными поставками и оказанными услугами) и места погашения векселя. Нередко векселя продаются значительно ниже номинальной цены. При прочих равных обстоятельствах это определяется недостаточно развитым вексельным рынком. В таких случаях вложения кредитора при реализации векселя компенсируются значительно ниже оптимально возможного уровня. Поэтому создание и развитие вексельного рынка помогают оптимизировать ценовые параметры движения векселей.

Текущая цена векселя рассчитывается путем деления причитающихся процентов за весь срок жизни векселя на число дней и затем полученную сумму, представляющую из себя дневную ставку, относят к величине общей основной задолженности и умножают на количество дней, прошедших с момента начала жизни векселя, и все это присоединяется к основной задолженности.

Например, вексель с номиналом в 1000 денежных единиц, выпущенный на 90 дней с доходом 18% продается на 40-й день своей жизни. Его текущая цена будет 1080 денежных единиц (18%:90=0,2%; 0,2%* 1000*40:100%= 80; 80+1000=1080).

Цена векселя определяется следующими обстоятельствами:

1. Банковской процентной ставкой.
2. Уровнем ликвидности векселя. Чем больше спрос и предложение на вексель, тем при общих равных обстоятельствах цена на него выше.
3. Уровень развития торговли векселями. Чем больше сделок совершают трейдеры, тем меньше дисконт (или процентная ставка) и ниже брокерские комиссионные.

4. Вероятностью платежа по векселю и уровнем доверия к (а) эмитенту; (б) гаранту; (в) плательщику (для переводного векселя).

5. Развитостью информационной системы.

Накладные расходы

Оценивая эффективность вексельных инвестиций, не надо забывать и о расходах по хранению бумаги, если, конечно, вы не опасаетесь кражи. В банке-эмитенте эта операция, как правило, бесплатна, для других векселей устанавливаются тарифы порядка 0,5–1,5% годовых от номинала векселя. Кроме того, доходы от вложений в векселя облагаются налогом по ставке 13%. Погашать векселя можно непосредственно у эмитента либо через маркет-мейкера. Последний вариант удобнее, если векселедатель находится в другом городе, но требует дополнительных расходов. Посредники берут за услугу порядка 0,05% от номинала векселя.

Преимущества и недостатки вексельного кредитования банком

Как у всякого явления или процесса, у вексельного кредитования есть свои преимущества и недостатки. И хотя, на первый взгляд, преимущества могут показаться не такими уж весомыми, в определенных ситуациях они все-таки являются решающими при выборе, как источников финансирования, так и способов расчетов с контрагентами.

Главная привлекательная черта вексельного кредита для заемщика – его относительная дешевизна. Хотя процедура получения вексельного кредита практически ничем не отличается от аналогичной процедуры при обычном кредитовании, процентная ставка по вексельному кредиту составляет всего от 6 до 14% годовых в зависимости от срока кредита, состояния заемщика, предоставленного обеспечения и т.д. по сравнению с 25–28% годовых по коммерческим кредитам.

Также к преимуществам относятся:

– возможность осуществлять расчеты между контрагентами даже при наличии у них картотеки неоплаченных требований к расчетному счету;

– для осуществления расчетов не требуется готовить, подписывать и передавать в банк платежное поручение. При наличии с собой векселя руководитель предприятия в любой момент может проставить передаточную надпись и тем самым рассчитаться с контрагентом;

– надежная форма вложения денежных средств с целью получения дохода;

– возможность быстрого и удобного расчета за товары, работы и услуги, недвижимость;

– передача прав по векселю осуществляется посредством оформления передаточной надписи (индоссамента);

– количество индоссаментов не ограничено;

– использование междепозитарных переводов векселей позволяет минимизировать риски и расходы, связанные с междугородними переводами денежных средств;

– оплата векселя производится в любом уполномоченном подразделении банка независимо от места его приобретения;

– возможность использовать вексель в качестве залога при получении кредита.

Недостатками вексельного кредитования являются:

– Возможное снижение сумм, принимаемых к зачету при расчете векселями, из-за оплаты банком векселя с дисконтом при его досрочном предъявлении.

– Необходимость предварительно согласовывать с контрагентами возможность расчетов векселями. Прежде чем получить кредит, заемщик должен быть уверен, что кредитор, с которым он собирается расплатиться с помощью векселя банка, примет такой платеж. Кроме того, требуется согласовать с кредитором стоимостные условия, т.е. с каким дисконтом он примет вексель к зачету обязательств заемщика.

Следует отметить – векселя в России необходимы, поскольку активизация вексельного обращения приводит: во-первых, к ускорению расчетов и оборачиваемости оборотных средств; во-вторых, уменьшается потребность в банковском кредите, соответственно снижаются процентные ставки за его использование и в результате сокращается эмиссия денег.

Список литературы:

1. Едронова В. Н., Мизиковский Е. А. Регулирование и учёт операций с векселями. М. : Финансы и статистика, 2004.

2. Рынок ценных бумаг : учебник. под ред. Галанова В. А., Басова А. И. М. : Финансы и статистика, 2005.

3. URL: http://www.banki.ru/news/bankpress.

4. URL: http://www.sbrf.ru.

5. URL: http://wekcel.ru.

6. URL: http://www.binbank.ru/rus/corp/deposit/veksel.

7. URL: http://www.bibliotekar.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Разуваева О.А., Сарварова Е.П.

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА РЫНОК ЛИЗИНГА В РОССИИ

Нестабильная ситуация в мировой экономике оказывает разноплановое влияние на рынок лизинга в России.

Российские лизинговые компании, не име¬ющие конкурентного преимущества в стоимости финансирования, в условиях финансового кризиса были вынуждены реализовать другое свое преиму¬щество – хорошее понимание местной специфики, видение перспективных направлений, способность к организации нестандартных сделок, умение вести бизнес в сложных условиях неразвитой инфра¬структуры. Российские лизинговые организации вынуждены идти в те сегменты, которые до сих пор считались менее привлекательными.

Сегменты, имеющие наибольший рыночный потенциал в этом контексте по данным Междуна¬родной финансовой корпорации IFC, – это лизинг строительной и дорожно-строительной техники, лизинг сельскохозяйственной техники, пищевого оборудования, машиностроительного и техно¬логического оборудования, полиграфического, деревообрабатывающего и целлюлозно-бумажного, лесозаготовительного, компьютеров и т.д. Потен¬циал этих сегментов обусловлен также довольно высокой ликвидностью лизинговых активов в боль¬шинстве из них, относительно небольшим

объемом сделок, высоким дефицитом финансирования в большинстве из названных сегментов.

В 2009–2011 гг., как отмечалось на Между¬народной конференции «Мировой опыт лизинга и новые возможности для России», рынок лизинга вырастет на 35–45%, а его объем составит около 2,6 трлн. руб. Основными точками роста при этом будут крупные государственные и квазигосударственные заказы единичного характе¬ра (олимпийское строительство в Сочи, энергети¬ческое оборудование, авиатехника), государствен¬ные программы поддержки отдельных отраслей (сельское хозяйство), а также сектор «розничного» лизинга – легковой и грузовой автотранспорт, строительная техника.

Практически все лизинговые компании применили «защит¬ные» стратегии. Оставляя в основе имевшиеся про¬екты, они сократили количество лизинговых программ, ужесточили требования к заемщикам, вообще перестали предоставлять финансирование для многих категорий заемщиков и под многие активы. Пока речь идет только о сокращении предложения, что является естественной реакцией на кризис после нескольких лет растущей конкуренции, которая спровоцировала гонку за увеличением портфеля, невзирая на риски.

Тем не менее, пока ни в одной компании не видно «активной» стратегии работы в условиях кризиса. Ситуация на рынке настоль¬ко изменилась, что некоторые лизинговые продукты и даже стратегии бизнеса имеет смысл создавать с чистого листа. Тем более, что уже сейчас просматриваются контуры стратегий, которые позволят полу¬чать прибыль и наращивать портфель при низких рисках, невзирая на кризис. Использование такого подхода позволит отдельным лизинговым компаниям захватить рынок, с которого в настоящий момент ушли до 70% игроков. Безусловно, для этого необходимо проведение серьезных маркетинговых исследований.

При разработке лизингового продукта всегда следует изучать и определять четыре ключевых параметра, в рамках которых будет работать новый продукт: это наличие и характер спроса, риски, «технологичность» продукта, (т.е. насколь¬ко продукт может быть стандартизирован, насколько он массовый) и конкуренция в данном сегменте рынка.

Итак, только общий обзор дает три очевидных источника спроса на лизинг во время кризиса: необходимость обновления фондов по причине их износа, инвестиционные цели отраслей с неэластичным спросом или производящих товары-субституты и инвестиционный спрос предприятий, работающих по государственным контрактам. При проведении целенаправленного исследования этот список можно расширить.

Управление рисками при кризисе. Риски это ключевой ограничитель в лизинговом бизнесе, поскольку компании не нужны клиенты, которые окажутся не способными исполнять свои обязательства. При работе с рисками выделяют три главных подхода:

– понимание бизнеса и отрасли заемщика;

– понимание рынка и специфики того имущества, под которое предоставляется финансирование;

– бизнес-процессы лизинговой компании, нацеленные на предотвращение неплатежей и защиту интересов лизин¬годателя в случае дефолта заемщика.

В настоящий момент на рынке существует масса способов снизить риски кредитования и лизинга. Проблема состоит в том, что финансовые организации не всегда умеют использовать эти способы, все их бизнес-процессы нацелены на работу с платежеспособными клиентами. За предыдущие годы все привыкли воспринимать неплатежи как редкое и совершенно нежелательное явление. Можно выделить несколько основных способов, позволяющих снижать риски финансирования, которым до сих пор уделялось недостаточно внимания:

– гарантии региональных фондов поддержки малого бизнеса (обычно до 50% суммы сделки, вместе с авансом 30% это закрывает риски сделки уже на 80%);

– гарантия обратного выкупа со стороны поставщика (закрывает риски при достаточной кредитоспособности самого поставщика);

– поручительства юридических и физических лиц;

– залог имущества.

Таким образом, если лизингодатель настраивает свои бизнес-процессы на эффективную работу в случае неплатежей клиента, он может обеспечить себе прибыль и в этой ситуации. В условиях кризиса такой подход позволяет продолжать работу и даже наращивать портфель.

Третий аспект разработки лизингового продукта – «технологичность», массовость – подразумевает акцент именно на такой организации бизнес-процессов, как это описано выше. В современных условиях недопустимо, чтобы неплатежи клиентов означали аврал для работы всех служб финансовой организации.

Что касается четвертого параметра лизингового продукта – анализа конкуренции, – в настоящее время этот аспект представляется наименее актуальным. В ситуации, когда с рынка ушли 70% компаний, а остальные сократили предложение, конкуренция не является актуальным фактором. Именно поэтому настоящий момент несет в себе

значительные шансы по захвату доли рынка для тех финансовых организаций, которые раньше других выявят перспективные отрасли, сформируют методы работы с ними.

Список литературы:

1. Федеральный закон РФ от 29 октября 1998 г. №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)»

2. Приказ Министерства финансов РФ «Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга» от 17 февраля 1997 г. №15.

3. Вахитов Д. Р., Тазиев И. В., Тимирясов В. Г. Лизинг: зарубежный опыт и российская практика / Д. Р. Вахитов, И. В. Тазиев, В. Г. Тимирясов. Казань: Таглимат, 2000.

4. Овчинникова В. Ф., Зубина С. В. Аспекты лизинга: бухгалтерский, валютный и инвестиционный / С. В. Зубина, В. Ф. Овчинникова. М. : ИСТ – Сервис, 2004.

5. Лещенко М. И. Основы лизинга. / М. И. Лещенко М. : Финансы и статистика, 2002 г.

6. Абакумов Р. Г. Управление воспроизводством основного капитала посредством лизинга в условиях финансового кризиса // Финансы и кредит. 2009. №15.

7. Кашкин В. В. О рынке лизинга в условиях кризиса // Деньги и кредит. 2009. №8.

8. Логвинов М. Непаханое поле российского лизинга // Профиль. 2008. №3.

9. Пантешкина А. Риски российского лизинга // Риск-менеджмент. 2008. №7.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Розенкова К.Д., Никонорова Л.А.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ В РОССИИ

В отечественной розничной торговле сегодня происходят важные структурные и институциональные изменения, которые требуют пристального внимания. В статье рассматривается опыт развития торговых сетей, анализируются стратегии распространения глобальных операторов на зарубежные и отечественные рынки. Рассматриваются проблемы продвижения торговых розничных сетей.

Торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют на уровень благосостояния населения, развитие производства, финансовой системы, сферы денежного обращения, политической и экономической независимости государства. Вклад торговли в валовой внутренний продукт РФ составляет около 27%.

Перспективы развития России с экономической точки зрения можно рассматривать как огромный ресурс для расширения бизнеса крупнейших международных компаний, которые активно проникают на российский рынок.

Wal Mart – крупнейшая розничная сеть США, включающая более 7,9 тысяч магазинов в 15 странах, торгующих продовольственными и промышленными товарами. Общий штат компании превышает 2,1 млн. человек. Чистая прибыль Wal-Mart в I квартале 2009 года составила 3,022 млрд. долларов. В 2008 году Wal-Mart вступил в российскую Ассоциацию компаний розничной торговли (АКОРТ).

Основная концепция компании – «Всегда низкие цены!». За свою историю «Wal-Mart» ни разу не участвовала в слияниях и объединениях, она просто наращивала обороты. Руководство компании придерживается нескольких принципов в своей деятельности: стабильные доходы лучше высоких; наращивание фирмы лучше объединений; информация бесценна; экономия на всём, кроме информации; производство заканчивается не у проходной, а на прилавке.

Tesco – самая большая британская сеть продовольственных магазинов. Под собственной маркой продает около 25 тыс. наименований продукции, что составляет около 40% от общего объема. Производители считают большой удачей контракт с сетью на работу под ее маркой.

Основная стратегия Tesco – «Чем больше купишь, тем дешевле продашь!». В сети Tesco, благодаря большому количеству магазинов, всегда низкие цены. Это одни из первых английских ритейлеров, применивших такой формат работы, как загородный гипермаркет. В своей деятельности Tesco применяет следующие технологии: карты для постоянных покупателей, позволяющие проводить обширные маркетинговые исследования; скупка уже существующей сети и работа под ее вывеской, постепенное открытие магазинов и под собственным брэндом; новинки ритейловых технологий.

Американская Costco Wholesale — крупнейшая в мире сеть клубных магазинов-складов с оборотом, превышающим 70 млрд. долларов. По состоянию на 17 августа 2009 года компания располагала 556 складами.

Основными чертами политики компании Costco являются: уровень заработной платы выше чем у конкурентов; минимизация операционных издержек; продажа клубных карт; стремительная экспансия; фиксированная наценка, не более 12% для транснациональных брэндов и не выше 14% для собственной торговой марки. Что примечательно, компания не тратит ни единого доллара на рекламу и экономит даже на освещении: большинство складов оборудовано прозрачной крышей. Специальные датчики определяют уровень освещенности и автоматически отключают лампы. В солнечную погоду Costco удается заметно снизить потребление электроэнергии, так что глава компании вдвойне ценит погожие деньки.

Groupe Auchan SA — французская сеть супермаркетов, включающая 495 гипермаркетов и 743 супермаркетов по всему миру. В России представлено 124 магазина Groupe Auchan SA, из них – 30 гипермаркетов. В декабре 2007 года «Ашан» заключил договор с турецкой компанией Enka о передаче гипермаркетов сети «Рамстор». Согласно достигнутому соглашению «Ашан» приобрёл в собственность 1 гипермаркет, а на 13 магазинов получил долгосрочные права аренды. После сделки был

проведён ребрендинг, в результате которого магазины из «Рамстор» были переименованы в «Ашан-Сити».

Основная концепция Groupe Auchan SA – широкий ассортимент качественных товаров по ценам на 10-20% ниже, чем у конкурентов. В конце 2009 года Ашан реализовал в России новый проект «Радуга». Это новая концепция, ориентирующаяся на технологичность и экономию людских и энергоресурсов. В таком типе магазинов отсутствуют прилавки, кассы, продавцы и кассиры. Покупатели сами сканируют товары и оплачивают их через особые платёжные терминалы.

На основе опыта развития западных розничных сетей, можно выделить пять «золотых» принципов по эффективному захватыванию рынка, в том числе зарубежных:

– поиск или разработка, дальнейшее использование в своем развитии определенных рыночных ниш, свободных и которыми не смогли или не захотели воспользоваться другие местные компании. В результате предложение этих организаций для покупателей является наиболее привлекательным по сравнению со всеми остальными розничными компаниями;

– быстрый захват доминирующих позиций путем приобретения розничных сетей, уходящих с рынка;

– приведение собственных бизнес-процессов, действий и ассортиментной политики в соответствие со вкусами и требованиями покупателей данной страны, региона;

– использование в своей деятельности местных менеджеров, обладающих достаточным уровнем знаний данных рынков, и проведение серьезной работы по их дальнейшему обучению;

– выбор бизнеса в экономически и политически стабильных странах и странах с высоким рейтингом инвестиционной привлекательности, с наличием необходимой законодательной базы и защиты возможных капиталовложений, что приводит к минимизации или сведению к нулю возможных рисков.

В России в последние годы розничная торговля находится в стадии стремительного роста. Часть компаний приходит с европейского и американского рынков, а часть – образуется самостоятельно. Примером наиболее развитых и успешных российских розничных торговых сетей могут служить «Пятерочка», «Магнит», «X5 Retail Group», «Копейка», «Седьмой континент».

«Пятерочка» – федеральная сеть удобно расположенных магазинов для людей, ориентированных на быструю покупку рядом с домом продуктов и сопутствующих товаров повседневного спроса. На конец 2009 года открыто около 1000 «Пятерочек» по всей России. Выручка дискаунтеров по итогам 2008 года составила $4,5 млрд.

Количество магазинов розничной сети ОАО «Магнит» превышает 3 тыс., розничная выручка компании в январе - сентябре текущего года составила 121,65 млрд. рублей. Компания является самым крупным ритейлером по числу магазинов. У «X5 Retail Group», крупнейшего по выручке российского ритейлера, на конец сентября было 1 тыс. 164 собственных магазинов и 605 франчайзинговых. Розничная сеть «Копейка» объединяет около 530 магазинов, группа компаний «Дикси» – около 500.

Благодаря активной экспансии сетей розничной торговли в регионы за последние два года её оборот значительно вырос. Например, на Дальневосточном рынке активную позицию занимает розничная сеть «Три толстяка». Первый супермаркет «Три толстяка» был открыт в 2000 году в городе Хабаровске. К 2007 году ООО «Доверие» открыло восемь супермаркетов общей торговой площадью 3 тыс. кв.м., еще три проекта находятся в разработке. По данным компании, годовой оборот действующих магазинов в сумме составляет 1,9 млрд. руб., EBITDA составляет 445 млн. руб. Доля компании на рынке розничной продуктовой торговли города Хабаровска составляет 6%. Кроме компании «Три толстяка», рынок продуктового ритейла в г. Хабаровске представляют ООО «Невада» — сеть магазинов «Самбери», включающая три супермаркета, один гипермаркет торговой площадью 10 тыс. кв. м.; ООО «Бизнесинтевест» – торговая марка «Пеликан», включающая пять супермаркетов общей площадью 3 тыс. кв. м. ООО «Народная компания» представлена 10 магазинами (2,4 тыс. кв.м.).

Атака многих западных ритейлеров на российский рынок начинается одинаково: заявление о лидерских амбициях, негодование местных конкурентов, скандалы с участием поставщиков. Но уже через несколько месяцев российские сети перенимают иностранные технологии и начинают бороться с международными соперниками их же оружием (копирование у иностранных конкурентов технологий, переманивание топ-менеджеров, ужесточение договоров поставок и введение в них требований дополнительных скидок, введение практики «платы за вход», что привело к снижению закупочных цен, улучшению дисциплины и сроков поставок, повышению требований к упаковке).

Однако, российским компаниям, не располагающим достаточными финансовыми ресурсами, сложно конкурировать с западными компаниями. Для столичных компаний одним из приоритетных направлений становятся региональные рынки, на которых пока не присутствуют иностранные игроки и которые предоставляют большие возможности для развития.

Одной из проблем развития розничных торговых сетей в России является нехватка торговых площадей. Борьба за площади остается серьезной задачей как для прочно

закрепившихся на рынке сетей, так и для новичков. Ритейлеры также оказывают давление на своих поставщиков, чтобы те снижали цены и повышали качество снабжения, создавали свои собственные центры распределения и внедряли современные технологии. Следствием такой политики являются вытеснение с рынка мелких розничных сетей и создание невыносимых условий функционирования для отечественных сельскохозяйственных производителей.

Еще одна проблема российского розничного рынка – низкий уровень логистики, трудности в этом направлении испытывают в большей степени организации, которые значительно удалены от центра. В ближайшем будущем качество системы снабжения для большинства предприятий розничной торговли станет определяющим фактором успеха. Победителем станет та компания, которая сумеет создать эффективную систему логистики и обеспечить наличие ассортимента продукции, соответствующего спросу потребителя.

С 1 февраля торговле предписано жить по-новому. Вступивший в силу закон ограничит бонусы сетей и рыночную долю крупных ритейлеров в регионах. Однако закон не только будет регулировать сети, он направлен на снятие барьеров для развития торгового бизнеса по всей территории России, также уделяется внимание и защите малого и среднего бизнеса. Сторонники документа отмечают, что усиление госрегулирования устраняет перекосы, из-за которых торговые сети получают более половины прибыли, а также сделает рынок более прозрачным и конкурентным.

В свою очередь, представители розничных компаний критикуют ряд норм и полагают, что закону понадобится корректировка. Они не исключают повышения цен и сужения ассортимента продовольственных товаров в России после вступления закона в силу.

Список литературы:

1. Сидоров Д. В. Розничные сети. Секреты эффективности и типичные ошибки при работе с ними. М. : Вершина, 2007. 320 с.

2. Как приход западных ритейлеров помогает развиваться западным сетям // Торговая неделя. 2009. №9. С.13-16.

3. Федорова С. Стратегии лидеров продуктового ритейл // Современная торговля. 2009. №11. С. 9-14.

4. URL: http://www.rian.ru (дата обращения: 13.04.2010).

5. URL: http://www.gazeta.ru (дата обращения: 13.04.2010).

6. URL: http://www.peoples.ru (дата обращения: 13.04.2010).

7. URL: http://www.yarmarka.net (дата обращения: 13.04.2010).
8. URL: http://www.auchan.ru/ru (дата обращения: 13.04.2010).
9. URL: http://www.businesspress.ru (дата обращения: 18.04.2010).
10. URL: http://www.cfin.ru/press/marketing/ (дата обращения: 18.04.2010).
11. URL: http://diso.ru (дата обращения: 18.04.2010).
12. URL: http://www.e5.ru/ (дата обращения: 18.04.2010).
13. URL: http://www.forbesrussia.ru (дата обращения: 18.04.2010).
14. URL: http:// ru.wikipedia.org (дата обращения: 13.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Рязанова К.К., Бушмелева Н.В.

МОТИВАЦИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ «ТОРГОВЫЙ ДИЗАЙН-ХАБАРОВСК»)

Тема мотивация и стимулирование сотрудников в период экономического кризиса, актуальна как никогда. Чтобы выжить и начать развиваться, все члены команды должны работать еще больше и лучше, а для улучшения работы сотрудников своей компании необходимо применять определенные программы стимулирования. Сегодня каждый руководитель осознает значимость мотивации персонала, ведь именно от нее зависит продуктивность работы сотрудников.

Цель данной работы – рассмотреть мотивацию и стимулирование деятельности персонала организации как один из источников повышения качества труда и деятельности организации, ее конкурентоспособности.

В соответствии с данной целью были поставлены следующие задачи:

- изучить основные направления мотивации деятельности персонала;
- рассмотреть основные стимулы персонала;
- провести опрос-анкетирование среди сотрудников ООО «Профторг».

Понятия «мотивация» и «стимулирование» в теории кадрового менеджмента не являются синонимами: стимулирование служит, прежде всего, закреплению

существующего положения, а мотивация – его изменению, развитию. На деле же оба вида идут рука об руку – стимул, как известно из психологии, предшествует мотиву.

Термин «мотив» обозначает разные явления: инстинктивные импульсы, биологические влечения, интересы, желания, стремления, идеалы, ценностные ориентации и др. Термин «мотивация» используется для объяснения последовательности поведенческих действий, направленных на конкретную цель, которая может меняться в зависимости от различных обстоятельств, ситуаций.

Стимул – это некоторое воздействие на человека, целью которого является направить его деятельность, скорректировать поведение в организации. Стимулирование трудовой деятельности предполагает создание условий, при которых активная трудовая деятельность становится необходимым и достаточным условием удовлетворения значимых потребностей работника, формирование у него мотивов труда.

Работодателю всегда необходимо помнить, что принятый в компанию специалист становится долгосрочной инвестицией, а подлинная мотивация возможна только тогда, когда работа в организации способствует непрерывному развитию и совершенствованию профессиональных навыков человека, позволяет чувствовать себя востребованным.

Поощрять работников нужно за любые профессиональные и общественные достижения и инициативы. В этот перечень входит и стремление повысить квалификацию, и самообразование, и активное участие в общественной жизни, не говоря уже о высоких трудовых результатах. Инструментов поощрения очень много.

К формам морального поощрения отдельных работников относятся: награждение работника специальным дипломом или наградным листом за высококачественный бездефектный труд; вручение наградных значков, нередко вместе с небольшим подарком; вывешивание фотографий на доске почета с указанием конкретных достижений; посылка благодарственного письма в семью отличившегося работника.

Особо следует выделить стимулирование рабочим временем. В условиях проектной организации работ, где для каждой работы известно раннее время начала работ, позднее время окончания работ и риски для каждой даты – стимулирование рабочим временем особо эффективно.

Самым эффективным нематериальным стимулятором является соучастие в принятии решений. При этом участие в управлении рассматривается в качестве корпоративного метода стимулирования персонала.

Нематериальное стимулирование будет способствовать трудовой мотивации персонала, удержанию в компании ключевых сотрудников и сохранению нормального морально-психологического климата в коллективе.

ООО «Профторг» работает на Дальневосточном рынке уже более пяти лет и предлагает широкий ассортимент профессионального торгового оборудования лучших российских и зарубежных производителей. Компания специализируется на комплексном оснащении предприятий торговли, общественного питания и пищевых минипроизводств, ориентируясь в своей деятельности, в первую очередь, на потребности регионального рынка. В исследовании по мотивации сотрудников компании ООО «Профторг» были собраны мнения 20 человек (сотрудников компании).

Что может подтолкнуть вас к смене работы? Из имеющихся ответов на вопрос можно сделать вывод о том, что сотрудников устраивает их сфера деятельности, то, чем они занимаются, но вот оплата за свой труд их не устраивает. Немаловажными факторами, влияющими на желание сменить работу, являются «отсутствие карьерного роста, отношения с руководителем и в коллективе».

Ответы на вопрос: «Что может удержать Вас в компании, если Вы решили уйти», оказались очень и очень интересными. Ответы: «Ничто не остановит» и «Новые функции», набрали по 16,7%, это говорит о том, что долю сотрудников не удержат никакие мотивирующие факторы в компании, а другую долю сотрудников удержит смена выполняемых функций.

Какие факторы оказываются наиболее мотивирующими? Деньги выступают наиболее популярным мотиватором для сотрудников. Второе место по значимости факторов является стабильность. 66,7% опрошенных отдали предпочтение таким мотивирующим факторам, как условия труда и интересная работа. Сотрудникам важны факторы: профессионализм коллег, возможность карьерного и личностного роста, так ответили 41,7% респондентов. Немаловажным мотивирующим фактором для сотрудников является престиж компании.

На вопрос: «Что для вас наиболее значимо в работе?», сотрудники ответили по-разному: результат работы, общение с клиентами, понимание того, что делает, успех, но наиболее популярными ответами явились условия труда и заработная плата.

Если бы вы были начальником, какие меры бы вы использовали в отношении персонала? Большинство сотрудников став начальниками использовали бы достойные премии, бонусы. Но и система нематериальной мотивации не осталась без внимания сотрудников. Став начальником они бы создали календарь «нематериальной

мотивации», поощряли своих сотрудников грамотами, проводили соревнования внутри коллектива.

Мотивация и стимулирование в практике управления занимает центральное место. Необходимо применять систему мотивации, включающая не только материальное стимулирование, но и нематериальное. Одно из составляющих нематериального стимулирования является моральное поощрение. Моральное поощрение помогает формировать и поддерживать корпоративный дух, от которого во многом зависит деятельность персонала. С ее помощью сотрудник системы должен ощущать себя не просто винтиком в коммерческом механизме, но личностью, действительно ценной для компании.

Творческий и нестандартный подход руководства к решению задач, касающихся нематериальной мотивации персонала, – порой единственно верное решение.

Список литературы:

1. Ефремов А. О человеке нужно говорить, ил значение нематериального стимулирования работников в условиях кризиса.// Управление персоналом. 2009. №12. С. 57-63.

2. Марченко С. Мотивация и стимулирование, или почему сотрудники должны хорошо работать. // Управление сбытом. 2009. №11. С. 38-39.

3. Ширинова Г. Мотивация персонала в современных экономических условиях. // Справочник по управлению персоналом. 2009. №9. С. 122-126.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Савватеева А.Н., Шлык Н.Л.

РОЛЬ ЗАРУБЕЖНЫХ ОФФШОРОВ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время оффшорные зоны и связанные с ними способы ведения хозяйственно-экономической деятельности прочно вошли в современную экономику, а оффшорный бизнес приобрел масштабы планетарного явления. Оффшорные зоны стали неотъемлемой частью мировой экономической системы и национальных экономик многих, в том числе высокоразвитых, стран.

Сегодня, в условиях, когда интересы государства требуют принятия жестких мер по увеличению налоговых поступлений в бюджет и пресечению незаконного вывоза за рубеж российского национального богатства, проблемы, связанные с оффшорными зонами и в целом с оффшорным бизнесом в России, являются одними из самых актуальных.

Суть оффшорного бизнеса заключается в том, что компания не является в стране регистрации резидентом и частично или полностью освобождается от налогового обложения на территории оффшорной юрисдикции, принимая при этом на себя обязательства не заниматься никакой деятельностью в стране регистрации. Оффшорные компании чаще всего регистрируют как физические, так и юридические лица, которые занимаются импортно-экспортными операциями, операциями с недвижимостью, и оказывающие финансовые услуги.

Зарубежные оффшоры играют важную и далеко неоднозначную роль в экономике России. Они получили развитие еще во времена СССР, но настоящий взрыв оффшорной деятельности, связанной с российской экономикой, произошел после начала реформ 1990-х гг.

Первое место в инвестициях из России уже долгое время сохраняет Кипр, доля которого в 2009 году составила 26,1%. (1995-1,4%, 1998 – 7,8%, 2003 – 14,2%, 2007 – 17%). Превращению Кипра в одну из самых предпочитаемых российскими бизнесменами оффшорных юрисдикций способствовало его удобное географическое положение, облегченный визовый режим, наличие соглашения с Россией об избежании двойного налогообложения (1982), а также хорошо проработанное законодательство, содержащее налоговые льготы для международных бизнес-компаний.

Наряду с Кипром большой поток российских капиталов устремлялся в старые оффшорные юрисдикции – Швейцарию, где было создано порядка 10000 компаний, подпадавших под льготное налогообложение.

В последние годы наметилась тенденция к переводу средств российскими бизнесменами из европейских оффшоров в Гонконг и Сингапур, что связано с выравниванием уровня налогообложения в европейских оффшорных и оншорных юрисдикциях, а также упразднением некоторых оффшорных льгот в Европе под давлением Организации экономического сотрудничества и развития.

Проблема уклонения от налогов всегда была актуальной во всем мире. Однако даже в условиях глобальной рецессии уйти от налоговых платежей или, по крайней мере, значительно сократить их можно вполне законно на территории оффшорных зон. Оффшоры являются одним из самых эффективных и законных механизмов оптимизации налоговых выплат и обеспечения режима финансовой секретности.

Благоприятным для экономики нашей России является тот факт, что некоторые российские управляющие оффшорных компаний используют полученные через них доходы не для того, чтобы вывести капиталы из России, а для реинвестирования в российские проекты, такие как закупку современного оборудования и технологий, развитие конкурентоспособного производства, создание новых рабочих мест, обучение персонала, развитие инфраструктуры, восстановления и увеличение оборотных средств.

Все отчетливее проявляется тенденция использования оффшоров в качестве органичных элементов российских холдингов, которые во все большей мере применяются для легальной минимизации налогообложения, а также для повышения эффективности управления их хозяйственной деятельностью в России и за рубежом.

И все же благоприятное влияние на экономику России использования оффшорных юрисдикций едва ли покрывают потери российского бюджета из-за снижения налоговых поступлений. Кроме того, оффшоры – это возможность скрыть прибыли от реальных собственников. Для России, в которой значительная доля собственности является государственной, эта проблема является особенно актуальной. Государство проигрывает в случае использования оффшорный юрисдикций не только как сборщик налогов, но и как собственник.

Очевидными также являются убытки, которые несет национальная экономика от потока российских инвестиций за рубеж. Огромные суммы денег, которые могли быть инвестированы в российскую экономику, оседают в оффшорных юрисдикциях, в том числе за счет большого количества злоупотреблений и преступлений.

Для сокращения возможности финансовых злоупотреблений с помощью оффшорных юрисдикций российское законодательство содержит правовые основы контроля над оффшорным бизнесом.

В России происходят значительные изменения в государственной политике по отношению к оффшорам, позволяющие говорить, что в 2009-2010 гг. начался новый этап более цивилизованных взаимоотношений между внутренней и оффшорной экономикой России. В целом их можно разделить на поощрительные (стимулирующие) и запретительные (карательные).

Важным направлением, стимулирующим ограничение использования зарубежных оффшоров, могут стать принятые поправки в Налоговый Кодекс РФ, которые предусматривают освобождение от налогов дивидендов от стратегического участия материнской компании в капитале дочерней.

Прямо противоположный путь, который можно назвать карательным, предложила Федеральная налоговая служба РФ, которая еще в конце ноября 2005 года фактически объявила войну оффшорным схемам, намереваясь отменить соглашения об избежании двойного налогообложения с оффшорами. Одна из основных антиоффшорных мер, предлагаемых Минфином – рассматривать доход «контролируемой иностранной компании» (зарегистрированной в оффшоре «дочки» российской компании) как прибыль российской материнской компании и, соответственно, облагать ее налогом в России. Тем самым появляется возможность признавать зарегистрированную в оффшорной зоне компанию налоговым резидентом РФ.

Кроме того, усиливается борьба с внутренними оффшорами и фирмами-однодневками, которые широко используются для вывоза капитала в зарубежные оффшоры и уклонения от уплаты налогов.

Все эти изменения в государственной политике и законодательстве будут способствовать борьбе с незаконным вывозом капитала из России и уходом от налогов. Однако реальные результаты от подобных новаций предсказать пока сложно. Практика показывает, что бизнес очень быстро находит противодействие невыгодным для него новациям. Только с помощью законов нельзя ограничить использование оффшоров, которые играют существенную роль в развитии российского бизнеса.

Таким образом, оффшоры в обозримой перспективе сохранят свою существенную роль в развитии российской экономики. Они станут более открытыми, а схемы их использования более сложными. Однако от государственной политики в решающей степени будет зависеть, станут ли оффшоры легальными элементами российской экономики, способствующими повышению международной конкурентоспособности российских компаний, или останутся шлюзами для вывоза и легализации преступных капиталов.

Список литературы:

1. Булатов А. С. Создание и функционирование компаний с российским капиталом за рубежом. М. : МГИМО (У), 2002.

2. Делягин М. Оффшорная аристократия: превратить бегство в экспансию. М. : ЮНИТИ, 2006.

3. Разина Е. С. Оффшоры в мажоре // Коммерсант-Деньги. 2007. 19 ноября.

4. Халдин М. А. Россия в оффшорном бизнесе. М. : Международные отношения, 2005.

5. Хейфец Б. А. Роль зарубежных оффшоров в развитии российской экономики // Вестник Государственного университета управления. 2008. № 2.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Савенкова М.С., Мазанкова Т.В.

РЕЖИМ РАБОТЫ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Для создания более комфортабельных условий для покупателей и улучшения их настроения перерыв для отдыха и питания в торговых предприятиях не должен быть замечен потребителями, то есть это время на потребителе никаким образом не должно негативно отразиться. Другими словами, покупатель в своё свободное время для совершения покупок не должен встречать на дверях магазина такую надпись, как «Перерыв на обед» или «Обед с 13:00 – 14:00». Согласитесь, ведь вся торговля направлена на удовлетворение потребностей покупателей, а именно в часы перерыва любого магазина потребитель теряет возможность быть удовлетворённым от покупки в конкретном торговом месте.

Торговые предприятия могут работать не только в одну смену, но и в полуторасменном режиме, и в две смены, а также в круглосуточном режиме. Также следует обратить внимание на то, что режим рабочего времени торговой организации зависит от её специфики, то есть от того, каким ассортиментом группы товаров она располагает (продовольственные/непродовольственные товары).

Анализ учебной литературу выявил, что при установлении режима работы торговых организаций необходимо учитывать ряд факторов: контингент обслуживаемых покупателей, режим работы близлежащих торговых и иных предприятий и учреждений, обеспеченность данного района торговой сетью, коэффициент использования рабочего времени работников предприятия и др.

В настоящее время абсолютное большинство торговых организаций осуществляют свою работу без перерыва на обед. Но встречаются и организации с обеденным перерывом, к которым относятся: ООО «Пека» магазин «Продукты», ул.Джамбула 81, перерыв на обед с 1300 – 1400 часов; кафе «Бистро», ул.Серышева 60, обед с 1500 – 1530 часов; «Магазин тканей», ул.Пушкина 31, обеденный перерыв с 1430 – 1500 часов.

Обеденный перерыв вышеперечисленных организаций просто поражает. Согласитесь, в настоящее время, в 21 век, ведь довольно удивительно наблюдать скопление у дверей торговой организации очереди покупателей нервно поглядывающих на часы с надеждой в глазах, что вот-вот откроется дверь, из-за «злосчастного» перерыва на обед.

Стоит отличать понятия «режим работы» от понятия «рабочее время». Согласно ТК РФ рабочее время - время, в течение которого работник в соответствии с правилами внутреннего трудового распорядка и условиями трудового договора должен исполнять трудовые обязанности, а также иные периоды времени, которые в соответствии с настоящим Кодексом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации относятся к рабочему времени.

При акцентировании нашего внимания на такую проблему, как режим рабочего времени в данной научной работе мы не забыли, что для эффективного достижения поставленных перед любой организацией целей работникам нужен отдых. Время отдыха - время, в течение которого работник свободен от исполнения трудовых обязанностей и которое он может использовать по своему усмотрению. К видам времени отдыха относятся: перерывы в течение рабочего дня (смены), ежедневный (междусменный) отдых, выходные дни (еженедельный непрерывный отдых), нерабочие праздничные дни, отпуска.

Согласно ТК РФ в течение рабочего дня (смены) работнику должен быть предоставлен перерыв для отдыха и питания продолжительностью не более двух часов и не менее 30 минут, который в рабочее время не включается. Таким образом, исходя из вышеизложенного, работодатель обязан предоставить в соответствии с законодательством своему подчинённому время перерыва для отдыха и питания, а сам работник, естественно, воспользоваться своим правом на это.

Как необходимо поступать работодателю, чтобы с одной стороны не закрывать двери магазина на обеденный перерыв, а с другой стороны, соблюсти нормы трудового кодекса в части установленной продолжительности рабочего времени и предоставление времени на отдых и питание.

Трудовой кодекс РФ предлагает работодателю следующие режимы рабочего времени: ненормированный рабочий день, суммированный учёт рабочего времени, сменную работу, разделение рабочего дня на части, режим гибкого рабочего времени. При установлении графиков работы персонала в торговле рекомендуется использовать суммированный учёт рабочего времени.

Таким образом, предлагаемый нами оптимальный график работы торговых организаций без надписи на вывеске «Перерыв на обед» имеет перед собой следующие преимущества:

– перерыв рабочей смены (отдельного работника) на обед может происходить плавно в течении часа, сменяя затем друг друга;

– в течении обеденного перерыва с 1300 до 1400 (либо в другие обеденные часы) при интенсивном покупательском потоке, в торговом зале всегда находятся работники смены, что позволяет не скапливаться покупателям у дверей торгового предприятия;

– скользящий график перерывов на обед позволит руководителям торговых организаций иметь дополнительную выручку в обеденное время;

– с вывески торговых организаций исчезнет надпись «Обед», что положительно повлияет на потребительское поведение и создаст тем самым желание постоянно возвращаться в эту организацию за покупками в часы пик, если потребители постоянно находятся неподалёку.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 25.11.2009).

2. Комментарий к Трудовому кодексу Российской Федерации / под ред. С. А. Панина. М. : МЦФЭР, 2006. 1056 с.

3. Буянова М. Трудовое право в вопросах и ответах. М.: Юристъ, 2003. с перераб. и доп. 2008. 265 с.

4. Владимирова Л. П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятиях отрасли (торговли) : учебник. М. : Дашков и К, 2006. 347 с.

5. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К., Памбухчиянц О. В. Организация труда работников торговли. М. : Дашков и К, 2005. 240 с.

6. Коршунов Ю. Н. Время труда и время отдыха. / под ред. Б. А. Шеломова. М. : Юрист, перераб. и доп. 2006. 433 с.

7. Мазанкова Т. В. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии отрасли (торговли): курс лекций для студентов специальности 080502 «Экономика и

управление на предприятии отрасли (торговля и общественное питание)». Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2008. С.32-39.

8. Снигирева И. О. Рабочее время и время отдыха: Учебно-практическое пособие. М. : «Проспект», перераб. и доп. 2007. 342 с.

9. Толкунова В.Н. Трудовое право. Курс лекций. М. : ООО «ТК Велби», 2002. 320с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Савенкова М.С., Польшина А.В., Толканева О.Г.

ИЗМЕНЕНИЯ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РФ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Как вы думаете, чего сегодня больше всего боятся предприниматели, занимаясь своей деятельностью? Недавно им был задан этот вопрос. И на третьем месте по количеству ответов было – изменение в законодательстве. Это и неудивительно: ведь любые проблемы, различной сложности решают предприниматели, проявляя свои предпринимательские способности: увеличение конечной прибыли, расширение своей деятельности, повышение спроса на свою продукцию, используя различные экономические рычаги. Если предприниматель не выдерживает конкуренции, он уходит с рынка – это справедливо. А если вновь зарегистрированный предприниматель или даже уже действующий на рынке только начал свою деятельность, только распланировал все, а тут раз и «правила игры» меняются, соответственно все приходится переигрывать. А если это крупная организация, попробуйте, разверните такую махину. Соответственно результат может быть – уход с рынка, а это уже несправедливо.

Анализ изменений в налоговом законодательстве показал, с одной стороны, несовершенство налоговой системы, поскольку законодатели в своем творчестве делают в определенном смысле шаг назад. К примеру, самым громким событием, на наш взгляд, является отмена в Налоговом кодексе главы 24 – Единый социальный налог, и введение вместо него страховых взносов. Они должны перечисляться отдельно

в Пенсионный фонд, Фонд социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования.

Так система обязательного социального страхования переходит на страховые принципы. Во-первых, теперь законодательством четко определены страховые случаи, по которым будет осуществляться возмещение работнику утраченного заработка. За счет страховых взносов, отчисляемых работодателями за своих работников в Фонд, будут выплачиваться пособия в случае временной нетрудоспособности, беременности и родов, ухода за ребенком до достижения им возраста 1,5 лет и в случае смерти.

Во-вторых, размер выплат теперь зависит от суммы страхуемого заработка работника.

В рамках этих новых правоотношений по контролю за уплатой страховых взносов установлена и ответственность за правильность исчисления полноты и своевременность уплаты (перечисления) страховых взносов в Фонд. Например, за неуплату или неполную уплату работодателем страховых взносов в установленный срок будет производиться взыскание недоимки по страховым взносам, пеней и штрафов. Соответственно повышена также ответственность Фонда перед страхователями. Сумма пособий по социальному страхованию в 2010 году возросла по сравнению с 2009 годом. Это, безусловно, положительный момент для работников торговых, да и любых других предприятий. Но не стоит забывать и о работодателях, ведь это те люди, которым придется платить. На наш взгляд не стоило так резко повышать данные пособия, ведь это веская причина «очернить» заработную плату работников, которую только начали постепенно выводить ряда «черных».

Кроме того, с 2011 г. размер ставок увеличится – так в Пенсионный фонд нужно будет начислять не 20% от начисленной заработной платы, а 26%, в Фонд социального страхования – 2,9%, в Федеральный фонд обязательного медицинского страхования - 2,1%, в территориальный фонд обязательного медицинского страхования - 3%.

Таким образом, общая сумма начислений составит - 34%.С 2010 г. общий размер ставок по фондам останется прежним – 26%.

Коснулись и некоторые изменения главы 21 – Налог на добавленную стоимость. Во-первых, уточнили, какие ошибки в счете-фактуре влекут отказ в вычете НДС: отныне «снять» вычет по причине ошибки в счет-фактуре налоговики могут только в том случае, если неточность не позволяет идентифицировать продавца, покупателя, наименование или стоимость товара (работы, услуги), а также налоговую ставку и сумму НДС, предъявленную покупателю.

Во-вторых, если раньше компании возмещали НДС только по результатам камеральной проверки декларации, то начиная с I квартала 2010 года налогоплательщики вместе с отчетностью по НДС могут подать заявление о возврате суммы налога к возмещению до окончания камеральной проверки. Если впоследствии по результатам «камералки» выяснится, что налог был возмещен неправомерно, компания будет обязана вернуть сумму возмещения с процентами (начисляются исходя из двойной ставки рефинансирования). Кроме того, пополнился перечень операций, не облагаемых НДС.

Глава 22 Налогового кодекса также подверглась критики законодателей – возросли ставки по акцизам. Увеличение некоторых видов налогов, акцизов и пошлин, будет способствовать значительному повышению доходов в бюджет. В 2010 г. правительство планирует получить в бюджет более 227 млрд руб. дополнительных доходов.

У медали есть и обратная сторона: рост акцизов, безусловно, приведет к росту розничных цен. Потребители, в свою очередь, обремененные финансовым кризисом, могут повернуться в сторону более дешевой нелегальной продукции. Последнюю, к слову, далеко не всегда отличает высокое качество. Цена бутылки водки в 2010 г. вырастет до не менее чем 120 руб. Это станет дополнительным стимулом для нелегалов.

В том случае, если данными мерами правительство пытается снизить уровень пьянства и алкоголизмы, то этого, по мнению экспертов, явно не достаточно.

Законодательство в сфере налога на доходы физических лиц также претерпело некоторые изменения. С 1 января 2010 года доходы от реализации имущества (кроме недвижимости), которым владели менее трех лет, можно уменьшить на 250 000 руб. (вместо бывших 125 000 руб.) либо на сумму расходов по приобретению этих объектов.

Также, изменен порядок налогообложения доходов от реализации легковых автомобилей. 1 января 2010 года доходы от продажи автомобилей не облагаются НДФЛ, если до снятия с регистрационного учета автомобиль был зарегистрирован на данное физическое лицо в течение трех лет и более. По таким доходам не нужно подавать налоговую декларацию.

Что касается изменений по налогу на прибыль организаций: изменен порядок налогового учета валютных авансов: сейчас перечисленный продавцу валютный аванс покупателю в налоговом учете переоценивать больше не нужно. Таким образом, налоговый учет валютных авансов приближен к бухучету, где их также не переоценивают. Кроме того, упрощен порядок налогового учета материальных излишков. В материальные расходы включалась только сумма налога, уплаченного со

стоимости выявленных излишков. То есть 20% от их рыночной стоимости. С 1 января 2010 г. компании могут признавать в расходах ту же сумму, которую они учли в доходах, выявив материальные излишки в ходе инвентаризации или после демонтажа, разборки, ремонта основных средств.

С 1 января 2010 года, чтобы применять упрощенный режим налогообложения, в 2010, 2011 и 2012 годах доход компании не должен превышать 60 000 000 руб. На наш взгляд, данное изменение, безусловно, произошло для поддержки малых предприятий, о которых так много сегодня говорят, ведь намного проще и дешевле применять данный режим.

Также, в связи с отменой ЕСН, и для «упрощенников» изменился учет взносов во внебюджетные фонды, как для тех, кто выбрал налоговой базой – доходы, так и для тех, кто выбрал налоговую базу – доходы минус расходы.

Для организаций, использующих систему Единый налог на вмененный доход, также законодателем были внесены некоторые изменения: изменился один из корректирующих коэффициентов базовой доходности – К1, а также единый налог на вменённый доход с начала 2010 года можно уменьшить на страховые взносы.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) (ред. от 17.07.2009, с изм. от 18.07.2009).

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 19.07.2009) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2010).

3. Российский статистический ежегодник. 2008 : стат. сб./ Росстат. М., 2008. 847с.

4. Налогообложение торговых предприятий: программа дисциплины, методические указания и задания к практическим, семинарским занятиям и самостоятельной работы для студентов 3 курса очной формы обучения спец. 080502 «Экономика и управление на предприятии (торговли и общественное питание)» / сост. О.Г. Толканёва. Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2009. 36 с.

5. Петухова Н. Е. История налогообложения в России 19-20 вв.: учеб. Пособие / Н. Е. Петухова. М. : Вузовский учебник, 2008. 416 с.

6. Райзберг Б. А. Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 4-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2008. 480 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Сахнович Е.В., Солдаткина О.А.

ОБЪЕДИНЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ В СООТВЕТСТВИИ С ИЗМЕНЕНИЯМИ СТАНДАРТА МСФО (IFRS) 3

В настоящее время, в период экономического кризиса, большинство предприятий малого и среднего бизнеса, которые не смогли противостоять нестабильной экономической ситуации в стране и в мире, обанкротились, либо были подвержены объединению с более крупными финансово устойчивыми фирмами. Практика по объединению предприятий является не новой, но особенно сейчас в период экономического дисбаланса компаниям важно владеть всей информацией, быть в курсе последствий, которые могут возникнуть в ходе объединения.

В данной работе представлены основные изменения МСФО (IFRS) 3 «Объединение предприятий» в части оценки гудвилла, а так же цель измененного стандарта, отражены основные проблемы применения нововведений на практике.

Что нового в МСФО (IFRS) 3 «Объединение предприятий»

МСФО (IFRS) 3 не только повышает актуальность, достоверность и сопоставимость информации об операциях по объединению бизнесу, но и устанавливает различные принципы и требования, предъявляемые к покупателю. Например, как покупатель признает или оценивает гудвилл или прибыли от покупки по выгодной цене. Гудвилл – это актив, представляющий будущие экономические выгоды, вытекающие из других активов, приобретенных при объединении бизнеса, которые не являются индивидуально идентифицируемыми и отдельно признанными. Гудвилл является

неосязаемым основным капиталом и может отражаться в отчете о финансовом положении компании. Однако многие компании списывают премию гудвилл, которую они платят при приобретении новой дочерней компании, из текущих прибылей за год, таким образом, гудвилл не появляется в их отчете о финансовом положении.

Требование о признании «полного гудвилла» при объединении бизнесов, когда покупатель получает контрольный пакет акций, но не 100% приобретенного бизнеса, являлось одним из наиболее противоречивых предложений в проекте стандарта, вынесенном на обсуждение. Новая редакция стандарта дает компаниям возможность выбора в рамках каждой сделки между оценкой доли участия, не обеспечивающей контроль (ранее называвшейся долей меньшинства), по величине доли в идентифицируемых активах и обязательствах или по полной справедливой стоимости. В первом случае оценка гудвилла практически не отличается от требований существующего МСФО (IFRS) 3; второй подход отражает гудвилл как относящейся к доле участия, не обеспечивающий контроль, так и относящийся к приобретенной доле участия, обеспечивающей контроль. Требования в отношении «приобретений по выгодной цене» остаются без изменений и сводятся к немедленному признанию отрицательного гудвилла в отчете о совокупном.

Метод пропорционального признания гудвилла

При методе пропорционального признания, гудвилл признается только для приобретающей компании. Гудвилл оценивается как разница между стоимостью приобретения и справедливой стоимостью приобретаемых идентифицируемых активов и обязательств на дату приобретения, в том числе условных обязательств.

Стоимостная величина гудвилла определяется расчетным путем и зависит от следующих величин:

1. стоимости покупки или затрат на объединение бизнеса;
2. справедливой стоимости чистых активов, в том числе:

— активов (кроме нематериальных);

— обязательств (кроме условных);

— идентифицируемых нематериальных активов;

— условных обязательств.

Признание гудвилл по балансовой стоимости за минусом обесценения

После первоначального признания организация-покупатель обязана оценивать гудвилл по себестоимости за вычетом любых накопленных убытков от обесценения. Тестировать гудвилл на обесценение необходимо ежегодно или чаще, если

происходящие события или меняющиеся обстоятельства указывают на возможность обесценения.

Тестирование гудвилла на предмет обесценения заключается в сравнении возмещаемой стоимости приобретенного гудвилла с его балансовой стоимостью.

Возмещаемая стоимость — это большее из двух значений: справедливой стоимости актива за вычетом расходов на продажу и ценности его использования.

Справедливая стоимость, или чистая продажная цена, — это сумма, которую можно получить в результате продажи актива в ходе сделки между информированными, заинтересованными и независимыми друг от друга сторонами.

Ценность использования — это текущая дисконтированная стоимость предполагаемых будущих потоков денежных средств, возникновение которых ожидается от использования актива и его выбытия в конце срока эксплуатации.

Однако очевидно, что проведение тестирования на обесценение гудвилла на индивидуальной основе (т.е. определение возмещаемой стоимости гудвилла) невозможно. Для решения данной проблемы IAS 36 вводит понятие единицы, генерирующей денежные средства, и тестирование гудвилла производится на основе данных единиц.

Единица, генерирующая денежные средства (ЕГДС), — это наименьшая группа активов, которая за счет ее использования создает приток денежных средств, независимый от притоков денежных средств от других активов или групп активов. Например, отдельный самолет в аэропорту не сможет генерировать денежные средства без взлетной полосы, а отдельный станок в цехе — без всей производственной линии.

В целях проверки на обесценение гудвилл, приобретенный при объединении компаний, должен быть распределен на единицы, генерирующие денежные средства, которые получают преимущества от покупки.

Приобретенный гудвилл представляет собой плату предприятия в ожидании будущих экономических выгод от активов, которые невозможно идентифицировать и признать отдельно. Другими словами, гудвилл не генерирует денежных потоков независимо от других активов и часто положительно влияет на денежные потоки от нескольких единиц. Именно поэтому возмещаемая стоимость гудвилла как отдельного актива не может быть определена. И при наличии признаков вероятного обесценения гудвилла будет определяться не его возмещаемая стоимость, а возмещаемая стоимость генерирующей единицы, к которой этот гудвилл относится.

Если балансовая стоимость единицы окажется больше предполагаемой возмещаемой стоимости, компания должна признать убыток от обесценения. Убыток

от обесценения уменьшает прибыль отчетного периода. Убыток от обесценения должен уменьшить балансовую стоимость активов фирмы в следующем порядке:

– уменьшается балансовая стоимость гудвилла, распределенного на эту единицу;

– уменьшается пропорционально балансовая стоимость активов, входящих в единицу.

Однако при распределении убытка от обесценения балансовая стоимость актива не должна быть ниже наибольшего значения из трех показателей:

– его чистой продажной цены, если ее можно определить;

– ценности его использования, если ее можно определить;

– нуля.

Предприятия не должны иметь «свободы выбора» при отнесении гудвилла к единицам учета. Согласно МСФО такое отнесение должно быть «разумным и приемлемым». Если гудвилл отнести к слабой единице, то его, возможно, придется списать немедленно или довольно скоро, а гудвилл, отнесенный на высокорентабельную единицу, имеет все шансы никогда не подвергаться списанию.

Отрицательная разница

Если доля компании-покупателя в справедливой стоимости чистых идентифицируемых активов больше затрат на объединение бизнеса, в учете возникает отрицательная разница, которая учитывается следующим образом:

– повторно проводится оценка идентифицируемых активов, обязательств и условных обязательств приобретаемой компании и оценка затрат на объединение бизнеса;

– оставшаяся сумма признается немедленно на счете прибылей и убытков как прибыль.

Однако доход, который отражается в учете, в данном случае будет «искусственным», он не сможет служить ни источником выплаты дивидендов собственникам, ни реальной налогооблагаемой базой по налогу на прибыль.

Причиной возникновения отрицательной разницы может быть как завышение стоимости активов и занижение величины обязательств, так и ожидаемые в будущем убытки от работы компании. Он также может быть следствием обесценения ценных бумаг, когда рыночная стоимость акций организации становится ниже их балансовой стоимости.

Подводные камни внедрения МСФО (IFRS) 3

Компании должны оценивать эффект нововведений при заключении сделок по приобретению бизнеса. Положения новых стандартов МСФО(IFRS) 3 влияет на:

– гудвилл, признанный от сделки;

– прибыли и убытки, возникающие на дату приобретения;

– прибыли и убытки, возникающие в периодах, следующих за периодом приобретения;

– время и стоимость подготовки финансовой отчетности за период, в котором осуществлено приобретение бизнеса.

Таким образом, руководители должны не только пересмотреть методики премирования, расчета долговых обязательств, основанные на финансовых результатах, но и заранее найти ресурсы для:

– проведения оценки влияния двух методов расчета неконтролирующей доли;

– проведения оценки различных статей отчета о финансовом положении компании по справедливой стоимости;

– пересмотра всех классификаций приобретаемых идентифицируемых активов и принимаемых обязательств;

– расчета прибылей и убытков от сделок по постепенному приобретению бизнеса;

– прочих операций, которые могут потребоваться для корректного составления консолидированного отчета о финансовом положении на дату приобретения.

Для выполнения значительной части рассмотренной выше работы потребуются специалисты в области оценки. Большинство компаний не имеют специалистов с обширными знаниями и глубоким опытом в этой области, и им нужно будет рассмотреть вопрос о возможности развития необходимых навыков и знаний у собственных сотрудников либо о привлечении независимых экспертов. Потенциальные сделки по объединению бизнесов потребуют дополнительного планирования и ресурсов.

В отношении крупных сделок по объединению бизнесов требуется раскрывать соответствующую информацию. Несущественные по отдельности приобретения бизнесов можно агрегировать в целях раскрытия информации. Раскрытие значительного объема информации требуется даже в отношении сделок по объединению бизнесов, завершенных после окончания отчетного периода, но до выпуска финансовой отчетности. Если раскрытие такой информации является практически неосуществимым, следует раскрыть данный факт с соответствующим разъяснением причин.

Руководство компаний, особенно те, которые собираются покупать другой бизнес, необходимо оценивать влияния стандарта на оценку гудвилла. Такая оценка даст

больше шансов предприятию справиться с трудностями, встречающимися на практике при использовании МСФО (IFRS) 3.

Список литературы:

1. URL: http://www.banks2ifrs.ru (дата обращения 08.04.2010).
2. URL: http://www.pwc.com/ifrs (дата обращения 08.04.2010).
3. URL: http://www.ade-solutions.com/IFRS_portal.html (дата обращения 09.04.2010).
4. URL: http://www.kpmg.ru/index.thtml (дата обращения 09.04.2010).
5. URL: http://www.intangiblebusiness.com/Brand-services/Financial-services/IFRS-3-implementation~94.html (дата обращения 09.04.2010).
6. URL: http://www.klerk.ru/boss/articles/94431 (дата обращения 09.04.2010).
7. URL: http://www.accountingreform.ru (дата обращения 09.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Семенова Е.А., Байбородина В.Г.

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В налоговой системе Российской Федерации некоммерческие организации не выделены в отдельную категорию налогоплательщиков, что не только создает для них ряд проблем, связанных с налогообложением, но и затрудняет, с юридико-технической стороны, разработку предложений по изменению налогового законодательства.

Некоммерческие организации при определении налогооблагаемой прибыли не включают в доходы средства целевого финансирования (подп. 14 п. 1 ст. 251 НК РФ) и целевые поступления на их содержание и ведение уставной деятельности (п. 2 ст. 251 НК РФ). Кодекс содержит подробный перечень средств целевого финансирования и целевых поступлений и он, как неустанно напоминают налоговые органы, закрыт. Остальные доходы, включая внереализационные, должны облагаться налогом на прибыль. Казалось бы, все понятно, но проблемы все равно возникают.

Обязательным условием для льготирования по налогу на прибыль средств целевого финансирования и целевых поступлений является раздельный учет. Налоговый кодекс требует организовать раздельный учет доходов (расходов), полученных (произведенных) в рамках целевого финансирования (подп. 14 п. 1 ст. 251 НК РФ). А также организовать раздельный учет доходов (расходов), полученных (произведенных) в рамках целевых поступлений (п. 2 ст. 251 НК РФ).

Если организация по какой-либо причине не вела раздельный учет, в налоговую базу по налогу на прибыль попадут все полученные доходы в том периоде, в котором они поступили.

Обычно разделить доходы не составляет особого труда, а вот с расходами дело обстоит сложнее.

Сначала давайте присмотримся к самим понятиям «целевое финансирование» и «целевое поступление». Их объединяет одно слово – «целевое». Это означает, что любое поступление средств (или имущества) в рамках этих понятий напрямую связано с конкретной целью, а значит, с конкретными расходами для достижения этой цели. Однако расходы не всегда четко соответствуют доходам. Некоторые расходы относятся одновременно и к облагаемым налогом на прибыль, и к не облагаемым доходам. Например, организация может одновременно выполнять исследования по нескольким грантам наряду с обычными коммерческими исследованиями. Как в этих случаях разделить расходы?

Как правило, раздельный учет обеспечивается введением специальных субсчетов порой второго или даже третьего порядка. Иногда можно ограничиться аналитическим учетом. В тех случаях, когда расходы относятся к разным доходам (облагаемым и необлагаемым), возникает необходимость составления специальных расчетов.

В соответствии с позицией налоговых органов, расходы на содержание организации и ведение уставной деятельности (общехозяйственные расходы) должны осуществляться за счет целевых поступлений, а при их недостаточности – за счет чистой прибыли организации. Таким образом, вышеупомянутые расходы не признаются расходами при налогообложении прибыли, полученной от коммерческой деятельности некоммерческими организациями. Но налогоплательщик обязательно должен оспаривать такую позицию, поскольку она не соответствует законодательству о налогах и сборах.

Также есть неурегулированные моменты в отношении амортизации основных средств.

Бюджетное учреждение, например, может приобретать основные средства за счет предпринимательской деятельности и использовать их в ней. Может ли оно в этом случае их амортизировать в целях исчисления налога на прибыль организаций? В соответствии с подп. 2 п. 1 ст. 256 НК РФ такая возможность у бюджетного учреждения имеется, но как быть, если приобретенные основные средства за счет доходов от предпринимательской деятельности используются в обоих видах деятельности?

По этому поводу никаких разъяснений финансовое ведомство не давало. Существует только письмо Минфина России от 3 октября 2003г. № 04-20-05/3/74 по вопросу начисления амортизации в отношении основных средств, приобретенных за счет целевого финансирования и используемых в предпринимательской деятельности. В письме говорится, что налоговым законодательством не предусмотрено распределение сумм начисляемой амортизации между уставной и коммерческой деятельностью НКО в случае приобретения основных средств за счет целевых поступлений.

Так как данный вопрос не урегулирован налоговым законодательством, то во избежание налоговых рисков не следует начислять амортизацию основных средств, если они одновременно используются в уставной и предпринимательской деятельности независимо от источника их приобретения.

Из приведенных выше проблем, связанных с уплатой налога на прибыль некоммерческими организациями, необходимо внести изменения в законодательство о налогах и сборах. Прибыль от предпринимательской деятельности НКО облагается на общих основаниях, и это вызывает серьезные сомнения в правомерности такого положения. Установление единой ставки по налогу на прибыль, как для коммерческих, так и для некоммерческих организаций, считаю нецелесообразным. Ведь предпринимательская деятельность бюджетных организаций, как правило, не имеет высокой рентабельности, так как непосредственно связана с социальными нуждами населения и имеет относительно небольшие, по сравнению с коммерческими предприятиями, объемы реализации товаров, работ и услуг.

Любая коммерческая организация успешно развивается, если она основную часть своей прибыли направляет на расширение производства, внедрение новой прогрессивной техники и технологий, высоко эффективных научных достижений, обновление ассортимента товаров работ и услуг в связи с требованиями рынка.

Такой возможности, например, у бюджетных учреждений нет. Они ограничены в свободе распоряжения доходами от предпринимательской деятельности. Так, средства, полученные бюджетными учреждениями от продажи имущества, находящегося в государственной и муниципальной собственности, в части, оставшейся после уплаты налога, включаются в состав доходов соответствующих бюджетов. А доходы, получаемые в виде арендной платы за передачу в возмездное пользование государственного и муниципального имущества, признаются доходами бюджетов от использования имущества, находящегося в государственной или муниципальной собственности (ст. 42 Бюджетного кодекса).

Таким образом, некоммерческие организации, как правило, не имеют достаточных средств на расширение и совершенствование работы в рамках предпринимательской деятельности и находятся в менее выгодных условиях по сравнению с коммерческими организациями.

Изменить неблагоприятные условия можно было бы путем уменьшения ставки налогообложения прибыли или установления специальной льготы.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) // СПС «Консультант Плюс».

2. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 17.07.09 г.).

3. Федеральный закон «Об автономных учреждениях» от 03.11.2006 г. № 174-ФЗ.

4. Гамопольский П. Ю. Некоммерческие организации: особенности налогообложения и бухгалтерского учета. М., 2009.

5. Погребс А. Б. Коммерческие проблемы для некоммерческих организаций // Учет, налоги, право. 2004. № 15. С. 10.

6. Жукова Е. И. Налогообложение некоммерческих организаций // Финансовые и бухгалтерские консультации. 2009. № 2. С. 35 – 44.

7. Катамадзе А. Т. Новое в налогообложении некоммерческих организаций // Налоговая политика и практика. 2007. № 6. С 26 – 34.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Сенчишина Н.А., Солдаткина О.А.

МЕТОДИКА УЧЕТА НЕКОНТРОЛИРУЮЩЕЙ ДОЛИ В СООТВЕТСТВИИ С ИЗМЕНЕНИЯМИ МСФО 27 «КОНСОЛИДИРОВАННАЯ И ОТДЕЛЬНАЯ ФИНАНСОВАЯ ОТЧЕТНОСТЬ»

Объединение бизнеса – это сведение вместе отдельных компаний или бизнесов в экономически единую отчитывающуюся единицу (reporting entity). Компания, имеющая более 50% в капитале другой организации, будет материнской компанией, имеющей контроль над группой, в ее обязанности будет входить составление консолидированной финансовой отчетности. Материнская компания консолидирует всю сумму принадлежащих дочерней компании индивидуальных активов, обязательств, прибылей и убытков с соответствующими статьями отчета о финансовом положении. Образующаяся дополнительная сумма представляет неконтролирующую долю.

Неконтролирующая доля – это новый термин, введенный в связи с последними изменениями в МСФО 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность», ранее был термин «Доля меньшинства». Новый термин - неконтролирующая доля участия – фактически представляет собой долю миноритарных (неконтролирующих) акционеров в чистых активах приобретенной компании и на дату приобретения может оцениваться по справедливой стоимости или доле в чистых активах.

В результате последних изменений в МСФО 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» материнская компания отражает в учете, а также и в консолидированной отчетности группы 100% чистых активов на дату приобретения, включая долю группы и долю неконтролирующих акционеров, а также расчет доли неконтролирующих акционеров по рыночной стоимости, то есть оценка неконтролирующей доли участия по справедливой стоимости на дату приобретения будет равна рыночной стоимости доли неконтролирующих акционеров (рыночная стоимость акций дочерней компании).

Второй вариант оценки неконтролирующей доли происходит пропорциональной доли участия «миноритариев» в идентифицируемых активах и обязательствах приобретаемого предприятия. По данному варианту неконтролирующая доля рассчитывается как:

Неконтролирующая доля = Стоимость Чистых Активов дочерней компании * Процент акций, принадлежащих дочерней компании после объединения = Стоимость Чистых Активов дочерней компании – (Стоимость Чистых активов компании * Процент акций, принадлежащих материнской компании).

Неконтролирующая доля рассчитывается каждый раз при составлении финансовой отчетности, так как, как правило, сумма чистых активов изменяется в каждом отчетном периоде и большинстве случаев это происходит за счет изменения данных по статье «Нераспределенная прибыль/Непокрытый убыток». Неконтролирующая доля на дату отчетности рассчитывается следующим образом:

Неконтролирующая доля на дату отчетности = неконтролирующая доля на дату покупки + Изменение в Чистых активах дочерней компании между датой составления отчета и датой покупки в неконтролирующей доле.

Новым изменением в МСФО 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» является то, что неконтролирующая доля на дату составления отчетности может иметь отрицательное значение. Это возможно в случае, когда величина убытка дочерней компании, относящегося к неконтролирующей доле, превышает долю в чистых активах, отраженную в консолидированном отчете о финансовом положении.

Приобретение дополнительного участия или продажа участия без потери контроля. В ранней редакции стандарта не было четкого руководства касательно таких операций. Например, компания имеет 70% участие и приобретает или продает дополнительные 15% без изменения факта наличия контроля, и соответственно возникает вопрос учета дополнительного приобретения и соответствующей разницы между справедливой стоимостью выплаченного вознаграждения и балансовой

стоимостью 15% неконтролирующей доли участия. Согласно новой редакции стандарта все разницы, которые возникают в результате изменений в доле контролирующей компании без изменения контроля, должны будут признаны в капитале.

Продажа участия с потерей контроля. При продаже участия с потерей контроля, например, компания имеет 80% и продает 40% интереса, стандарт требует в частности, переоценить оставшуюся долю по справедливой стоимости и отразить все изменения в результате прекращения консолидации и переоценки справедливой стоимости оставшейся доли, как прибыль или убыток от продажи, в отчете о совокупном доходе, относящийся к контролирующей компании.

Таким образом, концепция контроля и подхода к консолидации не изменилась, однако изменились некоторые аспекты в части оценки все большего числа компонентов по справедливой стоимости, но необходимо отметить, что МСФО 27 «Консолидированная и отдельная финансовая отчетность» имеет ряд преимуществ по сравнению с предыдущей его редакцией:

– дает ответы на ряд вопросов, касающихся учета приобретения дополнительного участия или продажи участия;

– вводит термин «неконтролирующая доля», а также устанавливает ряд изменений, связанных с определением и учета неконтролирующей доли, по сравнению с «долей меньшинства», учет которой описывался в более ранней редакции;

– наличие более подробного руководства в отношении определения справедливой чистых активов и определение справедливой стоимости неконтролируемой доли.

Организации сталкиваются с проблемой отражения в консолидированной финансовой отчетности неконтролирующей доли – с одной стороны, это часть финансирования активов предприятия, но с другой стороны, неконтролируемая доля не является ни капиталом, ни обязательствами. По нашему мнению, неконтролирующую долю следует отражать в разделе «Капитал», но отдельной строкой для того, чтобы данные консолидированного отчета группы были более понятны и доступны пользователям отчетности. Необходимо также выделять отдельно нераспределенную прибыль/непокрытый убыток отдельно относящиеся на материнскую компанию и отдельно – на неконтролирующую долю участия, что позволит пользователям более точно оценить вклад (долю) неконтролирующей доли в общие финансовые результаты группы.

Из двух предложенных методов оценки неконтролирующей доли считаем, что метод оценки неконтролирующей доли в соответствующей доле чистых активов дочерней компании наиболее эффективный, так как рыночная стоимость

неконтролирующей доли может искажать достоверность данных – быть заниженной или завышенной в зависимости от спроса на акции на фондовом рынке. Преимущество метода по доле чистых активов автор видит в том, что неконтролирующая доля пересчитывается в соответствии с изменениями в стоимости чистых активов за отчетный период каждый раз на дату составления отчетности – то есть любое изменение в стоимости чистых активов (финансовый результат за период, изменение акционерного капитала дочерней компании, стоимость добавочного или резервного капитала) будет учтено на дату составления финансовой консолидированной отчетности.

Список литературы:

1. Билык Ю. А. Составляем консолидированный отчет о прибылях и убытках // Консультант бухгалтера. 2009. № 11.

2. Кондратюк Е.А. Концепция контроля и консолидация в МСФО // МСФО и МСА в организации. 2009 г. № 4. С.13-25.

3. Умрихин С.А. Международные стандарты финансовой отчетности: российская практика применения // Консультант бухгалтера. 2010 г. № 2. С. 6-17.

4. Официальный сайт международной аудиторской фирмы КПМГ. URL: www.kpmg.ru.

5. Официальный сайт PricewaterhouseCoopers.URL: www.pws.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных,общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Сидоренко М.И., Артеменко Т.В.

ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА РОССИЙСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ – СУБЪЕКТАМИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На сегодняшний день, когда практически каждая страна ощутила на себе влияние экономического кризиса, необходимо оказывать помощь бизнесу, создавать рабочие места, увеличивать покупательскую способность людей и принимать ряд других мер по восстановлению экономики. В России, в частности, правительство делает все больший акцент на необходимость развития малого и среднего бизнеса, внедрения на предприятиях наукоемких технологий, расширения сферы услуг и выхода действующих предприятий на международные рынки. Так, правительством РФ были разработаны «Основные направления антикризисных действий правительства Российской Федерации на 2010 год», где отмечается, что одним из механизмов оживления экономики должно стать расширение базы экономического роста - развитие малого и среднего бизнеса [2, 23]. Экономисты утверждают, что в данной ситуации один из наиболее эффективных способов организации и развития бизнеса – франчайзинг.

Целесообразность развития франчайзинга на современном этапе развития экономики подтверждается мировым опытом в этой области. По данным Международной ассоциации франчайзинга средняя рентабельность инвестиций за

первые 10 лет работы для обычных независимых предприятиях составляет около 300%, для компаний же, работающих в рамках франчайзинговых соглашений, – более 600%. Из всех создающихся в мире независимых компаний в течение трёх лет в среднем около 90% прекращают своё существование, в то время как для франчайзинговых компаний доля банкротов в первые три года составляет менее 10%. В целом, за последние пять лет в мире менее 8% франчайзинговых предприятий оказались нежизнеспособными [3,18,26]. Таким образом, в современных условиях франчайзинг рассматривается как один из наиболее гибких и эффективных средств развития бизнеса, причем от развития франчайзинга в России выигрывают не только франчайзер и франчайзи, но и третья сторона – потребитель и общество в целом.

Безусловно, однозначно позитивное значение франчайзинг имеет для выхода на международные рынки российской продукции, завоевание на нем лидирующих позиций, конкурентного преимущества. Такая форма выхода на международные рынки представляется наиболее приемлемой для российской экономики. Она не требует дополнительных инвестиций для продвижения отечественной продукции (имеется в виду любой вид продукта) на мировой рынок, что очень важно при наличии в России инвестиционного голода, снижает совокупные издержки и делает наши компании более конкурентоспособными. На наш взгляд, по принципу франчайзинга могут строиться договорные отношения и в сфере научных исследований и разработок с базированием генерирующих структур в России. Это будет значительно сокращать время поступления этих разработок на внешний рынок и позволит обеспечить на нем конкурентное преимущество.

В ходе исследования были изучены статьи и работы различных авторов, в том числе зарубежные, аналитические обзоры Российской ассоциации франчайзинга, нормативно-правовые акты Российской Федерации, а также Интернет-ресурсы.

Цель данной работы – выявить основные причины слабого развития международного франчайзинга в России в части продажи франшиз российскими предприятиями зарубежным партнерам. Объектом исследования является франчайзинг как форма организации бизнеса; предметом – использование франчайзинга предприятиями–субъектами внешнеэкономической деятельности. При выполнении работы были использованы методы сравнительного анализа, анализа и синтеза, системного подхода, экономико-статистический метод исследования, а также графической интерпретации данных.

Мировая практика показывает, что франчайзинг, на самом деле, одна из наиболее эффективных форм бизнеса. Еще с середины пятидесятых годов франчайзинг в корне

изменил темпы развития сотен и тысяч фирм. На сегодняшний день франчайзинг на разных стадиях развития действует в 140 странах мира [29]. Точную цифру существующих франчайзинговых компаний назвать нельзя. Существуют приблизительные данные, что в мире насчитывается более 16,5 тыс. франчайзеров и более 165 тыс. франчайзи [32]. Некоторые крупные фирмы - франчайзеры имеют по тысяче и более партнеров - франчайзи, обеспечивая широкое региональное распространение своих марочных товаров и услуг. Признанными лидерами франчайзинга и экспортерами франшизного бизнеса по всему миру являются США, Канада, Корея, Япония, Австралия, лидеры Европы – Германия, Франция и Великобритания. Так, в США доля франчайзинга в общем объеме розничного товарооборота составляет 34%, в странах Западной Европы – 5-12% [30]. В настоящее время франчайзинг используется примерно в 75 сферах бизнеса – от фаст-фудов и ресторанов до операций с недвижимостью и юридических услуг [32]. Сферами, в которых франчайзинг получил сегодня наибольшее распространение являются: заведения фаст-фуд – около 20% общемирового количества франчайзи, розничная торговля (в том числе продуктами питания) – 15%, сфера услуг (в том числе спортивных и туристических) – около 12%, автомобильные перевозки и обслуживание – 8%, строительство – 7% (рисунок 1).

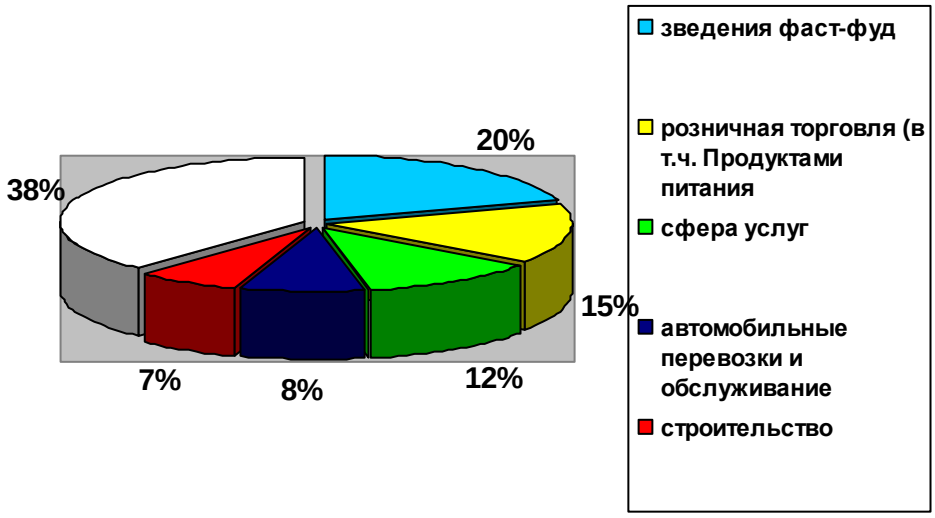

Рисунок 1 – Сферы экономики, в которых задействован франчайзинг в мировой практике

Что касается франчайзинга в России, то оцениваются успехи по распространению этой надежной и перспективной формы развития малого и среднего бизнеса как очень скромные. Тем не менее, в последние годы рынок франчайзинга в России развивался достаточно быстрыми темпами. Если в первые пять лет существования франчайзинга в

России с 1995 по 1999 годы образовалось 22 франчайзинговые системы, то в 2001 году 50 компаний декларировали развитие по модели франчайзинга, а в 2008-м их число выросло до 750 [8,31]. Заметный рост произошел в 2008 году, когда количество франшиз в стране выросло на 40%. В 2009 году рост покупок франшизы был отмечен в сентябре-октябре [15]. Если сравнить сферы применения франчайзинга в России и за рубежом, получим следующую картину: 52% действующих в России сетей франчайзинга ориентируется на торговлю непродовольственными товарами (с большим отрывом в этом секторе лидируют продавцы одежды – 45% от всех франшиз в этой категории), тогда как в сфере услуг пробуют свои силы лишь 24%. Для сравнения в США на сферу услуг приходится более 60% франшиз (7% – торговые), в Европе – около 40% (столько же приходится на ритейл) [8].

На основе систематизации материалов о функционировании франчайзинга в России по источникам [4,5,10,20,21,22,33] можно сформулировать следующие особенности, отличающие его от зарубежной практики:

– Правовая база для франчайзинговых отношений в России еще не сформирована на должном уровне, то есть закрепленный в законодательстве договор не охватывает всех аспектов этих отношений.

– Как правило, договор франчайзинга заключается на сравнительно длительный срок, достигающий нескольких десятков лет, т.е. предприниматель не может попробовать и, если не понравилось, прекратить работать на основе приобретенной франшизы, не понеся при этом значительных финансовых потерь. Однако, в связи с трудностями в осуществлении долгосрочного прогнозирования в условиях российской действительности, отечественные предприниматели не могут позволить себе заключать договор на 15—20 лет и срок действия договора обычно сокращается до 3 лет.

– Характерными особенностями системы франчайзинга являются выплата оператором единовременного вступительного взноса франчайзеру и регулярные выплаты роялти. Ряд российских франчайзеров отказываются от этих принципов, считая, что отсутствие первоначального взноса является конкурентным преимуществом, привлекающим новых франчайзи. Подобный аргумент можно считать спорным, поскольку первоначальная плата является гарантией для франчайзера, что оператор будет выполнять условия договора и будет заинтересован в поддержании договорных отношений.

– Размер роялти (регулярных выплат) варьируется в зависимости от отрасли, в которой используется франчайзинг, либо устанавливается в зависимости от того, какие условия были зафиксированы в договоре после переговоров франчайзера и франчайзи.

– Для многих российских компаний опыт продажи франшизы в регионы оказался не удачным: приобретя франшизу и получив представление о технологиях работы, региональные партнеры часто не продлевали или вовсе расторгали договор с компанией, а затем начинали работать под собственными вывесками. Сегодня пользователь может отказаться от своих обязательств и продолжать работу на рынке, в то время как в Европе с такой компанией просто перестали бы сотрудничать. Одним из фактом, подтверждающим отсутствие этики в российском бизнесе, является следующий. По данным 2008 года о структуре франшизного рынка России доля Дальневосточного федерального округа составляет 0 %. Вместе с тем в городе Хабаровске относительно недавно появилось торговое предприятие с названием «Перекресток», ранее осуществляло свою деятельность торговое предприятие под названием «Копейка» и т.д. Поэтому компании очень осторожно подходят к выдаче полной франшизы, они хотят быть уверены в лояльности франчайзи, получить от него гарантии честного бизнеса.

– Основным отличием российских франшизных систем от иностранных является одновременное расширение бизнеса, выход на новые рынки как за счет создания франшизных точек, так и за счет развития корпоративных предприятий, принадлежащих франчайзеру. Считается, что в этом случае неизбежен конфликт интересов.

– Наиболее сложным в организации системы франчайзинга является вопрос о возможности франчайзера регулировать ценообразование на предприятиях франчайзи и лишать оператора возможности самостоятельно устанавливать цену на реализуемую продукцию. В условиях, сложившихся в России, ряд предприятий-франчайзеров считают возможным прямое установление цен на предприятиях франчайзи. В более чем трети анализируемых предприятий, функционирующих на основе франчайзинга в России, франчайзеры устанавливают цены на реализуемые франчайзи товары или услуги.

– Ввиду существующих проблем в кредитовании малых предприятий в России, обусловленных как высокими процентными ставками за кредит, так и нежеланием банков работать с малыми предприятиями, франчайзеры разрабатывают собственные программы помощи франчайзи.

– Развитие франчайзинга на территории России происходит неравномерно, можно назвать только несколько российских регионов, где франчайзинг используется достаточно широко. В результате анализа действующих на российском рынке товаров и услуг франшиз можно утверждать, что, как правило, предприятия начинает внедрять

свою марку сначала либо на московском, либо на петербургском рынке и лишь затем решают применять франчайзинг для продвижения своей марки в регионы.

Изучение публикаций позволяет с уверенностью назвать следующие примеры продажи франшизы зарубежным партнерам, как правило, это страны бывшего СССР:

– франчайзинговые сети магазинов «Пятерочка» существуют в Казахстане и Украине;

– фармацевтическая компания «Лавка жизни» вышла на рынок Эстонии;

– компания «Крошка-Картошка» имеет сеть мобильных кафе в Украине;

– компания «Sela» имеет магазины за рубежом.

Не претендуя на полноту охвата всех факторов, ограничивающих возможности роста числа франшиз, продаваемых российскими предприятиями за рубеж, на основе обобщения изученных нами материалов, назовем следующие:

1. Неконкурентоспособность российских организаций в сферах, где франчайзинг уже получил развитие за рубежом или где прогнозируется его развитие в ближайшей перспективе.

2. Недостаточная популярность брендов, ограниченное число глобальных брендов.

3. Отсутствие опыта организации бизнеса в соответствии с мировой практикой.

4. Недостаточные навыки в области корпоративного управления, в том числе формирования корпоративной культуры (деловой этики).

5. Недостаточный уровень развития процессного подхода в российских организациях.

6. Ограниченные финансовые ресурсы российских организаций и отсутствие соответствующей государственной поддержки.

7. Отсутствие у большинства российских организаций-франчайзи собственных учебных центров и методики обучения, а также персонала для оперативного консультирования франчайзи.

Таким образом, исследование позволяет сделать вывод о существовании целого ряд проблем в области международного франчайзинга в России. При этом для увеличения числа российских организаций, экспортирующих франшизу, требуется изменение не только факторов внешней, но и внутренней среды. В России существуют определенные возможности развития данной формы международного франчайзинга, связанные со следующими ожидаемыми изменениями внешней и внутренней среды. Во-первых, опыт других стран показал, что полное осознание необходимости регулирование тех или иных областей бизнеса и разработка законодательства происходит в течение периода, составляющего около 10 лет. Россия в настоящее время подошла к данному

рубежу развития франчайзинга, следовательно можно ожидать разработку соответствующего законодательства. Во-вторых, этому может также способствовать ожидаемое вступление России в ВТО, в ходе которого законодательная основа бизнеса должна быть приближена к мировой. В-третьих, сегодня главным мифом о франчайзинге называется то, что востребованной оказывается только франшиза известных торговых марок. Конечно, открыть магазин с вывеской всемирно известного бренда очень почетно. Но и требования (в том числе большие вступительные взносы и роялти) к деловым партнерам возрастают адекватно. Тем временем часто предприниматели покупают не бренд, а лишь продуманную, пусть даже новую, торговую марку и готовую концепцию бизнеса.

Список литературы:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. В 2-х ч. Ч. 2 // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

2. Основные направления антикризисных действий правительства Российской Федерации на 2010 год // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».

3. Ассоциация франчайзинга в России. URL: http://www.rarf.ru/ (дата обращения 13.04.2010).

4. Бабенкова С. Франчайзинг – шаг за шагом // Современная торговля. 2007. № 1.

5. Белогородов А. Российский франчайзинг: игра в крапленые шахматы // Мое дело. 2001. № 12.

6. Главное : франчайзинг // Новости торговли. 2005. № 4.

1. Голикова В. Российская промышленность на перепутье : что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными / В. Голикова, К. Гончар, Б. Кузнецов, А. Яковлев // Вопросы экономики. 2007. № 3.

8. Бизнес-журнал онлайн. URL: http://www.business-magazine.ru (дата обращения 13.04.2010).

9. Васильев Н.М. Франчайзинг и особенности его развития в России // Финансы. 2006. №2.

10. Земляков Д.Н., Макашев М.О. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса : учеб. пособие. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003.

11. Ибадова Л. Франчайзинг в сфере малого бизнеса // Право и экономика. 2006. № 3.

12. Ильина В. Российские компании утверждаются на мировом бренд-рынке // Человек и труд. 2007. № 1.

13. Кочетков Г. Б. Франчайзинг: организация малого бизнеса // США. Канада : Экономика, политика, культура. 2004. № 4.

14. Кочетков Г. Социальная функция франчайзинга // Человек и труд. 2000. № 2.

15. Крыкова О. Франчайзеры меняют условия // Торговое оборудование в России. 2009. № 12.

16. Крюков Д. Марка с прокатом // Секрет фирмы. 2007. № 48.

17. Липатова В.А. Учёт расчетов по франчайзинговым договорам // Бухгалтерский учет. 2007. № 15.

18. Международная ассоциация франчайзинга в России и СНГ. URL: http://franchising.su/ (дата обращения 13.04.2010).

19. Оригинальный // Секрет фирмы. 2007. № 48.

20. Орлова О. Договор франчайзинга // Право и экономика. 2003. № 7.

21. Панюкова В. В. Особенности развития франчайзинга на российском рынке // Маркетинг в России и за рубежом. 2004. № 2.

22. Петухова Е. Франчайзинг: атака клонов // Мое дело. 2003. № 4.

23. Президент России.. URL: http://www.kremlin.ru/ (дата обращения 13.04.2010).

24. Продажа и техническое обслуживание автомобилей: материалы семинара по программе содействия переподготовке российских военнослужащих. Хабаровск : Японский центр в Хабаровске, 2000.

25. Репин В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. М. : РИА «Стандарты и качество», 2008.

26.Статистика франчайзинга. URL: http://top-franchising.com (дата обращения 13.04.2010).

27. Сорокина Т. Розничная торговля и франчайзинг // Современная торговля. 2006. № 8.

28. Схема франчайзинга // Мерчендайзер. 2009. № 1-2.

29. Франчайзинг как способ организации своего бизнеса // Современная торговля. 2009. № 3.

30. Франчайзинг – «за» и «против» // Мерчендайзер. 2007. № 2.

31. Экнодиосова О. Г., Артемова Е. Н. Распространенность отечественных франчайзинговых туристических сетей в ЦФО РФ // Практический маркетинг. 2008. № 4.

32. Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». URL: http://uecs.mcnip.ru (дата обращения 13.04.2010).

33. Scott A. Shane Why franchise companies expand overseas.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Скачков С.В., Ламашева Ю.А.

ЗОЛОТО КАК УСТОЙЧИВЫЙ, БЕЗРИСКОВЫЙ И ВЫСОКОЛИКВИДНЫЙ ИНСТРУМЕНТ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА

На протяжении всей истории драгоценным металлам, и в частности золоту, отводилась особая роль. Наиболее развитой стадией ис¬пользования золота в качестве денежно¬го металла была, как известно, система золотого монометаллизма, основанная на официальном признании золота как един¬ственного денежного товара и всеобщего мерила ценностей. Важнейшей точкой отсчета в современной истории золота являются 1970-е гг. – крах Бреттон-Вудской мировой валютной системы, когда мировой рынок золота стал формально свободным от государственного вмешательства, а золото претерпело функциональную трансформацию, превратившись из мировых денег в обыкновенный товар. Однако, не смотря на то, что Ямайское соглашение, ратифицированное в 1978г., де-юре закрепило демонетизацию золота и официально устранило его из внутреннего и международного денежного обращения, этот благородный металл де-факто не утратил до конца свои денежные функции.

Хотя, с одной стороны, золото потеряло главнейшие функции денег – быть мерилом стоимости товаров и услуг и средством обращения (покупательным средством). С другой стороны, неправильно утверждать, что утрачены такие его монетарные функции, как средство платежа, накопления, сбережения и образования

сокровища. Правда, следует отметить, что на современном этапе развития глобальной экономики эти денежные функции золота, безусловно, претерпели некоторую трансформацию.

Во-первых, с развитием телекоммуникаций и системы Интернет возникло новое направление использования золота как средства платежа. В частности, современный уровень развития систем, используемых в сети Интернет, обусловил переход части платежных систем в «глобальную паутину», где в свою очередь стали появляться кибер-деньги, предназначенные для осуществления платежей через Интернет. Принцип функционирования этих систем по существу заключается в следующем: инвестор (лицо, намеренное осуществлять расчеты через Интернет) производит отчисления в пользу компании-эмитента некоторую сумму денежных средств, которая в последствии конвертируется в эквивалентную сумму кибер-денег, выраженных в граммах, тройских унциях или других денежных единицах. В настоящее время в сети функционируют такие транснациональные платежные системы, как E-Gold, DigiGold, GoldMoney, e-Bullion, e-Dinar. Как финансовый инструмент электронные платежные единицы, основанные на золоте, в последние годы получили большое распространение главным образом не только за счет благоприятного инвестиционного климата на рынке золота, но и ввиду роста числа пользователей «глобальной сети». Так, в рамках интернациональной платежной системы E-Gold, созданной в 1996г. компанией Gold & Silver Reserve, Inc., денежные средства конвертируются в некоторые драгоценные металлы, в частности в золото. Эта особенность делает платежную систему особенно эффективной для проведения международных платежей, поскольку счета пользователей не привязаны к какой-либо национальной валюте. [1]

Во-вторых, в условиях финансового кризиса еще более актуальной и значимой становится функция золота как средства накопления, сбережения и образования сокровища – благородный металл выступает как своеобразный страховой фонд. Опасаясь роста кредитных ставок и усиления инфляции на фоне слабого доллара и удорожания энергоносителей, инвесторы во всем мире стараются подстраховаться и вкладывать средства в золото, которое считается одним из самых устойчивых и высоколиквидных финансовых активов, традиционно используемых в целях сбережения и накопления капитала. С продолжительной тенденцией роста цен на золото оно сегодня рассматривается инвесторами в качестве альтернативы ценным бумагам. [2]

Существуют различные способы инвестирования в драгоценные металлы. Через банки доступны такие операции, как покупка мерных слитков, открытие обезличенных металлических счетов (ОМС), покупка монет из драгоценных металлов.

Золото продолжает оставаться важной составной частью международных резервов большинства стран мира. В настоящее время официальные золотые резервы, по данным Всемирного совета по золоту (World Gold Council) составляет свыше 30 тыс. т. Существует ряд причин, которые обусловливают необходимость сохранения золота как реального резервного актива. Во-первых, золото является относительно безрисковым активом. Его ценовая динамика отличается от тенденций курса национальных валют. Так, при замедлении темпов экономического роста и снижения курса валют инвесторы предпочитают вкладывать средства в более надежные активы – драгоценные металлы, в частности в золото.

Во-вторых, золото обеспечивает физическую защищенность. Иностранные денежные средства и ценные бумаги могут быть обременены валютным контролем, частично или полностью ограничивающим их перемещение на территории государства. В таком случае можно говорить об ограничении доступа к собственным ресурсам, размещенным в форме депозитов и ценных бумаг, на территории государства – инициатора валютного контроля. Более надежным активом является золото в резервах национальных центральных банков.

В-третьих, по обеспечению экономической защищенности золото по-прежнему занимает лидирующие позиции среди финансовых активов. Оно обладает гораздо большей ликвидностью, чем другие «защитные» финансовые активы, поскольку может быть реализовано без больших затрат и в любое время.

В-четвертых, золото является высоколиквидным активом. Центральные банки управляют портфелем золотых резервов, предпочитая менее рискованные операции, регулярно приносящие доход. Значительная часть таких операций совершается через банки-маркетмейкеры на кредитном рынке золота, что, в свою очередь, приносит не малых доход.

В-пятых, золото остается неоспоримым инструментом страхования от неблагоприятной макроэкономической и политической ситуации. Золотые резервы можно рассматривать как страховое возмещение в случае финансовых кризисов, краха мировой валютной системы, войн и стихийных бедствий.

В виду вышеуказанных преимуществ золота перед другими финансовыми инструментами, предлагаю сегодня в условиях нестабильности мировой экономики, вызванной мировым финансовым кризисом, а также в условиях волатильности курсов

мировых валют рассматривать этот благородный металл в качестве альтернативного финансового инструмента для сбережения и преумножения своих денежных средств.

Список литературы:

1. Гаухман О. Л. Центральные Банки на мировом рынке золота // Банковское дело. 2009. №3.С. 61.

2. Кулакова Т. Ю., Третьякова А. А. Российский рынок золота в современных условиях // Валютное регулирование и валютный контроль. 2010. №2. С. 71.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Слободенюк Д.А., Варламова Н.Н.

ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ, ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТРАНЫ

В период мирового финансового кризиса одной из актуальных проблем становится задача определения методов государственного регулирования экономики, в частности регулирования внешнеторговой деятельности государства. Изучение внешнеторговой политики России еще более значимо, так как преобразования во внешнеторговом секторе российской экономики стали одним из наиболее важных направлений проводимых рыночных реформ.

Внешнеторговая политика государства представляет собой регулирование объемов и структуры внешней торговли с помощью применения специфических инструментов.

В настоящее время основу государственного регулирования ВЭД составляет тарифное регулирование, в системе которого решающую роль играют импортные пошлины. Экспортные пошлины применяются в исключительных случаях, устанавливаются для товаров, изготовленных на территории РФ и вывозимых для потребления за границей (нефть и нефтепродукты, металлы и полуфабрикаты из них и др.)[1].

[1] Прокудин С.В. Обзор мер регулирования внешней торговли России // БИКИ. 2008. №149-150. С. 2-5,8.

Необходимость применения нетарифного метода обусловлена рядом причин, важнейшими из которых являются:

– различия между внутренними и мировыми ценами и несоответствие их структуры по ряду основных товаров российского экспорта;

– дефицит сырьевых и иных товаров на внутреннем рынке;

– защита общественной морали, правопорядка, охраны жизни и здоровья граждан, окружающей среды, животных и растений;

– обеспечение обороны страны и безопасности государства;

– необходимость выполнения международных обязательств, принятых на себя Российской Федерацией[1].

Необходимо охарактеризовать изменения таможенных пошлин и их влияние на внешнюю торговлю России. В 2008 году были изменены ставки ввозных таможенных пошлин по 576 тарифным позициям.

Средневзвешенная ставка ввозных таможенных пошлин с учетом льгот и преференций в 2009 году составила в 11%, в 2010 году прогнозируется в диапазоне 10,6% - 10,9%. На постоянной основе введены в действие нулевые ставки ввозных таможенных пошлин на широкую номенклатуру технологического оборудования. Таким образом, наблюдается общая тенденция к уменьшению ставок импортных пошлин[2].

Ставки экспортных пошлин на нефтепродукты в 2008 г. резко возросли, что было связано с мировым финансовым кризисом[3]. К концу 2008 года началось снижение экспортных пошлин. В очередной раз ставки пошлин были повышены с 1 декабря 2009 года: экспортная пошлина на нефть устанавливается в размере 271 долл. за тонну.

Объем импорта товаров в 2008 году составил 291,9 млрд. долларов США против 223,5 млрд. долларов США в 2007 году (прирост – 30,6%). Доля импорта в ВВП в 2008 году составила 16,0% против 15,4% в 2007 году. Объем поступлений в федеральный бюджет от взимания ввозных таможенных пошлин составил 625,58 млрд. руб. по сравнению с 488,05 млрд. руб. в 2007 году (прирост – 28,2%) и 341,6 млрд. руб. в 2006 году (прирост – 42,9%). Таким образом, наблюдается увеличение поступлений в бюджет за счет увеличения импорта, не смотря на снижение импортных пошлин.

---

[1] Самсонов В.А. Инструменты нетарифного регулирования // ЭКО. 2007. №8. С. 140-152.

[2] Свинухов В. Г. Совершенствование механизма таможенно-тарифного регулирования внешнеэкономической деятельности РФ // Российский внешнеэкономический вестник. 2009. №3. С. 68-74.

[3] Прокудин С. В. Обзор мер регулирования внешней торговли России // БИКИ. 2008. №149-150. С. 2-5,8.

Объем экспорта товаров в 2008 году составил 471,6 млрд. долларов США против 354,4 млрд. долл. США в 2007 году (рост 33,0%). Доля экспорта в ВВП в 2008 году составила 28,1 % против 27,1% в 2007 году. Объем поступлений в федеральный бюджет от взимания вывозных таможенных пошлин составил 2859,3 млрд. руб. по сравнению с 1834,9 млрд. руб. в 2007 году (прирост – 55,8 %). Увеличение поступлений в бюджет также достигнуто за счет увеличения экспорта в рассматриваемый период времени[1].

Несмотря на положительные изменения во внешней торговле, необходимо обратить внимание на то, что структура экспорта и импорта не претерпела существенных изменений с 2006 года. По-прежнему более 60% экспорта составляют минеральные продукты, в частности 32,4% – сырая нефть. В импорте по состоянию на 2008 г. 51,1% составляют машины и оборудование. Таким образом, разрабатывать систему методов внешнеторгового регулирования необходимо, учитывая данную проблему.

Следует подчеркнуть, что внешнеторговая политика оказывает значительное влияние на сферу внешней торговли страны. По мере уменьшения ставок импортных и экспортных пошлин, увеличился объем импорта и экспорта. Между тем таможенные пошлины играют первостепенную роль в реализации фискальной функции таможенно-тарифного регулирования. В рассматриваемый период доходы в бюджет от взимания таможенных пошлин возросли. В настоящее время перед Россией стоит проблема изменения структуры экспорта и импорта. В данном случае необходимо более активное применение дифференцированных импортных пошлин в зависимости от степени обработки товаров. Кроме того, в настоящее время ведутся переговоры о вступлении России в ВТО, которые должны быть завершены к концу 2010 года. Вступление в ВТО требует от страны соблюдения ряда принципов организации, что означает уменьшение таможенных тарифов с целью либерализации торговли. Таким образом, таможенно-тарифное регулирование должно стать составной частью политики Российской Федерации, направленной на рациональную защиту и повышение конкурентоспособности отечественных производств, формирование конкурентного внутреннего рынка и эффективной внешнеторговой специализации страны.

[1] Таможенная статистика внешней торговли России. URL: http://www.rosteck.ru (дата обращения: 17.10.2009).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Соколова Н.О., Овчинникова И.В.

АНАЛИЗ И ПУТИ РОСТА ТОВАРООБОРОТА

(НА ПРИМЕРЕ ООО «ТК КОНТИНЕНТ»)

С экономической точки зрения под товарооборотом понимается движение товаров в сфере их обращения, включающее объем проданных и купленных товаров в денежном выражении за определенный период времени. Для бухгалтера такое определение не является достаточно четким. О товарообороте более доступно говорится в п. 123 ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения»[1], в соответствии с ним данное понятие рассматривается как объём продажи товаров и оказания услуг в денежном выражении за определённый период времени.

В экономической литературе описываются методики анализа товарооборота таких авторов как: Кравченко Л.И., Чернов В.А. и Баканов М.И. Данные методики содержат общие направления анализа товарооборота:1) анализ динамики и выполнения плана товарооборота; 2) анализ равномерности и ритмичности продаж; 3) анализ состава и ассортимента оптового товарооборота;4) анализ влияния факторов на товарооборот.

В тоже время следует выделить их отличия:

1) достоинством методики Кравченко Л.И.[2] является то, что подробно были рассмотрены все основные направления анализа, кроме того выделен такой этап

[1] Торговля. Термины и определения : ГОСТ Р 51303-99. Введён 1 января 2000 г. М., 2000. 19 с.
[2] Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учебник / Л.И. Кравченко. 8-е изд., испр. и доп. М.: Новое знание, 2005. 512 с.

анализа, как – оперативный анализ оптового товарооборота, который важен для контроля и планирования за деятельностью организации;

2) Чернов В.А.[1] хоть и выделяет всего шесть этапов анализа, однако в его методике дополнительно рассматриваются такие показатели как: абсолютное значение 1% прироста, темп прироста, коэффициент звенности, кроме того рассчитывается объём снижения товарооборота в результате снижения ритмичности продаж;

3) анализ сезонности приведён только в методике Баканова М.И.[2] Многие предприятия оптовой торговли реализуют товар, спрос на который колеблется в зависимости от сезона, таким образом, данное направление может быть полезным для аналитика.

В ходе проведения анализа были выявлены основные резервы роста товарооборота в конкретной организации ООО «ТК Континент». Основными видами деятельности организации являются: оптовая торговля мороженым и оптовая торговля продуктами глубокой заморозки.

В 2009 г. ООО «ТК Континент» имела возможности увеличения товарооборота на 86813,90 тыс. руб. Однако полностью считать их резервами нельзя, так как многие из них дублируются, перекрываются. Объем оптового товарооборота мог бы возрасти за счет:

1) улучшения обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов – на 16623,00 тыс. руб. (2213,00 + 14410,00);

2) повышения эффективности использования трудовых ресурсов – на 25398,50 тыс.руб. (15671,19 + 819,48+ 8907,83).

Реальным резервом роста товарооборота следует считать 16623,00 тыс. руб. (за счет более эффективного использования товарных ресурсов).

ООО «ТК Континент» необходимо принять меры по мобилизации выявленных резервов роста. Такими мерами могут быть: поиск новых поставщиков и покупателей; расширение ассортимента и объёмов реализации более рентабельной продукции; осуществление ритмичности продаж; активация маркетинговой деятельности: изучение спроса, конкурентов, ценовой политики, рекламы предприятия и т.д.; усиление внимания за соблюдением трудовой, исполнительной, финансовой дисциплины; увеличение выработки работников, путём повышения их квалификации, воздействия мерами стимулирования, мотивации труда и т.д.

---

[1] Чернов В. А. Экономический анализ : торговля. общественное питание, туристский бизнес : учебное пособие / В.А. Чернов. М. : Юнити, 2009. 639 с.

[2] Баканов М. И. Экономический анализ в торговле : учебное пособие / М.И. Баканов. М. : Финансы и статистика, 2007. 400 с.

Также руководству организации необходимо рассмотреть вариант перехода на упрощённую систему налогообложения, что уменьшит налоговую нагрузку предприятия. Рассмотрим наиболее выгодный вариант режима налогообложения для ООО «ТК Континент».

В 2009 г. налоговая нагрузка организации составила: НДС – 648 тыс. руб.; ЕСН – 159 тыс. руб.; налог на прибыль -25 тыс. руб. Таким образом, применяя традиционную систему налогообложения, ООО «ТК Континент» уплатит 832 тыс. руб. (648+159+25).

ООО «ТК Континент» имеет право в соответствии с пунктом 2 ст. 346.12 НК РФ перейти на упрощённую систему налогообложения (УСН), так как по итогам девяти месяцев доходы не превысили 45 млн руб., а по итогам года величина доходов не превышает 60 млн руб. Кроме того, не применяются ограничения для перехода на УСН, установленные ст. 346.12 пункта 3 НК РФ.

Применение УСН освобождает ООО «ТК Континент» от уплаты налога на прибыль организаций и налога на имущество организаций. Кроме того организация не признаются плательщиком НДС (за исключением ввоза товаров на территорию РФ). Иные налоги уплачиваются в соответствии с законодательством, в том числе страховые взносы в государственные внебюджетные фонды. В то же время налог при УСН не заменяет пенсионные взносы, начисляемые работодателями в пользу работников.

Расчет налога зависит от того, какой выбран объект налогообложения: «доходы» или «доходы, уменьшенные на величину расходов». Статьёй 346.20 Налогового кодекса РФ устанавливаются следующие налоговые ставки по налогу, взимаемому в связи с применением УСН: 6 процентов, если объектом налогообложения являются «доходы» и 15 процентов, если объектом налогообложения являются «доходы, уменьшенные на величину расходов».

Определим величину налога при использовании УСН для ООО «ТК Континент»:

- размер налога в случае выбора объекта налогообложения «доходы» за налоговый период составит 2216 тыс. руб. (36936 тыс. руб. х 6%), а с учетом пенсионных взносов, уменьшающих налог, его величина будет равна 2131 тыс. руб. (2216 - 85);

- размер налога в случае выбора объекта налогообложения «доходы, уменьшенные на величину расходов». В соответствии со ст. 346.18 п.6 сумма минимального налога при данном объекте налогообложения является 1 процент налоговой базы, которой являются доходы, определяемые в соответствии сл ст. 346.15 НК РФ.

ООО «ТК Континент» в 2009 г. получила убыток, следовательно, сумма налога при данном объекте налогообложения составит 369 тыс. руб. (36936 х 1%).

Как видим, разница в налоговых обязательствах есть не только между разными режимами налогообложения, но и в части спецрежима с разными объектами налогообложения.

Наиболее выгодный для организации вариант заключается в применении УСН с объектом налогообложения «доходы минус расходы». Другой объект налогообложения «доходы» увеличивает обязательства в рассматриваемом примере в шесть раз. Однако следует помнить, что при расчете налога можно учитывать не все расходы, которые предусмотрены 25 главой НК РФ (на практике разница в налоговых обязательствах, возникших по этой причине, может быть не так существенна).

Таким образом, по выше проведённым расчётам можно с уверенностью сказать, что организации следует для повышения эффективности деятельности, роста товарооборота, повышению финансовых результатов перейти на УСН выбрав при этом объект налогообложения «доходы минус расходы».

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Сотников К.А., Бурик М.В.

АНАЛИЗ РЫНКА «LUXURY» В ГОРОДЕ ХАБАРОВСКЕ

Товары класса люкс - это совмещение качества, искусства, новаторства. Граница премиального и люксового сегментов определяется известностью, видами и каналами коммуникаций, которые, в свою очередь, определяются мотивами потребления. Исходя из этого определения ведущие часовые марки.

Были разделены на 3 группы для примера классификации.

Таблица 1 – Классификация брендов

Товары	Luxury	Premium	Upper Middle
Часы	Breguet, Blancpain, Omega, Patek Philippe	Longines, Rado, Maurice Lacroix	Tissot, Swatch, Balmain, Certina, Mido, Hamilton

Для каждой группы товаров существуют свои каналы распространения. По количеству часовых марок можно разделить магазины на мультибрендовые и монобрендовые. Мультибрендовые магазины реализуют различные марки, а монобрендовые, как правило реализуют продукцию одной престижной марки. Причины разделения различны. Инициатива самой компании, принадлежность к классу luxury, способ продвижения продукции.

Наиболее развитым с точки зрения наличия магазинов люксовых операторов является Центральный федеральный округ, в котором расположено 527 монобрендовых

магазинов. При этом 513 магазинов расположены в Москве, то есть в остальных городах ЦФО рынок развит весьма слабо. Это связано с тем, что в Москве наиболее высокие доходы, численность населения, а также интерес к покупке товаров люксовых марок. Вторым по количеству магазинов класса люкс является Северо-западный федеральный округ, в котором находится 120 магазинов, из которых 101 магазин расположен в Санкт-Петербурге, 19 – в Калининграде. В других городах округа люксовые магазины отсутствуют. При этом люксовые магазины расположены в 10-ти городах Приволжского и 8-ми городах Южного федеральных округов. Наименьшее количество магазинов люксовых операторов находится в Дальневосточном федеральном округе – 12, причем 7 из них расположены во Владивостоке. Официальное присутствие часовых брендов в Хабаровске представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Наличие марок часов в магазинах г. Хабаровска

Марка часов	«Золотое время»	«Триумф»	«Лотос»	«Алмаз»
Rado	есть	есть	нет	есть
Frederique Constant	есть	нет	нет	нет
Breitling	есть	нет	нет	нет
Certina	есть	нет	есть	нет
Longines	есть	есть	нет	нет
Oris	есть	нет	нет	нет
Tissot	есть	есть	нет	есть

Представленные в таблице часовые бренды реализуются в мультибрендовых магазинах. Политика крупнейших luxury брендов не предполагает продажу посредством мультибрендовых магазинов из-за особенностей селективной дистрибьюции и позиционирования. Монобрендовых часовых магазинов не было выявлено, как и присутствие компаний, продающих часы категории класса люкс, следовательно, сегмент часов класса люкс отсутствует. Невозможно воспользоваться массовыми каналами коммуникаций для предельно малых партий продуктов. Люксовые товары существуют вне пределов ценовых рамок в отличие от премиум сегмента.

Дальнейшее развитие люксовых брендов на российском рынке будет зависеть от экономической ситуации в целом. При постепенном выходе из кризиса можно прогнозировать рост покупательской способности, а значит, рост спроса на более дорогие товары, вследствие чего заинтересованность люксовых операторов в выходе на Хабаровский рынок может повысится. Однако, в силу уже сложившейся практики

можно ожидать, что люксовые бренды будут по-прежнему предпочитать работать не напрямую, а с локальными партнерами. Реализация большей части дорогих часов в г. Хабаровске происходит через мультибрэндовые салоны. Одной из причин такой реализации может служить особенность ввоза продукции через «серые» схемы российскими ритейлерами.

Мнения о методике продаж между производителем и дистрибутором всегда расходятся, каждый производитель хочет, чтобы его часы продавались в монобрэндовом магазине, так как в обычных часовых магазинах брэндам приходится конкурировать за место и экспозицию. Дистрибуторам открытие монобрэндовых магазинов не очень выгодно. При этом выручка мультибрэндиового магазина в полтора-два раза больше, чем монобрэндового. Развитию монобрэндовых часовых бутиков будет способствовать отказ часовых компаний от партнерства с российскими дистрибуторами и самостоятельный выход на рынок.

Список литературы:

1. «Luxury» в кризисе роста // Приложение к газете «Коммерсантъ». 27.11.2008. № 216 (4033).

2. Яценко Н. «Luxury» держит удар. URL: www.raexpert.ru.

3. Покорители роскоши // Приложение к газете «Коммерсантъ». 29.11.2007. № 220 (3796).

4. URL: http://www.r-r-g.ru.

5. URL: http://www.bain.com/bainweb/home.asp.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Сотникова И.С., Михмель Г.Н.

ОЦЕНКА ПРИБЫЛИ КАК ИСТОЧНИК ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях рыночной экономики основой развития является прибыль, как важнейший показатель повышения эффективности работы организации, источник её жизнедеятельности. Рост прибыли создает финансовую основу для осуществления расширенного воспроизводства организации и удовлетворения социальных и материальных потребностей учредителей и работников. За счет прибыли выполняются обязательства предприятия перед бюджетом, банками и другими организациями. Поэтому достоверность исчисления и распределения положительного финансового результата (бухгалтерской прибыли) является актуальным вопросом в настоящее время.

При формирующихся рыночных отношениях ориентация организаций на получение прибыли является непременным условием для их успешной предпринимательской деятельности, критерием выбора оптимальных направлений и методов этой деятельности.

В условиях рыночной экономики значение прибыли огромно. Стремление к получению прибыли ориентирует товаропроизводителей на увеличение объема производства продукции, нужной потребителю, снижение затрат на производство. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей. Для предпринимателя прибыль является сигналом, указывающим, где можно добиться наибольшего прироста стоимости,

создает стимул для инвестирования в эти сферы. Свою роль играют и убытки. Они высвечивают ошибки и просчеты в направлении средств, организации производства и сбыта продукции.

Опыт последних лет показал, что организациям не хватает инструментов, с помощью которых можно было бы принимать обоснованные управленческие решения оперативного и стратегического характера. Отсюда возникает интерес к информации о финансовых результатах предприятия, и появляется проблема поиска способа формирования прибыли и анализа безубыточности. На стадии разработки механизма формирования прибыли необходим комплексный анализ влияния различных факторов на величину получаемой прибыли. Доминирующее влияние на величину дохода и прибыли оказывают объем продаж и структура стоимости реализуемой продукции (доля ее в составе переменных, постоянных затрат и прибыли).

Анализ формирования финансовых результатов и оценка факторов, влияющих на их размер, проведен на примере анализа деятельности торговой организации г.Хабаровска - ЗАО «Техсервис-Хабаровск». При прове¬дении оценки и анализа показателей, характеризующих процесс формирования прибыли предприятия, используют данные ф. № 2 «Отчет о прибылях и убытках».

Проведенные расчеты показали, что повышать цены исследуемому предприятию выгоднее, чем увеличивать натуральный объем выпуска продукции – в первом случае прибыль от продаж значительно выше, чем во втором. Если спрос на продукцию предприятия позволяет повышать цены на нее, то можно воспользоваться этим способом для обеспечения роста прибыли от продаж. В противном случае предпочтительнее может оказаться увеличение объема выпуска продукции при сохранении прежних цен. В самом же неблагоприятном случае, когда продукция предприятия не пользуется большим спросом, наилучший способ повышения прибыли – снижение постоянных затрат.

Таким образом, прибыль от продажи продукции, получаемая в результате роста выручки за счет увеличения натурального объема проданной продукции, может быть определена как величина, производная от доли постоянных и переменных затрат в составе стоимости проданной продукции базисного периода и меры роста выручки от продажи. На основе формул можно рассчитать конкретные значения прибыли для разных соотношений постоянных и переменных затрат и индексов выручки от продажи продукции, а также определить, при какой структуре стоимости выручки и каком темпе ее роста будет достигнута необходимая прибыль.

Были рассмотрены возможности повышения прибыли от продаж продукции при благоприятных для предприятия условиях, когда его продукция находит сбыт и пользуется спросом. Однако нельзя не учитывать, что у предприятия может возникнуть ситуация, когда речь пойдет не об увеличении прибыли, а о сохранении производства в условиях рынка. Иными словами, надо решить вопрос о минимальном объеме продаж, который необходим, чтобы предприятие, не получая прибыли и покрывая затраты, сохранило производственный потенциал.

Минимальный (критический) объем продаж определяется исходя из структуры расходов. Прибыль при минимальном объеме продаж отсутствует, а структура выручки от продажи продукции совпадает со структурой расходов. Критический объем продаж (Опрк) может быть рассчитан исходя из суммы постоянных затрат (Зпост) и удельного веса переменных затрат в общей величине затрат предприятия (dперз) по формуле:

$$Опрк = Зпост : (1-dперз)$$

Связь прибыли с объемом продаж и затратами такова, что прибыль от продажи зависит не только от количества проданной продукции, но и от той доли постоянных расходов, которая будет отнесена на единицу проданной продукции. Поэтому предприятие должно стремиться к снижению суммы постоянных расходов. Данные расходы могут корректироваться в сторону снижения за счет той их части, которая регулируется руководством предприятия.

Анализ безубыточности может осуществляться на основе использования бухгалтерской модели поведения затрат, объема производства и прибыли. В этой модели графическим методом определяется точка, в которой затраты на производство и реализацию продукции будут равны выручке. Эта точка называется точкой безубыточности.

Если предприятие попало в экстремальные условия, которые требуют снижения объема продажи продукции до необходимого минимума, важно, за счет чего продажа будет уменьшаться – за счет снижения цен или за счет уменьшения натурального выпуска продукции. Выбор следует сделать в зависимости от конкретных причин.

При снижении выручки от продажи за счет цен величина переменных затрат остается неизменной, так как не меняется натуральный объем продаж, а следовательно, затраты на сырье, материалы, заработную плату и т.д. Если выручка уменьшается в связи с сокращением выпуска натурального объема продукции, прямо пропорционально ей сокращаются переменные затраты. Постоянные затраты во всех случаях неизменны, если предприятие не принимает специальных мер по их уменьшению (увеличению), не связанных с объемом продаж.

Представленные расчеты позволяют заключить, что при необходимости снижения объема продаж и доведения его до минимально возможного это целесообразнее делать за счет уменьшения натуральных объемов продажи продукции, чем за счет снижения цен на нее.

Когда выше рассматривались пути повышения прибыли от продажи продукции, вывод был противоположным. Это и понятно: при росте продаж за счет повышения цен не увеличиваются переменные затраты предприятия, а при снижении продажи за счет того же фактора они не уменьшаются.

Список литературы:

1. Ковалев В. В, Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. М. : Проспект, 2009. 522 с.
2. Любушин Н. Т. и др. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. М. : Юнити-Дана, 2008. 417 с.
3. Маркарьян Э. А. Экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Э.А. Маркарьян. М. : КНОРУС, 2008. 552 с.
4. Маркарьян Э. А., Герасименко Г. П. Финансовый анализ: учебное пособие. 7-е изд., перераб. и доп. М. : КНОРУС, 2009. 340 с.
5. Пожидаева Т. А. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Т.А. Пожидаева. 2-е изд., стер. М. : КНОРУС, 2010. 322 с.
6. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. М. : ООО «Новое знание», 2007. 355 с.
7. Шеремет А. Д. Комплексный экономический анализ предприятия / А. Д. Шеремет. М. : Экономика, 2008. 438с.
8. Жарылгасова Б. Т. Методология анализа финансовых результатов // Аудит и финансовый анализ. 2007. №5. С.118-128.
9. Федорова С. В. Анализ факторов, влияющих на прибыль // Бухгалтерский учет. 2008. №18. С.75-79.
10. Леевик Ю. С. Управление финансовыми результатами // Экономика и управление. 2009. №2(42). С.85-90.
11. Парфенов К. А. Учет доходов, расходов и финансовых результатов // Бухгалтерия и банки. 2008. №11. С.32-35.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Станишевский А.В.

РАНЖИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ)

В настоящее время ситуация в лесопромышленном комплексе может быть охарактеризована, как кризисная, что первую очередь, относится к лесозаготовительным предприятиям. Наиболее остро перед лесозаготовителями стоит комплекс проблем, обусловленных повышением пошлин на экспорт круглого леса до «заградительного» уровня.

Запланированное повышение пошлин должно было осуществляться поэтапно: с 20% в 2007г. до 80% в 2009г. □1□, однако большинство предприятий края оказались не готовыми к переходу на деревообработку, и в 2009 году было принято решение об отсрочке введения пошлин в размере 80% ещё на один год. Таким образом, по состоянию на 2010 год пошлина с 1 кубического метра экспортируемого круглого леса осталась на уровне 25% [2].

Результатом реализуемой экономической политики стало, с одной стороны, существенное сокращение рынка сбыта для большинства лесозаготовительных компаний, с другой стороны, появилась объективная необходимость развития деревообработки, что требует значительных инвестиций в обрабатывающие мощности.

Ситуация усугубляется общими отраслевыми и экономическими проблемами, в условиях которых приходится действовать предприятиям отрасли.

В то же время, необходимо учитывать, что структура лесопромышленного комплекса края достаточно неоднородна: столкнувшись с одними и теми же проблемами, различные предприятия оказались в неравных условиях, а, следовательно, и стратегии у таких компаний будут различны. В связи с чем, основной вопрос, раскрываемый в статье, можно сформулировать, как анализ эффективности возможных управленческих решений с учётом сложившейся в отрасли ситуации.

Принимая во внимание описанные выше экономические условия, с которыми столкнулись лесозаготовительные предприятия, можно выделить следующие управленческие решения, возможные к реализации:

вариант «A»: ликвидация предприятия (продажа активов);

вариант «B»: продажа предприятия, как действующего бизнеса;

вариант «C»: продолжение лесозаготовительной деятельности;

вариант «D»: продолжение лесозаготовительной деятельности, как подрядная организация;

вариант «E»: дружественная интеграция (объединение с деревообрабатывающим предприятием без изменения структуры собственников);

вариант «F»: самостоятельное освоение деревообработки.

Автором предлагается произвести оценку эффективности возможных управленческих решений методом ранжирования, по степени соответствия принимаемого решения ряду ключевых признаков: сохранение контроля в бизнесе; соблюдение интересов собственников, интересов персонала; независимость от контрагентов; стабильность спроса; потребность в инвестициях (Таблица 1).

Степень соответствия признаку определяется следующей градацией:

- несоответствие – 0 баллов;
- минимальное соответствие – 1 балл;
- средний уровень соответствия – 2 балла;
- полное соответствие – 3 балла.

Как видно из представленной выше таблицы, ликвидация предприятия (вариант «A») характеризуется наименьшей эффективностью, которая заключается в минимальном удовлетворении имущественных интересов собственников, (что обеспечивается за счёт реализации активов предприятия), а также отсутствием необходимости привлекать инвестиции.

Таблица 1 – Ранжирование управленческих решений

Варианты управленческих решений	Сохранение контроля бизнеса	Соблюдение имущественных интересов собственников	Соблюдение интересов трудового коллектива	Независимость от контрагентов	Стабильность спроса на продукцию	Отсутствие необходимости привлекать инвестиции	Интегральная оценка
A	0	1	0	0	0	3	4
B	0	1	1	0	0	3	5
C	3	3	2	1	1	2	12
D	3	3	2	0	0	2	10
E	3	3	2	1	3	2	14
F	3	3	3	3	2	1	15

Продажа предприятия, как действующего бизнеса (вариант «B»), влечёт за собой полную потерю контроля над организацией, однако позволяет сохранить персонал, т.к. фактически, смена собственника отнюдь не всегда влечёт за собой увольнение работников продаваемого предприятия.

Продолжение лесозаготовительной деятельности (вариант «C») позволит сохранить контроль над предприятием. В то же время, предприятие, при наличии условий для ведения хозяйственной деятельности, будет приносить доход, в этом случае имущественные интересы собственников будут учитываться как с позиции активов, возможных к реализации, так и с позиции доходности бизнеса. Сохранение основного профиля предприятия, а также продолжение ведения деятельности создают предпосылки для сохранения персонала (с учётом возможного сокращения из-за падения объёмов производства). В то же время, имеет место высокая зависимость от контрагентов, что, как уже было отмечено, обусловлено существенным сужением рынков сбыта по необработанной древесине. Потребность в инвестициях ранжируется, как средняя, что находит своё отражение в необходимости обновления основных производственных фондов.

Продолжение деятельности в качестве подрядной организации (вариант «D»), в отличие от предшествующего варианта, более уязвимо по признакам независимости от контрагентов и стабильности спроса на продукцию. Несоответствие данным признаком объяснимо за счёт опосредованного характера деятельности предприятий – подрядчиков: условием наличия спроса на выполнение лесозаготовительных работ является не только наличие спроса на круглый лес, но и само по себе наличие спроса на

выполнение таких работ. Соответственно, при низком спросе на услуги подрядных организаций, возникает полная зависимость от условий организации – заказчика.

Дружественная интеграция с деревообрабатывающим предприятием (вариант «E») позволяет решить большинство из поставленных вопросов: лесозаготовители находят стабильный рынок сбыта для производимой продукции, контроль бизнеса сохраняется, нет необходимости в существенном сокращении персонала, объём требуемых инвестиций определяется затратами на обновление основных производственных фондов. Появляется значительная зависимость от предприятия, с которым и происходит интеграция. По существу, деревообрабатывающее предприятие становится основным потребителем производимой продукции, что создаёт предпосылки для навязывания с течением времени своих требований.

Самостоятельное освоение деревообработки (вариант «F») представляется наиболее эффективным вариантом развития в заданных условиях. Наряду с соответствием признаку контроля над предприятием и соблюдением имущественных интересов собственников, соблюдаются интересы трудового коллектива, т.к. стратегия развития, направленная на освоение деревообработки, подразумевает под собой создание новых рабочих мест, которые могут быть предоставлены высвободившимся с лесозаготовки рабочим, или же новым сотрудникам. Справедливо отметить, что освоение деревообработки требует максимального объема инвестирования из всех рассмотренных вариантов.

При рассмотрении возможных вариантов управленческих решений не выделялись в отдельные позиции вступление в холдинг (данный вариант можно рассматривать, как частный случай продажи бизнеса) и продажа части акционерного капитала (в зависимости от продаваемой доли, такое решение также можно рассматривать как продажу бизнеса, или же как вариант привлечения инвестиций с целью принятия решения «C», «D», «E» или «F»).

Наглядно результаты произведённого ранжирования представлены на рисунке 1.

Таким образом, разработанная система ранжирования возможных вариантов управленческих решений показала, что наибольшей эффективностью для лесозаготовительных предприятий характеризуется самостоятельное освоение деревообработки, наименьшей – ликвидация предприятия. К преимуществам предлагаемой методики можно отнести её оперативность, возможность применения в условиях недостаточности информации и многоаспектность, позволяющая охватить целый спектр параметров, являющихся залогом развития предприятия.

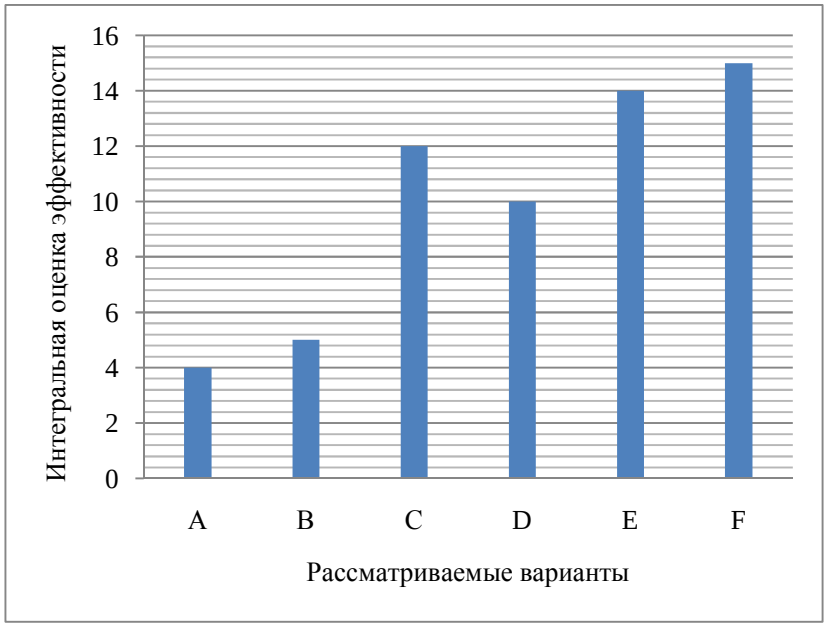

Рисунок 1 – Оценка эффективности управленческих решений

Список литературы:

1. О ставках вывозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов лесоматериалов, вывозимых с территории Российской Федерации за пределы государств - участников соглашений о таможенном союзе: постановление от 24.12.2008 г. № 982 // Российская газета. 2008. № 267. С. 37 – 49.

2. О ставках вывозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов лесоматериалов необработанных, вывозимых за пределы государств - участников соглашений о таможенном союзе: постановление от 23.12.2009 г. № 1071 [Электронный ресурс] / Консультант плюс. Режим доступа: URL: http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Станчин А.С., Иванова Ю.Г.

РЕФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ВВЕДЕНИЯ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ

Экономика страны в большей степени зависит от налоговой системы, т.е. от совокупности налогов, сборов, пошлин, и других платежей, взимаемых в установленном порядке.

Условиями эффективности налоговой системы являются: 1) Платежи не должны приводить предприятия к банкротству; 2) Платежей должно хватать на запланированные расходы бюджета; 3)Сборы должны проводиться в полном объеме.

В настоящее время граждан волнует вопрос, который рассматривает правительство: пенсия населения, пенсионный фонд, пенсионные сборы. За них отвечает Единый социальный налог (ЕСН).

ЕСН равен 26% от начисленной заработной платы и распределяется по 3 основным фондам – пенсионному, медицинского страхования и социального страхования плюс некоторые иные статьи распределения. 14% из этих 26% уплачивается в пенсионный фонд, приблизительно 4% на медицинское страхование и около 6% в федеральный бюджет.

Платить 26% тяжело для большинства работодателей, поэтому барьер в 26% является критически большим показателем.

Однако в силу того, что 26% является удушающим налогом для предприятий среднего и малого бизнеса. Государство не получает сбор в полном объеме. Разрыв

между потенциальной и реальной суммой составляет 4,4 раза. Неполноценный сбор налогов приводит систему к банкротству. Налоговая система с ЕСН оказалась неэффективной.

Результатом нормотворчества Минфина явился Федеральный закон от 25.11.2009 № 276-ФЗ, по которому с 2010 года вместо единого социального налога (ЕСН) ввести страховые выплаты. Казалось бы, то же самое явление будет называться по-другому. Но хитрость заключается в том, что ставка сборов вырастет с 2011 года с 26 до 34%. Отменят и так называемые регрессивные шкалы. Новый закон предполагает, что компания или организация будет платить по единому тарифу с любой зарплаты, которая не превышает 415 тысяч рублей в год (около 35 тысяч рублей в год). Если вы получаете больше, ставка будет равна нулю.

Существует несколько причин введения данного налога: во-первых, государство преследует цель пополнить собственную казну за счет экстенсивных мер в налогообложении. Во-вторых, пенсионеры - наиболее активная часть избирателей - финансовые проблемы казны могут отразиться на их благополучии. Поэтому правительство пытается гарантировать им стабильную пенсию.

После введения страховых взносов государство скорее всего будет иметь следующее:

1. Эффективность предлагаемой системы перейдет в «мародерский». Программа провалится уже на этом уровне.
2. Показатель 80% предприятий уклоняющихся от налогообложения увеличится.

Для того, чтобы система была эффективной, необходимо ее изменить. Разработан вариант единой суммы пенсионного отчисления (ЕСПО). Суть данного проекта сводится к следующим пунктам:

– Выделить несколько уровней выплачиваемых зарплат, например, минимальная, средняя, высокая. В качестве примера берется средний уровень заработной платы. Поскольку для уровня характерен разброс в количественных величинах, вычисляется средняя заработная плата по уровню. Для устранения погрешности, связанных с наличием зарплат ниже средних, средняя заработная плата умножается на экспериментальный коэффициент. Затем для полученного произведения коэффициента на средний показатель, вычисляется ЕСПО путем умножения усредненной зарплаты на налоговую ставку. Получившееся значение является постоянной величиной, уплачиваемой каждым работником вне зависимости от колебаний его заработной платы в уровне.

– Для зарплат выше, ниже, или для других вариантов классификации применяется та же самая схема вкупе с регрессивной шкалой

– Для районов, с низким уровнем доходов населения необходимо ввести поправочные коэффициенты.

На всех уровнях ЕСПО справляется удовлетворительно. ЕСПО решает ряд проблем: работник получает социальную защищенность, снижается количество случаев провоцирующих на укрытие налогов, снижение теневого сектора, предотвращение банкротства ПФ, увеличивается бюджет ПФ, предпринимателям дается послабление, стимуляция подымания уровня заработной платы.

При негативных предпосылках будущей реформы единственный способ выжить для предпринимателя и работников в данных условиях является укрытие от налогов. Наиболее действенным способом являются «серые зарплаты» или «черные зарплаты».

«Серая зарплата» – ситуация, при которой работодатель выплачивает по бухгалтерии минимальную зарплату, а на руки выдает оставшуюся сумму без отчетности по бухгалтерии.

Выплачивая «серую зарплату» сотрудники лишены или не получают в полном объеме: пособия по временной нетрудоспособности, отпускные, выходные пособия при увольнении, налоговые вычеты при приобретении квартиры, платного образования, при платном обучении детей, при получении платных медицинских услуг, возможности получения кредитов на выгодных условиях. Работодатель, который выплачивает зарплаты в конвертах, также лишает сотрудников достойной пенсии в будущем. Также указание официальной зарплаты минимальной ведет к неформальному управлению работниками.

По результатам социального опроса, приведенного в газете «Известия» на тему: «Нужна ли вам «белая зарплата», имеются следующие данные:

– Да, без нее не получить кредит и приличную пенсию – 43%;
– Лучше большая «черная», а о старости позабочусь сам – 24%;
– Для людей это лучше, а для малого бизнеса – крах – 20%;
– Мне все равно, лишь бы платили – 13%;
– В опросе участвовало 2113 человек.

В тоже время по результатам опроса учеников 11-х классов Лицея Инновационных Технологий в апреле 2010 года 83% опрошенных готовы согласиться на получение «серой зарплаты» в будущем. 69% считают «серые» зарплаты обычной для экономики ситуацией. В опросе участвовало 79 человек.

Сравнивая результаты опросов можно сделать вывод: население готово принять нелегальные способы получения доходов и считает это нормальной практикой.

Перспектива развития в будущем характеризуется следующими пунктами: начнется снижение зарплат, а практика их периодической индексации может надолго уйти в историю; возродится традиция выдавать деньги в конвертах.

Однозначно можно сказать, что «серые зарплаты» обязательно возрастут в будущих годах, и для работника это будет оптимальный вариант работы.

Возникает извечный вопрос: что делать? Ответ давно известен: нужна такая институциональная среда, такой институциональный инвестиционный климат, в котором бизнес чувствовал бы себя комфортно, видел бы перспективу, не боялся бы за завтрашний день и с удовольствием бы развивался, создавая новые рабочие места для всех наших сограждан.

Список литературы:

1. Камаев В. Д. Экономическая теория : учебник. / В. Д. Камаев, М. А Абрамова, Л. С. Александрова, М. З. Ильчиков, П. П. Пилипенко, В. В, Радаев, В. Г. Родионова, Б. Т. Рябушкин, В. М. Соколинский, Ф. Ф. Стерликов, Л. Г. Таранкова, С. В, Тарасенко, Г. Г. Чибриков. М. : ВЛАДОС, 2003. 640 с.
2. Миляков Н. В. Налоги и налогообложение : учебник. М. : ИНФРА-М,2007. 509 с.
3. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика : пер. с англ. со 2-го изд. М. : «Дело ЛТД», 1995. 864 с.
4. URL: http://www.argumenti.ru.
5. URL: http://www.finiz.ru/nalog.
6. URL: http://www.nalog.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Тарасова Я.П., Ихсанова Т.П.

ФИНАНСОВЫЙ РЫНОК. СТРУКТУРА ФИНАНСОВОГО РЫНКА

Финансовый рынок – совокупность экономических отношений между субъектами, имеющими в своём распоряжении временно-свободные денежные средства и субъектами желающих привлечь эти средства на определенных условиях. Главной задачей финансового рынка является организация торговли финансовыми активами и обязательствами между покупателями и продавцами, в качестве которых могут выступать такие экономические субъекты как: государство, фирмы, домашние хозяйства.

Участники рынков ценных бумаг: эмитенты, инвесторы, посредники

Состав участников рынка ценных бумаг зависит от той ступени на какой находится производство и банковская система, а также каковы экономические функции государства.

Государство в лице центрального правительства и местных органов власти со временем все в большей степени прибегает к заимствованию средств для финансирования бюджетных расходов в дополнение к взиманию налогов, а также в интервалах между поступлениями налогов. Главную массу эмитентов акций составляют нефинансовые корпорации. Они же выпускают среднесрочные и долгосрочные облигации, предназначенные как для пополнения их основного капитала, так и для реализации различных инвестиционных программ, связанных с расширением и модернизацией производства.

Таким образом, эмитентами ценных бумаг являются те, кто заинтересован в краткосрочном или долгосрочном финансировании своих текущих и капитальных расходов и при этом может доказать, что ему как заемщику, должнику и предпринимателю можно доверять.

Те, кто вкладывает средства в ценные бумаги с целью извлечения дохода, являются инвесторами. На рынке денежных ценных бумаг в качестве инвесторов доминируют банки, которые в то же время как посредники частично размещают краткосрочные бумаги у своих клиентов (например, коммерческие банки одних корпораций предлагают другим корпорациям). Траст-департаменты коммерческих банков стали первыми институциональными инвесторами, которые стали вкладывать в ценные бумаги средства, доверенные им их клиентами для доходного размещения.

Частные лица, как масса, население начинают вкладывать средства в ценные бумаги лишь тогда, когда они достигают достаточной степени личного богатства, которым нужно управлять, то есть держать в форме капитала – финансовых активов, приносящих доход. Большую роль в качестве инвесторов приобретают, так называемые, взаимные фонды, или инвестиционные фонды - крупные финансовые учреждения. Важнейшую посредническую роль на рынке ценных капитальных бумаг играют инвестиционные банки – особые финансовые институты, которые занимаются организацией и гарантированием реализации публичного размещения прежде всего акций.

Финансовые ресурсы предприятия, особенности их формирования и использования в условиях рынка

Финансовые ресурсы предприятия, фирмы — это денежные доходы и поступления, находящиеся в распоряжении субъекта хозяйствования и предназначенные для выполнения финансовых обязательств, осуществления затрат по расширенному воспроизводству и экономическому стимулированию работающих. Формирование финансовых ресурсов осуществляется за счет собственных и приравненных к ним средств, мобилизации ресурсов на финансовом рынке и поступления денежных средств от финансово-банковской системы в порядке перераспределения.

Средства, полученные путем эмиссии и продажи ценных бумаг, предназначены для образования или увеличения капитала производительных предприятий, нацеленных на получение прибыли, которой они затем поделятся с покупателями (держателями). Рынок капитальных ценных бумаг является важнейшей частью экономики, функционирующей на рыночных принципах: без него немыслимо формирование капитала крупного производства.

Список литературы:

1. Зайков В. П. Финансы : конспект лекций / В. П. Зайков. Ростов н/Дону.: изд. Феникс, 2006. 288 с.

2. Котляров М. А. Регулирование деятельности участников финансового рынка/ М.А. Котляров // Финансы. 2008. №3. С.65-67.

3. Постников Е. А. Моделирование и анализ финансовых рынков : учебное пособие / Е. А. Постников. Челябинск : Фотохудожник, 2006.

4. URL: :http://www.regnum.ru.

5. URL: http://www.glossary.ru.

6. URL: http://www.fcsm.ru.

7. URL: http://www.market-review.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Татаркин Я.К., Радина Т.Е.

ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ АКТИВОВ

Состояние и эффективность использования, как запасов, так и оборотных активов в целом – это не только искусство, но и одно из главных условий успешной деятельности организации. Ритмичность, слаженность и высокая результативность работы организации во многом зависят от её обеспеченности оборотными средствами. Недостаток средств, авансируемых на приобретение материальных запасов, может привести к сокращению производства, невыполнению производственной программы. Излишнее отвлечение средств в запасы, превышающие действительную потребность, приводит к омертвлению ресурсов, неэффективному их использованию.

Для достоверного и полного проведения анализа оборотных активов необходимо рассматривать анализируемую организацию не только по конкретным видам активов, обращая внимание на все факторы, влияющие на тот или иной показатель, но и уметь систематизировать полученные результаты, которые точно, всесторонне, полностью характеризовали бы организацию и ее устойчивость в процессе хозяйственной деятельности, и конечно отражали бы все не выявленные резервы.

Оборотные средства являются одной из составных частей имущества предприятия. Состояние и эффективность их использования — одно из главных условий успешной деятельности предприятия. Развитие рыночных отношений определяет новые условия их организации. Высокая инфляция, неплатежи и другие кризисные явления

вынуждают предприятия изменять свою политику по отношению к оборотным средствам, искать новые источники пополнения, изучать проблему эффективности их использования. Одним из условий непрерывности производства является постоянное возобновление его материальной основы — средств производства. В свою очередь, это предопределяет непрерывность движения самих средств производства, происходящего в виде их кругооборота. В своем обороте оборотные фонды последовательно принимают денежную,

производительную и товарную форму, что соответствует их делению на производственные фонды и фонды обращения.

Материальным носителем производственных фондов являются средства производства, которые подразделяются на предметы труда и орудия труда. Готовая продукция вместе с денежными средствами и средствами в расчетах образуют фонды обращения.

Кругооборот фондов предприятий начинается с авансирования стоимости в денежной форме на приобретение сырья, материалов, топлива и других средств производства — первая стадия кругооборота. В результате денежные средства принимают форму производственных запасов, выражая переход из сферы обращения в сферу производства. Стоимость при этом не расходуется, а авансируется, так как после завершения кругооборота она возвращается. Завершением первой стадии прерывается товарное обращение, но не кругооборот.

В работе рассмотрена организация ООО «Росток» в процессе анализа имели место следующие изменения в структуре и динамике оборотных активов.

Наибольший удельный вес в оборотных активах организации в 2008 г. приходится на товарно-материальные запасы (55,1 %); и хотя, в сравнении с данными 2009 года доля запасов несколько снизилась (на 17,56%), количество ТМЦ в абсолютном выражении растет (на 21 809 тыс. руб.). Данную ситуацию можно рассмотреть по разному – с одной стороны доля ТМЦ в общей сумме оборотных активов снижается, что говорит о внедрении более эффективной системы управления материалами на складе, и более рационализованным их движением; с другой стороны, количество ТМЦ в абсолютном выражении увеличилось.

В 2009 году по сравнению с 2008 годом практически вдвое снизилась доля оборотных производственных фондов в общей сумме оборотных средств, которая еще в 2008 году составляла менее 40 % по отношению к оборотным активам в целом. В данной ситуации, безусловно, необходимо увеличивать долю оборотных производственных фондов.

Проведенный горизонтальный анализ показал, что оборотный капитал вырос на 135022 тыс. руб. или на 89,73 % – что означает, с одной стороны, положительный момент в деятельности предприятия, а с другой – отрицательный. Положительным является то, что предприятие наращивает объёмы работ, продукции, а отрицательный – что финансовые средства осели в запасах и дебиторской задолженности. Наибольший рост был замечен по дебиторской задолженности ООО «Росток в размере 147800 тыс. руб. Средний рост суммы был замечен по готовой продукции и товаров для перепродажи (56194 тыс. руб.). Наименьший рост суммы произошёл по расходам будущих периодов (16 тыс. руб.).

Наибольший удельный вес в оборотных активах ООО «Росток» в 2008 г. приходится на товарно-материальные запасы (55,1 %). А в 2009 году замечено снижение удельного веса оборотных активов до 37,54 %. Следовательно, их снижение говорит об улучшении политики в области управления товарно-материальными запасами, так как большие запасы на складе обычно сопровождаются большими расходами на их хранение и снижают оборачиваемость оборотного капитала. В составе товарно-материальных запасов ООО «Росток» наибольшую долю занимают сырьё и материалы (2008 г. – 42,6 %, 2009 г. – 40,41 %) и готовая продукция и товары для перепродажи (2008 г. – 35,47 %, 2009 г. – 54,59 %).

То, что касается оборачиваемости в днях, то все показатели выросли, кроме оборачиваемости кредиторской задолженности, которая снизилась на 9,27 дней. Это, безусловно, положительный момент в работе организации, т.к. средний период для взыскания дебиторской задолженности снизился – деньги в организацию вернутся быстрее. Оборачиваемость оборотных активов выросла почти на 77 дней. Это существенная цифра, которая повлияет на производственный цикл в целом. С другой стороны, оборот запасов вырос всего на 2,86 дня. А срок возврата кредиторской задолженности вырос до 114,29 дней. Это говорит о том, что средний срок возврата задолженности нашей организации другим лицам и организациям вырос на 18,29 дней, что может отрицательно сказаться на репутации фирмы, а также увеличить % за пользование этими средствами, если они были взяты в банке.

Однако, не смотря на возможности широкого применения анализа оборотных активов, существует ряд особенностей, которые необходимо учитывать проводя анализ данного вида активов на практике. Во-первых, учитывая наличие общих принципов проведения анализа необходимо в первую очередь ориентироваться на конкретные приоритеты каждой компании, принимая во внимание специфику конкретной отрасли. Во-вторых, следует учитывать неконтролируемые компаниями факторы, оказывающие

серьезное влияние на результаты управления оборотным капиталом. В- третьих, приведение показателей анализа оборотных активов к единым нормам, на основании которых можно было бы говорить об эффективности использования оборотных средств невозможно в силу использования организациями различных систем, принципов управления как запасами, так и оборотными активами в общем.

Значительный объем финансовых ресурсов, инвестируемых в оборотные активы, многообразие их видов и конкретных разновидностей, высокая динамика трансформации, требующая индивидуализации управления, определяющая роль в ускорении оборота капитала и обеспечении постоянной платежеспособности, рентабельности и других результатов финансовой деятельности предприятия определяют сложность и важность управления мобильными средствами предприятий. Комплекс этих задач и механизмы их реализации получают отражение в разрабатываемой на предприятии политике управления оборотным капиталом, которая представляет собой часть общей финансовой стратегии, заключающейся в формировании необходимого объема и состава мобильных средств предприятий, рационализации и оптимизации структуры источников их финансирования. Основной целью политики управления оборотным капиталом является определение объема и структуры текущих активов, источников их покрытия и соотношения между ними, достаточного для обеспечения долгосрочной производственной и эффективной финансовой деятельности предприятия. Иначе говоря, политика управления оборотным капиталом должна обеспечить поиск «золотой середины» или компромисса между риском потери ликвидности и эффективностью работы предприятия, что приводит к необходимости решения двух основных задач: обеспечение платежеспособности и обеспечение рентабельности активов.

Список литературы:

1. Аудит и финансовый анализ. 2007. № 3.
2. Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 12(177).
3. Финансовый менеджмент 2008. № 2.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Терещенко Д.Н., Коломиец А.А., Байбородина В.Г.

ЗНАЧЕНИЕ ВЗАИМОЗАВИСИМЫХ ЛИЦ ПРИ НАЛОГООБЛОЖЕНИИ

В научной работе рассмотрено значение взаимозависимости лиц при налогообложении, и некоторые споры, возникающие в связи с применением данного понятия. Также в работе рассмотрено право налоговых органов контролировать правильность применения цен по сделкам между взаимозависимыми лицами, и проблемы, которые возникают при его реализации.

Статьей 20 НК РФ взаимозависимыми лицами для целей налогообложения признаются физические лица и (или) организации, отношения между которыми могут оказывать влияние на условия или экономические результаты их деятельности или деятельности представляемых ими лиц, а именно:

1) одна организация непосредственно и (или) косвенно участвует в другой организации, и суммарная доля такого участия составляет более 20 процентов. Доля косвенного участия одной организации в другой через последовательность иных организаций определяется в виде произведения долей непосредственного участия организаций этой последовательности одна в другой;

2) одно физическое лицо подчиняется другому физическому лицу по должностному положению;

3) лица состоят в соответствии с семейным законодательством Российской Федерации в брачных отношениях, отношениях родства или свойства, усыновителя и усыновленного, а также попечителя и опекаемого.

Суд может признать лица взаимозависимыми по иным основаниям, не предусмотренным пунктом 1 ст. 20 НК РФ, если отношения между этими лицами могут повлиять на результаты сделок по реализации товаров (работ, услуг).

Возникновение споров обусловлено, прежде всего, тем, что законодатель, перечисляя в пункте 1 статьи 20 НК РФ основания признания лиц взаимозависимыми, вместе с тем не уделил достаточного внимания процессуальным моментам, связанным с порядком реализации на практике пункта 2 статьи 20 НК РФ, где указал лишь на возможность суда признать лица взаимозависимыми по основаниям, не предусмотренным пунктом 1 указанной статьи.

В частности, одна из проблем заключается в том, что в НК РФ не указано, должен ли налоговый орган предварительно, до вынесения решения, обратиться с иском о признании лиц для целей налогообложения взаимозависимыми, или установленный и отраженный в решении налогового органа факт взаимозависимости лиц с вытекающими из статьи 40 НК РФ последствиями подлежит проверке и подтверждению судом в последующем.

При этом в пункте 2 статьи 20 НК РФ не указан орган, уполномоченный выступать в таком деле в качестве заявителя. По смыслу данной нормы заявителем должен быть налоговый орган, в котором состоит на учете хотя бы одно из заинтересованных лиц. Однако ни в статье 31 НК РФ, ни в какой-либо другой статье НК РФ не предусмотрено право налоговых органов обращаться в суды общей юрисдикции или в арбитражные суды с заявлениями об установлении фактов, имеющих юридическое значение.

Также возникает проблема при признании лиц взаимозависимыми, если они состоят в соответствии с семейным законодательством Российской Федерации в брачных отношениях, т.е. брак должен быть заключен только в органах записи актов гражданского состояния. В связи с этим можно сделать вывод о том, что лица, находящиеся в супружеских отношениях без законного оформления, не будут являться взаимозависимыми в смысле нормы, содержащейся в пп. 3 п. 1 ст. 20 НК РФ.

Еще одной особенностью формирования определения взаимозависимости лиц, на которую хотелось бы обратить внимание, является крайне усеченное перечисление в Налоговом кодексе РФ признаков явной взаимозависимости. Решение этой проблемы путем отсылочной нормы на право суда признать лица взаимозависимыми, исходя из иных оснований, нельзя считать оптимальным. Ведь при такой отсылке возникает конкуренция норм. Также следует иметь в виду угрозу использования, в целях налогообложения, понятия «аффилированные лица», созданного законодателем для антимонопольного законодательства и введенного почти утратившим силу Законом

РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» от 22 марта 1991 года № 948-1 (ред. от 26.07.2006). Практическая применимость института взаимозависимых лиц в налоговых отношениях пока невелика – она обусловлена нормами ст. 40 НК РФ, которая использует данный институт в правовом регулировании порядка применения рыночных цен.

Вместе с тем, ряд норм части второй НК РФ соответствующим образом увязывает определенные отношения с взаимозависимостью лиц.

Так, в пп. 2 п. 1 ст. 220 НК РФ предусмотрено неприменение имущественного налогового вычета при приобретении жилого дома или квартиры в случаях, когда сделка купли-продажи совершается между физическими лицами, являющимися взаимозависимыми в соответствии с п. 2 ст. 20 НК РФ.

Это означает, что, например, в случае, если сделка купли-продажи будет оформлена между лицами, находящимися в супружеских отношениях без законной регистрации в органах записи актов гражданского состояния, и эти лица судом будут признаны взаимозависимыми, то соответствующий имущественный налоговый вычет применен быть не может.

Кроме того, о взаимозависимых лицах упоминается в следующих нормах части второй НК РФ:

– подпункт 2 пункта 1 и пункт 3 статьи 212 НК РФ «Особенности определения налоговой базы при получении доходов в виде материальной выгоды»;

– пункт 10 статьи 306 НК РФ «Особенности налогообложения иностранных организаций. Постоянное представительство иностранной организации»;

– пункты 2 и 4 статьи 308 НК РФ «Особенности налогообложения иностранных организаций при осуществлении деятельности на строительной площадке».

При изучении вопроса о взаимозависимых лицах в целях налогообложения следует также обратить внимание на право налоговых органов при осуществлении контроля за полнотой исчисления налогов проверять правильность применения цен по сделкам между взаимозависимыми лицами. Здесь важным является понимание, что для целей налогообложения принимается цена, указанная сторонами в договоре, и, пока не доказано иное, эта цена признается соответствующей рыночной цене. В этом случае для защиты своих прав и во избежание негативных последствий в интересах налогоплательщика четко следовать букве закона. Согласно пункту 4 статьи 40 Налогового кодекса РФ, под рыночной ценой понимается цена, сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения на рынке идентичных (а при их отсутствии –

однородных) товаров (работ, услуг) в сопоставимых экономических (коммерческих) условиях.

Для определения рыночной цены у налоговых органов есть только три метода, которые последовательно исключают друг друга:

– метод определения рыночной цены с использованием информации о сделках с идентичными (однородными) товарами, работами или услугами;

– метод цены последующей реализации;

– затратный метод.

Серьезным пробелом в российском налоговом законодательстве следует также признать неурегулированность отношений по налоговому контролю трансфертных цен, используемых взаимозависимыми лицами, осуществляющими деятельность через третьих лиц. Отсутствие непосредственной связи между сторонами сделки лишает возможности контролировать здесь ценообразование. Для налогового контроля в такой ситуации достаточно признать взаимозависимыми в цепочке сделок между контрагентами продавца в первой сделке и покупателя в последней.

В этом отношении показателен законодательный пример Великобритании. С целью определения хозяйственной операции, содержащей трансфертную цену, там используется понятие «сделка, или серия сделок», когда такая серия связана с основной сделкой. При этом юридического значения тому обстоятельству, что стороной какой-либо сделки, связанной с основной, не выступает одна или обе стороны основной сделки, не придается. Таким образом, сделка между связанными лицами идентифицируется с учетом операций, непосредственно связанных с основной сделкой, но совершенных с использованием формально независимых лиц.

Однако возможно, что регламентация такой правовой проблемы должна осуществляться в рамках гражданского законодательства, так как сердцевину этой коллизии составляют гражданские правоотношения.

Делая вывод, можно сказать о том, что в настоящее время по-прежнему сохраняет актуальность задача внесения в Налоговый кодекс Российской Федерации поправок, направленных на совершенствование налогового контроля за использованием трансфертных цен в целях минимизации налогов. Процедуры такого контроля должны быть максимально простыми и понятными для налогоплательщиков и налоговых органов, а сам контроль должен применяться преимущественно к крупным налогоплательщикам и операциям. Должны быть четко определены перечень контролируемых сделок, перечень оснований для признания лиц взаимозависимыми, механизм и методы определения цен для целей налогообложения.

Однако некоторые меры в области налогового контроля возможно в скором времени будут приняты, и соответствующие поправки внесены в законодательство о налогах и сборах. Этот вывод можно сделать из «Основных направлений налоговой политики Российской Федерации на 2010 год и на плановый период 2011 и 2012 годов». Так в 2010 году предлагается решить вопрос нормативного регулирования отнесения процентов по долговым обязательствам на расходы, учитываемые при формировании налоговой базы по налогу на прибыль организаций. В настоящее время эти правила являются недостаточно эффективными: с одной стороны, они не предотвращают уклонение от налогообложения путем неправомерного отнесения процентов на расходы, с другой стороны, являются трудоемкими и обременительными для добросовестных налогоплательщиков.

Для повышения эффективности законодательства о налогах и сборах в этой области предполагается внесение следующих изменений.

Во-первых, необходимо изменить действующие правила, ограничивающие отнесение процентов на расходы, установленные пунктом 1 статьи 269 Кодекса. В частности, в рамках регулирования трансфертного ценообразования необходимо разработать правила определения «рыночного» уровня процентной ставки для их использования при определении допустимого уровня отнесения процентов во взаимоотношениях между взаимозависимыми лицами, а также между лицами, сделки между которыми будут признаваться контролируемыми. При условии внесения таких изменений необходимо исключить из статьи 269 НК РФ требование о проверке сопоставимости условий долговых обязательств для принятия решения об отнесении процентов на расходы в налоговых целях, оставив лишь ограничение на предельный уровень принимаемых процентов.

Вопрос об определении рыночного уровня процентов по кредитам, займам, векселям и прочим операциям, доходы по которым не относятся к доходам от реализации товаров (работ, услуг), необходимо решать в связи с тем, что к доходам от таких операций в настоящее время неприменимы положения статьи 40 НК РФ, т.к. эти правила относятся только к ценам реализации товаров (работ, услуг). В рамках совершенствования норм законодательства о контроле за трансфертным ценообразованием в налоговых целях следует распространить правила определения рыночной цены с необходимой спецификой и на финансовые операции, совершаемые между взаимозависимыми лицами.

Во-вторых, с учетом внесения изменений в законодательство, направленных на противодействие минимизации налогообложения посредством трансфертного

ценообразования, следует изменить подходы к противодействию практике «недостаточной капитализации». Под практикой «недостаточной» или «тонкой» капитализации понимается замещение финансирования дочерних организаций через участие в капитале, что подразумевает распределение получаемой прибыли с помощью облагаемых налогом дивидендов, финансированием при помощи предоставления заемных средств и последующем распределении прибыли через уплату относимых на расходы процентов.

Ограничения на отнесение процентов по займам, предоставленным взаимозависимыми лицами, с точки зрения противодействия «недостаточной капитализации» следует уточнить с учетом новых правил определения взаимной зависимости лиц. Также предполагается распространить предусмотренные в настоящее время правила, основанные на расчете финансового рычага, на взаимоотношения как с иностранными, так и с российскими лицами.

Возможным вариантом также может являться более простой подход, основанный на применении правила, согласно которому расходы по выплате процентов ограничиваются фиксированной долей налогооблагаемого дохода в пределах действительного размера указанных расходов. При этом под расходами по выплате процентов понимаются расходы по выплате чистых процентов, то есть превышения сумм расходов по уплате процентов, осуществленных в налоговом периоде, над доходами в виде процентов, полученных в налоговом периоде. Этот подход возможно применять без определения взаимной зависимости лиц как условия для ограничения по принятию процентов к расходам.

Список литературы:

1.Закон РСФСР от 22.03.1991 N 948-1 (ред. от 26.07.2006) «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках».

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (принят ГД ФС РФ 16.07.1998) (ред. от 29.12.2009) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2010).

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 27.12.2009) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2010).

4. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 N 223-ФЗ (принят ГД ФС РФ 08.12.1995) (ред. от 30.06.2008) (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.09.2008).

5. Бюджетное послание Президента РФ Федеральному Собранию от 23.06.2008 «О бюджетной политике в 2009-2011 годах».

6. Основные направления налоговой политики РФ на 2010 год и на плановый период 2011 и 2012 годов» (одобрено Правительством РФ 25.05.2009).

7. Семенихин В. В. Налог на прибыль организаций // РОСБУХ. 2010.

8. Голованов Ю. А, Светлое будущее в области налоговой политики // Налоговая проверка. 2009. №2. С.58-63.

9. Налоги 2010–2012 гг.: на повестке дня совершенствование // Главная книга. 2009. № 17.

10. Соколова Ю. Ю. Взаимозависимые лица в целях налогообложения: Анализ правоприменительной практики // Налоговый вестник. 2009. №8. С. 12-19.

11. Сидоров К. А. Об особенностях получения имущественного налогового вычета // Официальные материалы для бухгалтера. Комментарии и консультации. 2009. №16. С. 35-40.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Украинская Н.Н.

СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЧЛЕНОВ САМОРЕГУЛИРУЕМЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

С 1 января 2009 года вступил в силу Федеральный закон 148-ФЗ «О саморегулируемых организациях» (далее СРО). Согласно ему, строительные лицензии с 1 января 2009 больше не выдаются, а выданные ранее лицензии действуют только до 2010 года. С 1 января 2010г. все организации, выполняющие изыскания, проектирование и строительство будут обязаны иметь выданные СРО свидетельства о допуске к работам.

СРО может устанавливать требование к страхованию ее членами гражданской ответственности. В соответствии Федеральным законом РФ №148-ФЗ от 22.07.2008 г. «О внесении изменений в Градостроительный кодекс РФ и отдельные законодательные акты РФ» страхованию подлежит гражданская ответственность, которая может наступить в случае причинения вреда вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства.

Для строительных, проектных, инженерно-изыскательных организаций, осуществляющих деятельность на основании просроченных лицензий, предусмотрена ответственность, в том числе уголовная, вплоть до лишения свободы сроком на пять лет (при отягчающих обстоятельствах) – ст.171 УК РФ.

Саморегулируемая организация строителей представляет собой некоммерческую организацию, сведения о которой внесены в государственный реестр саморегулируемых организаций, и которая основана на членстве индивидуальных предпринимателей и (или) юридических лиц, выполняющих инженерные изыскания или осуществляющих архитектурно-строительное проектирование, строительство, реконструкцию, капитальный ремонт объектов капитального строительства.

В соответствии со статьей 55.1 Градостроительного кодекса РФ основными целями саморегулируемых организаций являются:

1) предупреждение причинения вреда жизни или здоровью физических лиц, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов РФ вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства и выполняются членами саморегулируемых организаций;

2) повышение качества выполнения инженерных изысканий, осуществления архитектурно-строительного проектирования, строительства, реконструкции, капитального ремонта объектов капитального строительства.

Содержанием деятельности СРО являются разработка и утверждение требований к выдаче свидетельств о допуске к работам, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства; правил контроля в области саморегулирования; документов, устанавливающих систему мер дисциплинарного воздействия за несоблюдение членами саморегулируемой организации требований к выдаче свидетельств о допуске, правил контроля в области саморегулирования, требований технических регламентов, требований стандартов саморегулируемых организаций и правил саморегулирования; иных документов, право разработки которых предоставлено ст. 55.5 Градостроительного кодекса РФ, а также контроль за соблюдением членами саморегулируемой организации требований этих документов.

СРО может устанавливать требование к страхованию ее членами гражданской ответственности, которая может наступить в случае причинения вреда вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства. Компенсационный фонд саморегулируемой организации складывается из членских взносов. Страхование в некотором роде защищает этот фонд от расходования, потому что согласно Градостроительному кодексу сначала убыток возмещает страховщик, потом виновник (если есть), а только потом в дело вступает сама СРО со своим компенсационным фондом. При наличии договора страхования

взнос в компенсационный фонд значительно уменьшается. Для СРО в строительстве компенсационный взнос, при наличии договора страхования ответственности, составляет 300 тыс. руб., без страхования – 1 млн. руб. Для СРО по подготовке проектной документации и инженерным изысканиям членский взнос составит 150 тыс. руб., без договора страхования – 500 тыс. руб.

Следует отметить, что страхование для вступления в СРО не является обязательным требованием законодательных актов, в сфере строительства и саморегулирования. Однако практически все СРО принимают членов и выдают допуски на право осуществления работ только при наличии договора страхования профессиональной ответственности.

Рассмотрим основные положения договора страхования ответственности членов СРО в строительной сфере.

Объектом страхования являются не противоречащие действующему законодательству Российской Федерации имущественные интересы Страхователя, связанные с его обязанностью в силу закона возместить имущественный вред, причиненный жизни, здоровью и/или имуществу третьих лиц, в связи с осуществлением строительной деятельности, в том числе выполнением работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства.

Страхователями являются любые юридические лица независимо от организационно-правовой формы, иностранные юридические лица, и граждане, занимающиеся предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, выполняющие работы по инженерным изысканиям, архитектурно-строительному проектированию, строительству, реконструкции, капитальному ремонту объектов капитального строительства, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства, на основании выданных саморегулируемой организацией свидетельств о допуске к таким видам работ.

Выгодоприобретателями по договору страхования являются лица, которым может быть причинен вред вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства.

Под вредом понимается вред, причиненный жизни или здоровью физических лиц, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации.

Страховым случаем является совершившееся событие, с наступлением которого возникает обязанность Страховщика произвести страховую выплату в связи с причинением вреда вследствие недостатков, допущенных Страхователем при выполнении работ, оказывающих влияние на безопасность объектов капитального строительства.

Страховая сумма устанавливается по соглашению сторон и в соответствии с требованиями СРО в зависимости от количества видов работ, на которые участник СРО получает допуск, а также выполняемого им объема работ.

Страховые тарифы зависят от:

– срока и условий страхования;

– срока осуществления Страхователем профессиональной деятельности;

– среднего стажа работы инженерно-технического состава Страхователя;

– наличия исков, предъявленных третьими лицами к Страхователю за последние годы;

– наличия франшизы;

– иных факторов, имеющих значение для определения степени страхового риска.

По договору страхования при наступлении страхового случая Страховщик возмещает:

1. Убытки, связанные с причинением вреда имуществу третьих лиц вследствие недостатков работ, выполненных Страхователем.

2. Убытки, возникшие в результате причинения вреда жизни и здоровью третьих лиц вследствие недостатков работ, выполненных Страхователем, включая:

– заработок, которого потерпевший лишился вследствие потери трудоспособности или уменьшения его в результате причиненного увечья или иного повреждения здоровья за весь период утраты трудоспособности;

– дополнительные расходы, необходимые для восстановления здоровья потерпевшего;

– часть заработка, которого лишились иждивенцы потерпевшего из-за его смерти;

– расходы на погребение.

3. Убытки, связанные с причинением вреда окружающей среде (загрязнение земли, порча, повреждение, уничтожение леса, иной растительности, животного мира; вредное воздействие на водные ресурсы: моря, реки, каналы, озера, пруды, ручьи, включая подводный мир).

4. Убытки, связанные с причинением вреда объектам культурного наследия.

Таким образом, страхование гражданской ответственности членов СРО проектировщиков и строителей объединило в себе два давно известных вида страхования: гражданской ответственности подрядчика при строительно-монтажных работах и профессиональной ответственности строителей. В первом случае новация заключается в том, что покрытие больше не привязано к поименованным в договоре строительным площадкам; во втором случае – в том, что покрытие распространяется не только на строительные работы, но и на проектирование.

Рабочей группой Всероссийского союза страховщиков по взаимодействию со строительными СРО совместно с Национальным объединением строителей (НОСТРОЙ), которое проводит значительную работу по формированию общенациональных стандартов деятельности строительных СРО, в том числе и в части страхования, были разработаны методические рекомендации по страхованию ответственности членов строительных саморегулируемых организаций (СРО).

В соответствии с данным документом предлагается система двойной страховой защиты ответственности членов строительных СРО. Каждый член СРО обязан обеспечивать непрерывное страхование своей ответственности на основе годового договора страхования, не привязанного к конкретному объекту работ.

Кроме того, члены СРО, выполняющие работы в отношении особо опасных, технически сложных, уникальных объектов капитального строительства, подконтрольных Ростехнадзору, если стоимость строительных работ превышает 100 млн. руб.; а также работы, выполняемых на основании договоров строительного подряда стоимостью более 1 млрд. руб., обязаны страховать свою ответственность в рамках реализации данных проектов.

В данных методических рекомендациях так же прописаны условия страхования, порядок внесения страхового взноса и выплаты страхового возмещения, порядок контроля СРО за наличием страховой защиты.

В настоящее время данный документ имеет исключительно рекомендательный статус. Это один из первых примеров, когда стандарты качества страхования в такой масштабной и социально-значимой отрасли, как строительство, разрабатываются на общественных началах и внедряются на добровольной основе.

Наличие единой утвержденной методики страхования позволит гарантировать качество страховой защиты, ведение единой базы данных и статистики. В перспективе возможно включение данных рекомендаций в законодательство по саморегулированию в строительстве, в котором сейчас не указано никаких параметров страхования членов СРО, их определение отдано самим СРО и страховщикам.

Дополнить методические рекомендации предполагается лицензированием типовых правил страхования ответственности членов СРО, а также разработкой аналогичного пакета документов по страхованию членов СРО проектировщиков и изыскателей, которая запланирована на 2010 г.

Таким образом, в настоящее время в нашей стране активно формируется теоретическая база в сфере страхования ответственности членов СРО – как со стороны законодательных органов, так и самих страховщиков и саморегулируемых организаций.

На сегодняшний день, по оценкам экспертов, по всей стране застраховано около 60% членов строительных СРО. В среднем стоимость годового страхового полиса для члена СРО в строительстве составляет от 30-50 тыс. руб., в зависимости от размера организации, объема и видов выполняемых работ.

Список литературы:

1. Федеральный закон РФ от 22.07.2008 г. №148-ФЗ «О внесении изменений в Градостроительный кодекс РФ и отдельные законодательные акты РФ».

2. Федеральный закон от 01.12.2007 г. № 315-ФЗ «О саморегулируемых организациях» (в ред. ФЗ от 22.07.2008 г. № 148-ФЗ).

3. Закон Российской Федерации от 27.11.1992 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изм. и доп.).

4. Методические рекомендации по страхованию гражданской ответственности членов саморегулируемых организаций, основанных на членстве лиц, осуществляющих строительство // Прайм ТАСС – ежедневное издание «Страхование». 01.04.2010. № 58.

5. Сухоруков Д. Б. Особенности перестрахования гражданской ответственности членов СРО проектировщиков и строителей : по материалам круглого стола на тему «Страхование ответственности членов СРО в строительной сфере: практические вопросы» // МИГ «Страхование сегодня». URL: http://www.insur-info.ru/re-insurance/ (дата обращения 15.12.2009).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ушакова Е.А., Солдаткина О.А.

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ НОВОЙ РЕДАКЦИИ МСФО (IAS) 1 «ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ»

В условиях развитых экономических отношений, интеграции экономик и мощного движения международного капитала важное значение для развития компании или повышения благосостояния физического лица имеет инвестирование средств в эффективно действующие и приносящие прибыль организации. С другой же стороны получение денежных вложений от инвесторов является приоритетной задачей каждой компании. Для этого чрезвычайно важна правильная интерпретация бухгалтерской информации, представленной в отчетности, отечественными и иностранными инвесторами. Именно их интересы определяют методологию учета, устанавливаемую МСФО. В этой связи необходимо достичь сопоставимости как с собственной финансовой отчетностью организации за предшествующие периоды, так и с финансовой отчетностью других организаций. Это реализуется посредством стандарта МСФО (IAS) 1 "Представление финансовой отчетности", который был пересмотрен Правлением КМСФО (IASB) 6 сентября 2007 г. и считается обязательным к применению с отчетности за 2009 год (Совет принял во внимание положения стандарта финансовой отчетности №130 FASB США "Отчетность о совокупном доходе" в отношении представления в отчетности совокупного дохода). Цель введенных изменений – это повышение читабельности отчетности, упрощение проведения анализа и сравнения информации. Эти изменения имеют огромное практическое значение, так

как проигнорировав их, организации, составляющие отчетность в соответствии с МСФО, будут нарушать обязательные к применению правила МСФО (IAS) 1 и их отчетность не будет представлять реального положения дел и соответственно иметь значения для пользователей.

Изменения заключаются в следующем:

1. Изменения в названиях отчетных форм. Теперь баланс называется отчетом о финансовом положении на конец периода (A Statement of financial position as at the end of the period), также появилась новая форма – отчет о совокупном доходе за период (A Statement of comprehensive income for the period), в котором требуется представлять все изменения капитала, не относящиеся к владельцам (совокупный доход), и соответствующее влияние налогообложения;

2. Разделение информации об операциях с собственниками компании и прочих операциях, отражаемых на счетах капитала;

3. В отчете о финансовом положении требуется раскрытие сравнительной информации за предыдущий отчетный период;

4. Отдельное раскрытие реклассификации статей, относящихся к прочему совокупному доходу, а также эффект от налогообложения;

5. Отдельное раскрытие информации о дивидендах к выплате в отчете об изменениях в собственном капитале или в примечаниях к отчетности.

Данные изменения имеют свои особенности и соответственно российским организациям придется столкнуться с некоторыми проблемами. Первая проблема применения нового стандарта МСФО (IAS) 1 заключается в том, что изменяется формат отчета о прибылях и убытках, и теперь организации в своей учетной политике должны выбрать формат нового отчета. Также при первом применении необходимо привести сравнительную информацию за предыдущий период также в новом формате, что потребует увеличения трудовых и временных затрат. Стандарт предусматривает выбор одного их двух вариантов представления отчетности:

1) Вариант № 1 – оставить старый формат отчета о прибылях и убытках без изменений и выделение отдельного нового отчета о совокупном доходе;

2) Вариант № 2 – изменение формата отчета о прибылях и убытках с добавлением информации, отражаемой на счетах капитала и не относящейся к операциям с собственниками.

Для более точного понимания пользователями информации в отчетности я считаю лучше применять способ представления одного отчета о совокупном доходе, так как

это позволяет видеть разницу в статьях и правильно анализировать доходы и расходы организации с помощью лишь одного отчета.

Еще раз стоит подчеркнуть важность информации о капитале компании для инвесторов. С пониманием капитала как объема собственных источников средств компании, т. е. оценки доли собственников в общем объеме средств фирмы, связана трактовка МСФО понятий доходов, расходов и прибыли. Под доходами и расходами понимаются факты хозяйственной жизни, меняющие размер капитала (за исключением операций с собственниками компании). Отсюда раскрытие факторов, влияющих на динамику капитала организации, имеет существенное значение как информационная задача отчетности. Таким образом, исходя из определенных выше информационных потребностей пользователей бухгалтерской отчетности (в первую очередь инвесторов, собственников), отчетность организации должна раскрывать информацию:

– об изменениях капитала (объема собственных источников средств) компании в целом;

– изменениях капитала за счет операций с ее собственниками;

– изменениях капитала вследствие всех доходов и расходов (так называемого совокупного дохода);

– реализованной прибыли, т.е. прибыли, полученной или причитающейся к получению в деньгах (или иных активах) в результате исполненных сделок;

– нереализованной прибыли, т.е. прибыли, отражающей рост капитала собственников компании, но не воплощенной в деньгах или счетах к получению.

Очевидно, что такая классификация дает более полное представление о деятельности компании и упрощает задачу инвесторов при выборе компании. Вторая проблема возникает здесь в связи тем, что организации должны отражать отдельно изменение капитала, возникающие в результате операций с владельцами капитала. Для решения этой проблемы было бы целесообразно выделение в программе 1с или базе данных отдельного учета и анализа доходов компании с разделением на связанные и не связанные с собственниками.

Таким образом, переход на МСФО дает значительные преимущества компаниям, которые желают привлечь иностранные инвестиции. Тем более, что с помощью новой редакции МСФО 1 компании будут представлять более точную информацию о реальных доходах. Изменения будут вызывать дополнительные трудовые и временные затраты в связи с распределением информации об изменениях капитала (объема собственных источников средств) компании в целом; изменениях капитала за счет операций с ее собственниками; изменениях капитала вследствие всех доходов и

расходов (так называемого совокупного дохода); реализованной прибыли, т. е. прибыли, полученной или причитающейся к получению в деньгах (или иных активах) в результате исполненных сделок; нереализованной прибыли, т. е. прибыли, отражающей рост капитала собственников компании, но не воплощенной в деньгах или счетах к получению, а также выбором способа представления нового отчета о совокупном доходе.

Список литературы:

1. МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», с изм. за 2009 г.

2. Гвелесиани Т. В., Амбросьев Г. В. Отчетность банков по МСФО – новые требования // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты. 2009. №5. С. 83-90.

3. Малиновская Н. В. Новые требования представления отчетности по МСФО // Международные и национальные особенности прикладной экономики : сб. статей III междунар. науч. – практ. конф. Пенза : Приволжский Дом знаний, 2009. С. 52-54.

4. Попова О. Г. Подготовка отчета об изменениях капитала согласно МСФО // Корпоративная финансовая отчетность. МСФО. 2009. №3.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Ушакова Е.А., Сенчишина Н.А., Раевская О.Г.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ «ASOFT CRM» В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

В условиях развития рыночных отношений все больше внимания уделяется эффективности и оперативности учета для принятия своевременных и грамотных решений. В связи с тем, что деятельность компании включает множество бизнес-процессов, в которых аккумулируется большой объем информации, а информация – это важнейший ресурс для топ-менеджеров, необходимо найти такое программное обеспечение, способное должным образом представлять информацию для управленческих целей.

Современный рынок программного обеспечения переполнен различными системами учета и управления, одной из эффективнейших и наиболее продаваемых новинок является программа Asoft CRM.

ASoft CRM ─ это система управления, обладающая мощными функциональными возможностями, направленными на автоматизацию процесса продаж, маркетинга, документооборота и получения качественных и количественных отчетов.

Система предназначается для обеспечения взаимодействия между компанией и ее клиентами, а также организации системного управления продажами – распределение потенциальных клиентов, отработка, подготовка контрактов и коммерческих предложений, управление деятельностью сотрудников. Управление процессом продаж с помощью системы позволит добиться прогнозируемости сбыта, избежать потери

потенциальных клиентов из-за организационных проблем. Помимо этого, прозрачность и контролируемость процессов позволит быстро адаптировать компанию к новым условиям. Основными задачами, решаемыми CRM, являются:

– ведение единого информационного пространства компании в части клиентов, сделок и платежей;
– разграничение доступа пользователей к хранящейся информации;
– контроль информационных и финансовых потоков внутри компании;
– контроль деятельности персонала, оценка вклада каждого сотрудника.

Программа выполняет следующие функции: разработка проектов, интеграция с 1С, шаблоны сделок, регистрация сделок, организации, режим офис-совещание, индивидуальный офис пользователя, документы, маркетинг, поддержка выполнение проектов, склад, IT-структура, товары, справочники, отчеты, закупка и ремонт. Знание и использование в работе данных возможностей менеджерами помогает грамотно и эффективно управлять компанией, сокращая время на принятие и осуществление решений.

Каждая организация должна осуществлять деятельность в соответствии с ее уставом. Как правило, деятельность организаций связана с производством или реализацией товаров, работ, услуг; но на организацию также может быть одновременно возложена как производственная функция, так и функция реализации произведенных товаров, работ, услуг. Следовательно, организация должна грамотно организовать бухгалтерский учет товаров и услуг для эффективного функционирования предприятия – верно сформировать себестоимость произведенных товаров, работ, услуг, правильно определить продажную стоимость для того, чтобы она не только покрыла все расходы предприятия, связанные с производством и реализации, налоги, но и получить прибыль. Но не только бухгалтерский учет составляет базу для учета товаров, работ, услуг, - бухгалтерский учет с совокупности с управленческим учетом дает качественно организованный учет. На практике тяжело организовать и бухгалтерский, и управленческий учет вместе в соответствии с требованиями и особенностями деятельности организации. Если для бухгалтерского учета создано множество программ, то менеджеры организаций страдают от недостатка программного обеспечения для управленческих нужд, не говоря уже о программном обеспечении, сочетающем функции бухгалтерского и управленческого учета.

Более конкретно следует остановиться на таких элементах учета как контроль за движением товаров. Как правило, сделка на предприятии непосредственно связана с реализацией товаров, работ, услуг, поэтому менеджерам необходимо более тщательно

подойти к вопросам учета товаров. Контроль фактического поступления, выяснение спроса на конкретный ассортимент, исключение производства невостребованных товаров – все эти вопросы решаются менеджерами в системе учета CRM.

Следующей задачей, решаемой менеджерами с помощью программы, является соотнесение бухгалтерской и управленческой информации и формирование их в единую целостность. Для менеджеров важно не только обеспечить качественный управленческий учет, но также и соотнесение бухгалтерской и управленческой информации, ее согласованность и возможность использование управленческой информации в организации бухгалтерского учета. Как правило, управленческий и бухгалтерский учеты в организации ведутся разными подразделениями, то менеджерам часто тяжело организовать интеграцию данных управленческого учета в бухгалтерский, а программа CRM позволяет выполнить эту задачу. Важнейшая функция, осуществляемая CRM, является функция интеграции данных с программой 1С – это перенос такой информации о поставщиках, счетах, оплате. Даная функция помогает сократить время на заполнение и внесение данной информации как в одну, так и другую программу (вносим данные в одну из программ, а в другую экспортируем), а также избежать ошибок, связанных с внесением данных. Менеджеры могут интегрировать данные о контрагентах, счетах к получению и оплате, данные о продукции и продажах.

Также программа обеспечивает менеджеров информацией о фактическом наличии на складе товаров, материалов и продукции с целью избежания затоваривания. Осуществляя заказ или сделку, предприятие прежде всего должно располагать определенными мощностями для выполнения заказа – возможность осуществить сделку в срок, выполнить заказ в полном объеме и в соответствии с договором и др. В настоящее время крупные предприятия предпочитают сначала заключить контракт, а лишь потом приступить к выполнению заказа. Данный способ помогает предприятиям избежать случая нереализации и складирования товара, а соответственно сократить затраты на содержание складов и хранение товара. Но не каждый покупатель готов ждать выполнение заказа – время в бизнесе играет наиважнейшую роль, поэтому для того, чтобы не потерять своего покупателя и сократить время на выполнение заказа, организации продолжают использовать склады в процессе реализации продукции.

Информация о наличии товаров и материалов на складе, их перемещение и об остатках является жизненно-важной для управленцев, так как представляет собой резерв сокращения расходов и обуславливает прибыль или убыток компании. Важно поддерживать высокую оборачиваемость товаров и материалов, устранять залеживание

и порчу, контролировать возвратные отходы, стремится к экономии расхода товаров и материалов, для этого в офисе компании должны своевременно получать данные и на их основе принимать управленческие решения.

Кроме того, к программе существует ограниченный доступ – только менеджер, знающий ключ доступа, может работать с программой, что обеспечивает сохранность и секретность информации. Наличие такой функции как «Напоминание» позволяет менеджерам вовремя организовывать встречи, совещания, платежи и выполнения всех поставленных задач. Таким образом, для эффективного управления организацией важно применение программы, способной аккумулировать в себе все бизнес-процессы.

Список литературы:

1. Руководство пользователя системы управления Asoft CRM.
2. URL: www.asoft.ru.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Федченко Я.В., Чекурда Т.П.

ЗАГРАНБАНКИ: НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

До начала Первой Мировой Войны и Октябрьской Революции 1917 года Россия имела развитую кредитную систему и устойчивое денежное обращение. Стержнем кредитной системы служил Государственный Банк России, который сочетал в своей деятельности выполнение эмиссионных и различных торговых операций. В нем имели счета и хранили свои резервы коммерческие банки. В 1917 году было 47 коммерческих банков, имеющих 744 филиала, расположенных в губернских и некоторых больших уездных городах. Также до 1917 года в России имели свои отделения несколько иностранных банков. После Революции 1917 года их деятельность была прекращена. Однако невозможность жизни в изоляции, развитие внешнеэкономических связей обусловило возникновение за границей банков с российским капиталом.

Российская банковская система за рубежом представлена в виде двух типов банковских учреждений. Первый тип – загранбанки с участием в их капитале Центрального банка РФ. Второй тип – отделения и представительства российских национальных банков за рубежом.

Загранбанки создавались государством как банки с советским капиталом, действовавшие на основе законодательства государств, на территории которых они находились.

Таким образом, основными направлениями деятельности заграничных банков СССР в период нэпа были:

1. получение иностранных кредитов и обеспечение нужд государства в иностранной валюте;

2. обеспечение развития торговых отношений;

3. скупка национальной валюты на территориях, не входящих в состав СССР, что способствовало оздоровлению курса червонца;

4. при финансировании экспортно-импортных операций налаживались связи с финансовыми организациями Западной Европы;

5. привлечение дополнительных финансовых ресурсов в страну в годы индустриализации и коллективизации;

6. определение деятельности кооперации в некоторых регионах.

В начале 30-х годов деятельность российских загранбанков чувствительно сократилась под влиянием экономического кризиса мировой торговли, а в годы Второй Мировой Войны практически была приостановлена. В пятидесятые годы работа российских зарубежных банков была сильно осложнена длительным периодом холодной войны.

В 70-е годы деятельность загранбанков значительно активизировалась в связи с ускоренным ростом объема внешней торговли СССР и растущим значением европейского рынка.

Проблемы и перспективы дальнейшего развития этих банков приобретают особую актуальность в настоящее время по причине финансово-экономического кризиса в России, отрицательно повлиявшего в частности и на условия и результаты деятельности российских зарубежных банков. Количество западных партнеров, работающих с росзагранбанками и деятельность которых направлена на Россию и страны СНГ, уменьшилось. Но огромный потенциал этого региона, особенно России, обладающей обширным рынком, богатыми энергетическими ресурсами, сырьем, человеческим потенциалом рождает новые идеи и проекты, которые нуждаются в профессиональном изучении, оценке и финансовом обслуживании.

Более того, на основе изучения документов и материалов, росзагранбанки оперативно отреагировали на изменения политической и экономической обстановки в 90-х годах и смогли таким образом построить свою деятельности, чтобы приносить прибыль, а также освоили новейшие банковские услуги и операции. А их успехи в привлечении иностранных инвестиций и размещении российских ценных бумаг среди международных инвесторов актуальны сегодня как никогда.

Наблюдая за развитием событий в мире и, в частности, в Европе, стоит отметить, что новый этап европейской интеграции делает возможным резкий рост экономического потенциала этого региона.

Важным фактором, который мешает российским банкам развивать свое присутствие за рубежом, является высокий уровень конкуренции на всех внешних рынках. В частности, показательным является пример росзагранбанков, которые так и не смогли расширить свое присутствие в европейских странах и до сих пор работают исключительно по российским сделкам.

Следует отметить также, что достаточно высокая стоимость фондирования российских банков, то есть слишком дорогие финансовые ресурсы, не дает им возможности конкурировать на внутренних кредитных рынках СНГ. Принимая во внимание общую проблему недокапитализированности российской банковской системы, можно отметить несомненную слабость российского банковского капитала на мировых финансовых рынках.

Дальнейшая деятельность российских кредитных организаций за рубежом во многом будет зависеть от того, насколько успешно будут завершены процессы реструктуризации и рекапитализации банковской системы внутри страны. Ускорение процедуры банкротства финансово нестабильных банков, повышение прозрачности финансовой отчетности стабильных кредитных организаций не только способствуют оздоровлению кредитнофинансовых взаимоотношений между российскими сторонами, но и позволят упрочить присутствие российского банковского капитала на мировых финансовых рынках.

Список литературы:

1. Российские банки за рубежом // Банковское обозрение. 2005. №4.

2. Российские банки за рубежом. URL: http://vdollarah.ru/2009/09/24/rossijskie-banki-za-rubezhom/2.

3. Чекурда Т. П. История кредитно-денежной системы России. Программа курса, планы семинарских занятий и индивидуальные задания для студентов 2-3 курсов по специализации «Банковское дело» дневной формы обучения. Хабаровск, 2003.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Федченко Я.В., Лобанова З.И.

МОДЕЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПИРАМИДЫ

Финансовая пирамида – это такая финансовая структура, которая при помощи законов геометрической прогрессии позволяет приумножать и концентрировать финансовые потоки в руках тех лиц, которые стоят в ее вершинах. При этом часть денежных средств оседает на различных уровнях этой пирамиды, в виде компенсаций и вознаграждений усилий тех, кто создает новые уровни в основании этого мощного финансового монумента и привлекает все новых участников структуры. И именно за счет этих новых привлеченных лиц покрываются убытки предыдущих уровней. Нетрудно заметить, что данная спекулятивная модель не имеет обоснованных независимых финансовых средств для вечного существования и функционирования. Она позволяет лишь перераспределить денежную массу между теми, кто является участниками созданного института. Как следствие, даже если будет разработана самая отлаженная система, которая позволит привлечь все население нашей страны, города, или мира в целом, то она, в конечном счете, все равно рухнет с вступлением последнего члена общества в эту структуру, так как больше денежным поступлениям неоткуда будет взяться. Поэтому жизненный цикл финансовых пирамид имеет ограниченный срок по своей сути.

Следующей структурой пирамидального типа можно назвать схему сетевого маркетинга, или MLM (MultiLevel Marketing). Сетевой маркетинг – это способ розничных продаж путем организации прямых продаж, при котором человек ставший

дистрибьютором компании, получает часть вознаграждения других дистрибьюторов, которых он привлёк к дистрибьюции.

Теперь стоит рассмотреть на микро- и макроуровнях разработанную автором данной статьи инвестиционную модель, названную «Инвестиционной пирамидой».

Для этого на рисунке 1 полностью изображена модель инвестиционной пирамиды.

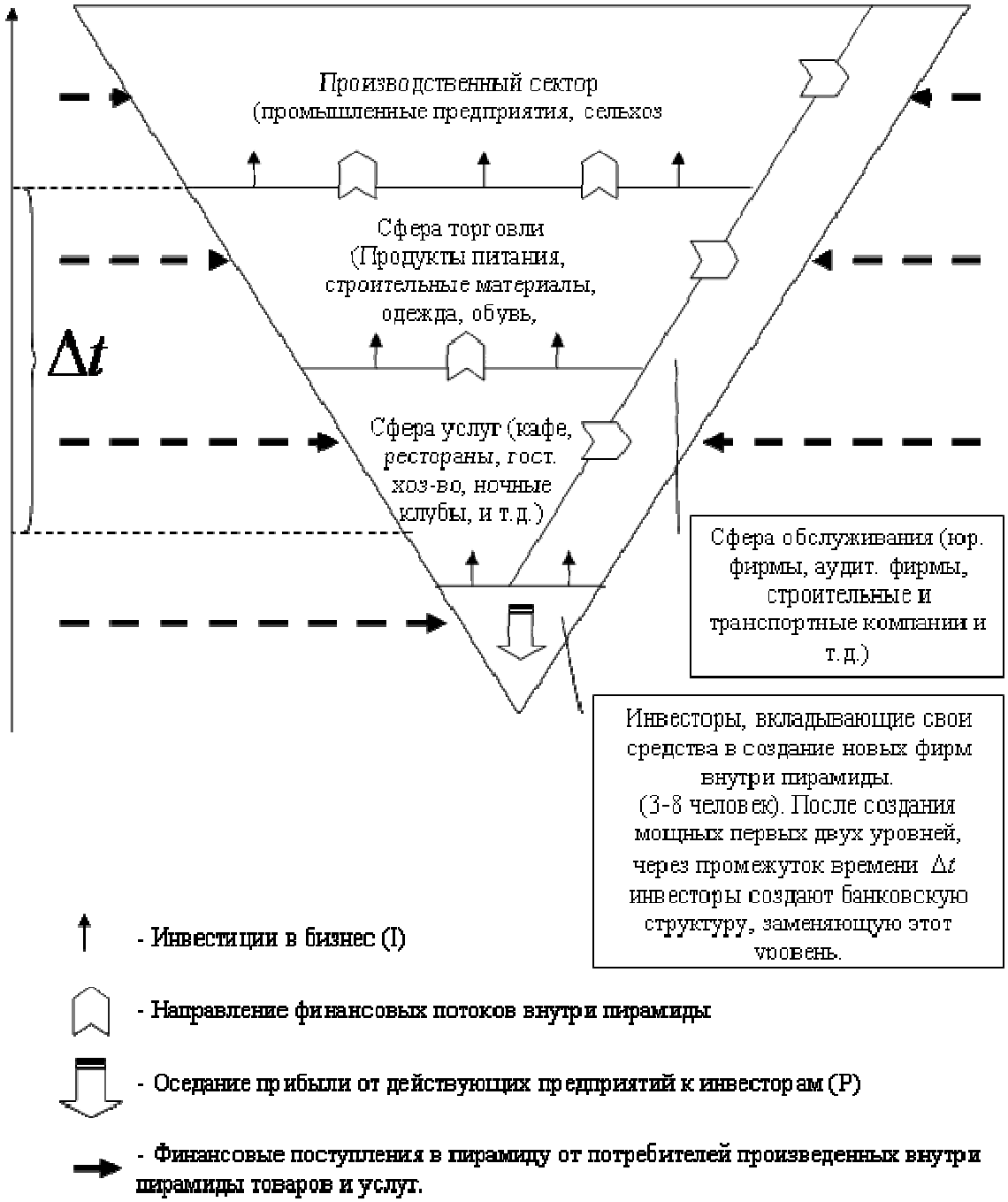

Рисунок 1 – Инвестиционная пирамида

Данная пирамида представляет собой замкнутую финансово-производственную структуру, внутри которой производятся различные виды товаров и услуг, и эти товары

либо продаются за ее пределы, либо перераспределяются внутри нее. Благодаря продаже товаров и услуг, произведенных в пирамиде, в нее поступают дополнительные финансовые средства, за счет которых она растет и расширяется. А благодаря их перераспределению, сохраняется значительная доля денежных средств в руках инвесторов, так как они остаются внутри пирамиды, а не утекают из нее. Стоит отметить, что развитие пирамиды происходит с течением времени, и каждый новый выстроенный уровень повышает рентабельность всей системы в целом.

Финансовые потоки в инвестиционной пирамиде направлены не от вкладчиков к основателям пирамиды, а от основателей в производство. Однако в инвестиционной пирамиде также широко используются денежные средства простых граждан, которые не входят в состав этой пирамиды. Они только вносят свои финансовые средства в пирамиду в виде оплаты за товары и услуги, произведенные внутри нее.

Инвестиционная пирамида состоит из трех инвестиционных уровней и пяти секторов. В вершине пирамиды, которая в свою очередь является и ее основанием, располагаются инвесторы. То есть это те лица, которые вкладывают свои свободные денежные средства в строительство новых уровней этой пирамиды. Более того, на начальном этапе, этот уровень является координационным центром, который полностью управляет движением финансовых потоков внутри пирамиды. Позже, через время Δt, он преобразовывается в обслуживающий пирамиду коммерческий банк.

На этапе становления пирамиды, инвесторы, обладая достаточно ограниченными финансовыми ресурсами, имеют альтернативу финансовых вложений. Поэтому лучше всего их вкладывать в рентабельные и быстро окупаемые сферы, к которым относятся сфера услуг и сфера обслуживания производства. Средний срок окупаемости бизнеса в этом секторе экономики составляет от одного до трех лет.

Следующим шагом инвесторов является создание сферы торговли. Этот инвестиционный уровень отличается тем, что для создания фирмы в этой сфере требуется большее количество затрат, чем на создание фирмы в сфере услуг. Стоит оговориться, что данная инвестиционная модель имеет пирамидальный вид, потому что размер каждого нового уровня зависит от количества инвестиций, направляемых на создание предприятия на той или иной ступени, а не от количества фирм, входящих в него. Этот уровень располагается над сектором сферы услуг потому, что именно он снабжает всем необходимым те предприятия, которые находятся на уровень ниже. То есть все те переменные издержки, которые до создания сферы торговли утекали из пирамиды, теперь переходят на уровень выше и оседают в нем.

Завершающим уровнем создания пирамиды является построение производственного сектора. Именно производство является самым капиталоемким и требует более длительных сроков окупаемости. Именно этот сектор является завершающим. Таким образом, произведенная готовая продукция поступает на прилавки магазинов, расположенных в пирамиде на уровень ниже, а из магазинов в сектор услуг.

После создания последнего уровня пирамиды, она превращается практически в полностью замкнутую финансово-производственную систему, в которой происходит минимизация издержек за счет комплексного обслуживания производства. Более того, в этой пирамиде можно проследить полный цикл воспроизводства.

Если рассматривать эту инвестиционную структуру на макроуровне, то получим идеальную экономическую модель государства. Стоит только отметить некоторые отличия. Инвестором в данном случае будет являться государство и его бюджет. Банком, создаваемым для финансирования и аккумулирования денежных средств, выступает коммерческий банк со 100% участием в его капитале государства. Развитие сферы услуг должно производиться параллельно с развитием производственного сектора по части легкой и пищевой промышленностей. Сферой обслуживания выступает развитие государственной инфраструктуры. При таком подходе, в руках государства будут аккумулироваться свободные средства, которые могут быть направлены на развитие социального сектора. Более того, создавая предприятия малого и среднего бизнеса, государство может воздействовать на рынок, создавая условия совершенной конкуренции и оказывая влияние на предприятия-монополистов.

Список литературы:

1. Информационно-аналитический портал для бизнес-ориентированных людей. URL: http://www.business-man.info/zarabotok_proshlogo/fpiramida.html.
2. Сетевой маркетинг. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/MLM.
3. Финансовые пирамиды. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Финансовая_пирамида.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Халип М.Н., Золотова Я.В.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ЗАПАСНЫМИ ЧАСТЯМИ

Целью исследования является рассмотрение основных тенденций развития торговли запасными частями на рынке автотоваров России и Дальнего Востока. Объектом изучения явилась торговая деятельность предприятий, торгующих запасными частями. Проведенный анализ позволил выявить основные проблемы и условия развития рынка автозапчастей в РФ.

В текущем столетии темпы роста розничной торговли в России в 1,5 раза опережали темпы роста валового внутреннего продукта. При этом розничная торговля растет быстрее, чем реальные доходы насе¬ления, которые ежегодно повышались на 10-11%. Торговая сфера се¬годня – один из наиболее динамично развивающихся секторов рос¬сийского хозяйства [6,7]. К середине первого десятилетия нового века сразу более десятка торговых компаний преодолели по объему годо¬вой чистой выручки миллиардный рубеж в долларовом исчислении, а оборот отдельных крупных магазинов стал сопоставим с объемами производства солидных промышленных предприятий.

Особое место на потребительском рынке занимает торговля запасными частями для автомобилей. В таблице 1 представим динамику числа хозяйствующих субъектов работающих на данном рынке.

Таблица 1 – Число хозяйствующих субъектов торговли автомобилями и запасными частями в РФ, тысяч

Предприятия	2005 г.	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.
Организации, осуществляющие торговлю автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт	38,1	44,0	52,1	56,3	55,4
в том числе: торговлю автотранспортными средствами	10,0	12,6	15,0	16,9	16,4
техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	12,5	13,1	15,1	15,5	15,2
торговлю автомобильными деталями, узлами и принадлежностями	11,0	13,6	16,8	18,5	18,7
розничную торговлю моторным топливом	4,3	4,4	4,8	5,0	4,7

По данным таблицы 1 прослеживается рост организаций осуществляющих торговлю автотранспортными средствами, запасными частыми, моторным топливом в 2008 г. по сравнению с 2005 г. Однако, в 2009 г. ситуация ухудшилась, наблюдается сокращение общего числа участников данного сегмента рынка на 1,6 %.

В таблице 2 рассмотрим динамику оборота организаций торгующих автотранспортными средствами и запасными частями.

Доля оборота запасных частей составила в 2008 г. 13,2 % и по сравнению с 2005 г. снизилась на 2,7 %.

Рынок автозапчастей автомобилей, в том числе и японских, как и сам парк автомобилей рос с каждым годом, однако в 2009 г. наблюдается замедление темпов его развития.

Таблица 2 – Оборот организаций торгующих автотранспортными средствами и запасными частями (сумма – млрд. руб., доля - %)

Показатель	2005 г.		2006 г.		2007 г.		2008 г.	
	сумма	доля	сумма	доля	сумма	доля	сумма	доля
Организации, осуществляющие торговлю автотранспортными средствами и мотоциклами, их техническое обслуживание и ремонт	642,6	100	969,6	100	1562,4	100	1909,9	100
в том числе:								
торговлю автотранспортными средствами	308,9	48,1	470,8	48,6	884,9	56,6	1046,1	54,8
техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств	65,3	10,2	94,2	9,7	139,4	8,9	199,8	10,5
торговлю автомобильными деталями, узлами и принадлежностями	101,9	15,9	165,6	17,1	232,3	14,9	251,9	13,2
торговлю мотоциклами, их деталями, узлами и принадлежностями;	0,3	0,01	0,6	0,1	0,9	0,1	0,7	0,0
техническое обслуживание и ремонт мотоциклов								
розничную торговлю моторным топливом	166,2	25,9	238,3	24,6	304,9	19,5	411,3	21,5

В целом в дальневосточном регионе ситуацию на рынке автозапчастей можно разделить на две составляющие. Во-первых, что касается так называемых расходников (фильтры, колодки, свечи и т.д.), представленность «брендов» достаточна велика и конкуренция огромна. Что же касается менее востребованных запчастей, в том числе автокомпонентов на редкие авто, то иногда присутствует определенный «дефицит». Поэтому торговые компании особое внимание уделяют «дефицитным» компонентам, не забывая при этом, и основным группам товаров.

Все большую известность как на Дальнем Востоке, так и по России приобретает японская компания «MASUMA», т. к. объединяет в себе самый большой ассортимент и группы товаров. Кроме того, широко известны и представлены такие японские бренды, как NGK, DENSO, KAYABA, NISSIMBO, VIC, сингапурские SAKURA, GMB, TOYO, корейские STR, BIO и многие другие.

На рынке огромное количество брендов и такое же количество фирм, их предлагающих. В последнее время особенно возрос спрос на «Оригинальные»

запчасти, однако здесь два минуса: во-первых, огромная цена (т. к. автомобильные компании зарабатывают именно на запчастях), а во-вторых, большое количество подделок. Причем, как правило, завозятся они не только из Китая или Эмиратов, но и из самой Японии.

При работе с японскими партнерами существуют определенные трудности. Самая главная сложность заключается в том, что время выполнения заказа японским заводом – от 2 до 6 месяцев, поэтому очень сложно предвидеть и просчитать спрос, отсюда постоянные длительные перебои с наличием товара. Во Владивостоке эту проблему решили, получив большие инвестиции и создав региональный склад с достаточно большими запасами.

Конкурентная борьба в ближайшие годы только усилится, и если раньше, 5-10 лет назад, клиенты искали поставщика, то сейчас ситуация изменилась в противоположную сторону. Авторынок отстает от продуктового или пивного рынка по развитию культуры торговли лет на 10. Все больше требований будет предъявляться к ассортименту, качеству продукции, гарантии, к удобству и простоте подбора. На рынке останется тот, кто более активен и внимателен к покупателю.

Чтобы выжить в конкурентной борьбе компании должны постоянно усиливать сервис продаж, активно рекламироваться, тщательно следить за репутацией, системно увеличивать ассортимент, расширять группы товаров.

Рынок автозапчастей в Дальневосточном регионе привязан к парку авто, а ведь порядка 95% этого парка составляют японские автомобили. На рынке автозапчастей для японских машин можно выделить три основных сектора: запчасти б/у, запчасти, поставляемые из «недорогих» стран (Китай, Таиланд, Индонезия и другие), и непосредственно японские запчасти, которые, в свою очередь, делятся на оригинальные и aftermarket. Но в последнее время наметилась тенденция роста спроса на качественные японские запчасти.

По сравнению с Европой, где есть большие оптовые склады (на них до 90% товара в наличии), в Японии работаешь напрямую с заводом—производителем; все бизнес-процессы и логистика более сложные, а поэтому и заказ приходится ждать 3̃4 месяца. Это связано с тем, что в Японии очень дорогие склады, которые работают не на экспорт, а фактически только на внутреннем рынке, и если везти запчасти с такого склада, то цена будет увеличена до 70 %.

Многие японские производители достаточно серьезно относятся к российскому рынку, организовывают представительства, разрабатывают специальные программы

для российского рынка. Такие известные производители, как Kyb, Denso,Tokico, имеют специальные отделы, которые занимаются Россией.

Многие небольшие японские компании хотели бы организовать работу подобным образом, но для этого нужно иметь определенный объем производства и продаж. Уровень брака в Японии меньше европейского в десятки раз, поскольку контроль качества здесь значительно выше.

Рынок японских автозапчастей достаточно сложный. За последние 3̃4 года новых игроков нет, и если появляются новые направления, то занимаются ими уже известные компании. Лидеры продаж представлены такими брендами, как: пружины Obk, аккумуляторы Panasonic, амортизаторы Tokico, фильтры toyo, тормозные колодки Kashiyama.

По прогнозам аналитиков, рост оборота розничной торговли в Рос¬сии не опустится ниже 10% как минимум до 2017 г. - в связи с наличием перспектив развития данного сектора. В Западной Европе рост торгового оборота составляет не более 1-2% в год вследствие насы¬щения рынка. Как говорится в исследовании, проведенном компани¬ей PricewaterhouseCoopers (PwC), «Ритейл сегодня и завтра», темпы роста розничной торговли в стране превышают показатели Европы в несколько раз: если в Европе темпы роста этого сектора до 2010 года составят порядка 3% в год, то для России - 22%.

Список литературы:

1. Российский статистический ежегодник 2009 : статистический сборник / Госкомстат России. М., 2010. 690 с.

2. Анашин Ю. А., Селиванов А В. Повышение привлекательности ценового предложения в широкоассортиментной компании // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. №3. С. 24-25.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Чернобровкин А.Е., Есипов Г.А.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РОССИИ

В настоящее время наиболее актуальным вопросом российского рынка является сегмент легкового автомобильного транспорта, вокруг него идут множество споров, исследований, выводов, а порой и кардинальных неожиданных действий. Цель работы изучить рынок автомобильного транспорта России в контексте мирового рынка.

Падение европейского автомобильного рынка, которое началось в 2008 году, продолжилось и в течение 2009 года. Мировой экономический кризис, растущие цены на топливо и ряд других факторов, косвенно влияющих на благосостояние покупателей, отражаются и на показателях динамики продаж легкового транспорта. В первые шесть месяцев текущего года падение европейского авторынка (с учетом рынка России и Украины) в целом составило 18,4%.

Для стимулирования спроса на автомобили в ряде европейских стран автомобильный рынку оказываетсясущественная поддержка субсидиями и льготами. Это привело к заметному роста рынков в этих странах. По итогам первого полугодия наибольшее количество проданных автомобилей приходится на Германию – 2,05 млн. шт., их доля составляет 25% от общего европейского рынка. Второе место разделили Франция (1,13 млн. шт.) и Италия (1,12 млн. шт.) – на их долю пришлось по 13,7%. На третьем месте расположилась Великобритания, где было реализовано 925 тыс. новых автомобилей (11,2%).

В России за 2009 год было продано немногим более 1218 тыс. новых легковых автомобилей, что ниже результата за аналогичный период прошлого года на 991 тысячу машин. Доля иномарок при этом сократилась до 73,34%. Отечественные модели улучшили свои позиции: их доля увеличилась, достигнув отметки в 26,66% с 25,49% в первом полугодии прошлого года.

Лидером российского рынка по-прежнему остается тольяттинская LADA, продажи которой за рассматриваемый период -2009 год, составили более 317 тысяч штук, а рыночная доля увеличилась до 25,14%. На другие отечественные марки с каждым годом приходится все меньшая часть российского рынка легковых автомобилей: по итогам года эта цифра составила меньше 2% и существенного влияния на рынок этот сегмент уже не оказывает.

Самой продаваемой иномаркой в России в 2009 году стали автомобили Chevrolet с объемом продаж 60 тыс. шт. – их рыночная доля составила 9%. Благодаря модели Focus, которых было продано чуть более 29 тыс. шт., компания Ford переместилась на вторую позицию среди иномарок (49057 штук и 6,7% рынка). Японский Nissan с 39 тысячами проданных автомобилей поднялся с пятой строчки рейтинга на третье место. Toyota (38 тысяч шт.) переместилась на четвертую позицию. Замыкает пятерку лидеров Hyundai с результатом в 37 тысяч проданных новых автомобилей, изменение по сравнению с 2008 годом составляет – 63,9%.

Одной из главных причин значительного падения российского автомобильного рынка в 2009 году стало существенное сокращение объемов выдачи кредитов на покупку автомобилей. Специалисты аналитического агентства «АВТОСТАТ» оценивают реализацию автомобилей в кредит за 2009 год на уровне 230 - 280 тысяч машин. При этом за аналогичный период прошлого года в кредит было продано около 1400 тысяч новых автомобилей. Таким образом, падение этого сегмента рынка составило примерно 80%. По наблюдениям аналитиков, парк европейской части России прирастает за счет новых иномарок европейской, японской, а главное – российской сборки, а за Уралом пополнение по-прежнему идет за счет праворульных «японок».

По разным оценкам, в 2007 году российский рынок подержанных автомобилей составил около 5-6 млрд долларов (примерно 17% общего объема российского рынка), при этом большая часть (4,9 миллиарда) приходится на ввезенные иномарки. Неточность оценок связана с тем, что до 70% рынка приходится на долю нецивилизованных форм продаж. Количество авто, особенно отечественных, проходящих через частные объявления, не берется оценивать практически ни один эксперт.

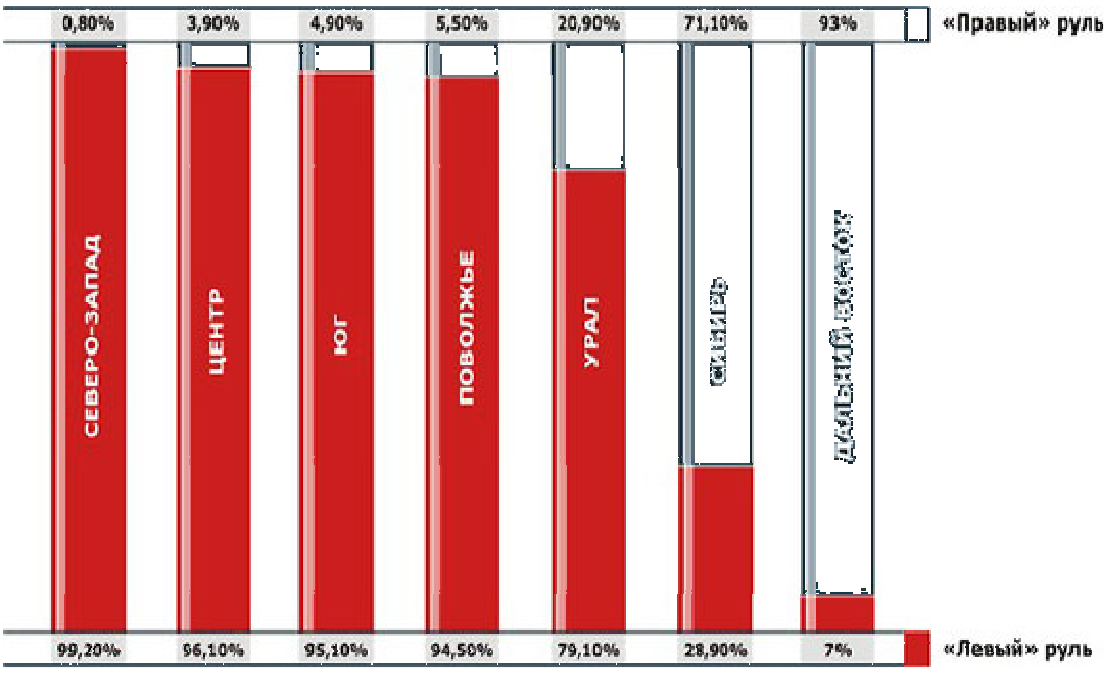

Рисунок 1 – Распределение иномарок по регионам РФ в 2009

До 2007 года рынок подержанных иномарок почти полностью состоял из импортируемых автомобилей. Сейчас из за изменений в российском законодательстве, в частности таможенном, вызвавшем наибольший общественный резонанс, их доля все меньше. Также по этой причине значительно меньше стало праворульных "японцев", «благодаря» чему многие дальневосточники потеряли средство заработка, бизнес а то и вовсе работу. Не улучшили данные нововведения и отношения россиян к отечественным автомобилям. Если раньше благодаря высокому уровню предложения на японские автомобили, качество которых во многом превосходит отечественные, а цена на уровне а то и ниже последних, практически каждый дальневосточник с уровнем доходов от 13 тысяч рублей в месяц на человека мог себе позволить автомобиль достаточно высокого уровня качества и комфорта, то в настоящее время эта возможность стремительно падает. Как следствие данных «новаций» наблюдается рост цен на автомобили а также прогнозируется рост угонов.

Преобладание продаж иномарок в условиях падающего рынка и снижения автокредитования, а также отрицательная динамика курса доллара к спаду средневзвешенных розничных цен, исчисляемых в долларах. По расчетам аналитического агентства «АВТОСТАТ», средняя цена автомобиля на рынке в долларовом эквиваленте снизилась на 19,2% и составила 18 тыс. USD. Что касается новых иномарок, то средневзвешенная цена на них упала до отметки в 22,2 тыс. USD (против 26,4 тыс. USD в конце 2008 года). Наиболее доступной, как и прежде, остается продукция LADA – средняя цена одного вазовского автомобиля составила 6,8 тыс. USD

(по средневзвешенном курсу USD за полугодие 33,27 руб.). Значителен спад средней стоимости автомобилей других российских марок (с 14,6 до 10,3 тысячи долларов США). В секторе подержанной импортной техники такая же динамика не прослеживается: стоимость одного ввезенного в отчетный период автомобиля возросла до 18 тысяч USD. Суммарный объем рынка легковых автомобилей в России по итогам года около 23,6 млрд. долларов США.

С точки зрения ценовой сегментации российского рынка, в 2009 году произошли достаточно серьезные изменения. В отчетный период наряду с увеличением розничной стоимости автомобилей, номинированной в рублях, практически все автопроизводители достаточно активно использовали скидки, бонусы и специальные акции. В итоге стоимость автомобилей в долларовом эквиваленте снизилась в среднем на 19%, что сказалось на ценовой сегментации рынка.

Министр промышленности и торговли РФ: «Кризис для автопрома при всех издержках хорош одним - он разогнал туман и иллюзии. И сделал ситуацию настолько понятной и прозрачной для всех, что стало очевидно: требуются существенные перемены, причем в очень короткий срок. Необходимо максимально мобилизовать все возможные ресурсы для решения этой задачи. И по такому тяжелому проекту, как АвтоВАЗ, появился стратегический инвестор – «Рено-Ниссан». До конца апреля 2010 года уже будет сформирован полный пакет юридических документов с программой по АвтоВАЗу на длинную перспективу. Она предусматривает обновление продуктовой линейки, самого производства. Кризис также заставил нас оперативно завершать работу над концепцией развития автопрома до 2020 года. И для нас уже понятно, каких результатов и каких целей необходимо добиться, и с кем мы будем это делать.

За первые шесть месяцев 2009 года в Россию юридическими лицами официально импортировано более 280 тысяч легковых автомобилей, что на 71% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Более 273 тысяч машин, или 97%, приходится на новые автомобили. Импорт подержанных автомобилей с введением новых таможенных пошлин сократился в 25 раз до 7771 шт. На долю «секонд-хэнда» теперь приходится менее 3% импорта, тогда как годом ранее подержанные иномарки занимали примерно 20% от общего объема импорта юридическими лицами.

В первом полугодии юридические лица больше всего импортировали автомобили Nissan (34266 шт.), Chevrolet (28596 шт.) Toyota (24737 шт.), Hyundai (24600 шт.) и KIA (23929 шт.). На эти пять марок приходится почти половина (49%) импорта. Среди прочих брендов с относительно значимыми объемами импорта можно выделить: Mitsubishi, Mazda, Peugeot, Daewoo и Ford, Honda, Suzuki, Opel и Audi. В то же время

более чем в 10 раз сократился ввоз автомобилей таких марок, как Renault и Skoda, сборка которых налажена в России. Также обращает на себя внимание существенное сокращение ввоза китайских автомобилей.

Отметим также, что в первой половине текущего года импортеры продолжали активно ввозить машины 2008 года выпуска. По данным «АВТОСТАТа», за прошедшие 6 месяцев границу пересекли 160 тысяч прошлогодних иномарок, что соответствует 56,4% от общего объема импорта. Тем не менее от месяца к месяцу доля машин 2008 года выпуска постепенно сокращается. Интересно, что наибольшую долю машин 2008 года выпуска поставляют японские компании - Mazda, Mitsubishi, Toyota, Subaru, а также корейская Hyundai и немецкий Volkswagen.

Реальные доходы населения снижаются, и потенциальных покупателей новых автомобилей становится все меньше. В то же время автомобили, поставленные на российский рынок за время «потребительского бума» 2005 - 2008 годов, постепенно выходящие на вторичный рынок, являются сейчас хорошей альтернативой новым машинам. В итоге, ориентируясь на тот объем информации, который доступен по состоянию на август 2009 года, аналитики «АВТОСТАТ» видят два базовых сценария развития российского рынка.

Поднявшись до фантастического уровня в 2008 году, почти до 3 миллионов проданных авто, российский рынок стал чуть ли ни самым большим в Европе по легковым автомобилям.

Теперь он упал до объемов 2005 года (кстати, тогда цена на нефть была такая же, как сейчас). Мы тогда продали 1,4 миллиона авто и в 2009 году - столько же. Вывод прост. В России коэффициент корреляции спроса на автомобили с ценами на нефть - единица. Доходы от углеводородов, формирующие основные доходы и государства, и бизнеса, прямо или косвенно являются доходами всех тех, кто поставляет нефтяной и газовой отрасли товары, услуги, и так далее.

По итогам I полугодия в России было выпущено 289 тысяч легковых автомобилей, что на 60% ниже показателя за аналогичный период 2008 года. При этом объем производства легковых автомобилей традиционных отечественных марок за шесть месяцев снизился на 65,1%, тогда как падение выпуска иномарок оказалось несколько меньшим – 52,7%. Предприятия, работающие в режиме «промышленной сборки», за шесть месяцев нынешнего года изготовили 100,5 тысячи автомобилей или 55,1% от общего объема выпуска иномарок.

Лидер российского автопрома, АВТОВАЗ, в нынешнем году возобновил производство в феврале и в дальнейшем работал в сокращенном режиме, поэтому его

показатели производства ниже прошлогодних на 63,7% – 139421 автомобиль. Что касается производителей иномарок, то крупнейшим из них по-прежнему остается «Автотор», который выпустил 29,8 тысячи машин – на 46,3% меньше, чем годом ранее. Стоит также отметить, что за счет эффекта низкой базы увеличил производство петербургский завод Toyota (+60,8%, 2,4 тысячи машин), благодаря расширению модельного ряда показал рост и калужский Volkswagen (+23,2%, 25,1 тысячи штук).

Список литературы:

1. Маркетинговый отчет аналитического агентства «АВТОСТАТ». «Рынок легковых автомобилей в России – итоги, тенденции, перспективы». М., 2010. 252 с.

2. Маркетинговый отчет ГК «Маркетинг-Консультант». «Основные характеристики и особенности социально-экономического развития 30 городов России», М., 2010 – 211 с.

3. Российский статистический ежегодник 2008 : статсборник / Росстат. М., 2008. 847 с.

4. Рынок легковых автомобилей // Аргументы и факты. 15 апреля 2010. №452\344.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Шамеева М.К., Андрианова Н.В., Порт М.С.

УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ В ЦЕПЯХ ПОСТАВОК КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

В современных условиях жесткой борьбы за потребителя необходимость повышения уровня конкурентоспособности ассортимента вынуждает предприятия концентрировать свое внимание и инвестировать все большие средства в интегрированную логистику и управление цепями поставок. Проведенный анализ деятельности по управлению ассортиментом и товарными запасами на примере конкретного оптового предприятия по продаже кондитерских изделий в дальневосточном регионе свидетельствует об эффективности оптимизации логистической стратегии компании.

В данной статье в качестве объекта была выбрана оптовая торговля кондитерскими изделиями на примере крупной оптовой фирмы по продаже кондитерских изделий на Дальнем Востоке. Данная отрасль характеризуется резко возросшей конкуренцией за счет внедрения на российский рынок сильных транснациональных компаний («Kraft Food», «Mars», «Nestle» и др.) и захвата ими значительной доли рынка. Кроме того, многие российские предприятия заметно обновили свои производственные мощности, закупили новое оборудование, что повлекло за собой значительное обновление продукции. В этих условиях наиболее актуальными задачами для оптового предприятия являются организация эффективного управления ассортиментом и

товарными запасами, которая преследует долгосрочные, стратегические цели и строится на принципах комплексного подхода.

Управление ассортиментом и товарными запасами направлено на обеспечение товаром в нужное время, в нужном месте, необходимого количества и ассортимента, отличного качества, по оптимальной цене, с минимальными затратами. Это означает, что управление базовыми бизнес-процессами, таким как закупка, хранение, реализация, подчинено решению главных целей по повышению качества обслуживания клиентов и снижению затрат в масштабе всей цепочки поставок.

Для оптовой фирмы по продаже кондитерских изделий это наиболее актуально, так как их продукция очень чувствительна к запросам потребителей (сезонность спроса, широкий ассортимент выпускаемой продукции и т.п.).

В ассортименте любой компании всегда будут находиться товары, которые дают максимальный оборот — т. е. известные и популярные марки, своего рода «локомотивы» продаж. Но, как ни парадоксально, на подобных продуктах оптовику сложно заработать: рентабельность таких товаров минимальна, поскольку их продает большинство операторов рынка, из-за чего происходит жесткая ценовая конкуренция. Не столь известные и продаваемые торговые марки, предлагаемые ограниченным кругом оптовиков, имеют более высокую рентабельность. Например, исследуемая оптовая фирма сотрудничает с 25 производителями из Москвы, Санкт-Петербурга, Кирова, Саратова, Ростова-на-Дону, Екатеринбурга, Челябинска, Ульяновска, Омска, Новосибирска, Польши. Среди поставщиков компании есть такие фабрики, как «КИО», «Невский кондитер», «Озерский сувенир», «Конфэшн», «Алтайснэк», с которыми заключены эксклюзивные дистрибьюторские соглашения, позволяющие только данному оптовику распространять продукцию этих фабрик.

Рентабельность товаров для оптового звена также зависит от маркетинговой стратегии производителя. Производители обычно используют одну из двух технологий продвижения своей продукции: push (воздействие на звено дистрибуции) и pull (воздействие непосредственно на конечного потребителя).

Из вышеизложенного очевидно, что лицо, отвечающее за закупки, должно четко представлять себе не только долю, занимаемую продуктом на рынке, но и стратегию продвижения, избранную производителем.

Однако для успешного ведения бизнеса оптовая компания должна также обеспечить эффективный товарный запас на своих складах. Любые запасы — это вложенные деньги, поэтому их жесткий контроль крайне важен.

Оптимальный товарный запас должен иметь высокую ликвидность и оборачиваемость. Для того чтобы определить ликвидность и оборачиваемость по продукции поставщиков, необходимо сравнить их долю в товарообороте и в складских запасах. Поставщики, доля которых в товарообороте выше их доли в складских запасах, являются донорами оборачиваемости. На исследуемом предприятии можно выявить фабрики, по которым необходимо пересмотреть ассортимент (таблица 1).

Таблица 1 – Структура товарооборота и товарных запасов по поставщикам

Поставщик	Остаток на конец 2009 г., кг	Объем продаж за 4 квартал 2009 г., тыс.руб.	Доля в складских запасах, %	Доля в товарообороте, %
«АВК»	8858,75	1188,326	5,9	3,27
«Акконд»	1197,40	326,828	0,8	0,9
«Вкуснятки»	3835,40	154,7315	2,6	4,3
«Сладко»	6563,33	2734,373	4,4	7,5
«КИО»	87613,22	22587,555	58,5	62,1
«Киев-Конти»	12709,96	2039,594	8,5	5,6
«Конфэнш»	9820,06	1261,41	6,6	3,5
«Невский кондитер»	54,73	21,428	0,04	0,06
«Сладонеж»	19004,81	4606,819	12,7	12,7
«Сладкая сказка» (ООО «Эврика»)	24,00	40,961	0,02	0,2
Итого	149681,66	36354,616	100	100

В результате исследования было выявлено, что у фабрик «Акконд», «Вкуснятки», «Сладко» и «КИО» доля в товарообороте выше их доли в складских запасах, поэтому они являются донорами оборачиваемости. Доноры оборачиваемости – это товары или поставщики, которые инвестируют в оборот заказчика более 10% от своего месячного объема продаж, т.е. предоставляют кредит в большем объеме, нежели это необходимо для наполнения товаром логистической системы организации, покупающей его. Поставщики данной группы предоставляют такую отсрочку на погашение кредита, что за это время заказчик успевает продать товар, получить за него деньги и еще какое-то время использовать их для финансирования закупок других товаров. Получается, что чем больше товаров данной группы реализуется, тем больше привлекается средств от поставщика. Обычно такие кредиты предоставляют либо давние партнеры компании, либо новые поставщики никому не известного товара, которые согласны на любые условия дистрибуции своего товара.

Для увеличения оборачиваемости по направлению необходимо сокращать долю поставщиков – акцепторов оборачиваемости. На исследуемом предприятии все остальные фабрики являлись акцепторами оборачиваемости.

Акцепторы оборачиваемости – это товары или поставщики, в содержание которых заказчику самому приходится инвестировать средства в размере более 10% от месячного объема продаж. Как правило, товар поставщиков этой группы пользуется повышенным спросом, что вынуждает закупать его на предлагаемых условиях: отгрузка по предоплате или предоставление малого кредита, недостаточного для полного содержания груза. Здесь главное – не перевыполнять план продаж, т.к. любое увеличение продаж приводит к дополнительному оттягиванию инвестиционного ресурса.

Причинами образования плохо реализуемой продукции с низкой оборачиваемостью (неликвидов) в текущем периоде были следующие:

– снижение спроса в связи с усилением конкуренции (появление непосредственного конкурента либо снижение спроса на этот вид продукции на рынке в результате появления аналогичного товара),

– снижение спроса в связи с потерей клиентов (текучесть клиентов в 2009 г. составила 5% от общего числа клиентской базы, что требует активных действий отдела продаж по закреплению и обновлению клиентской базы);

– ошибочные закупки излишнего количества товара и устаревших товаров (бывает трудно «угадать» точный объем и структуру заказа, особенно если этот процесс полностью зависит от человеческого фактора, в этой связи на предприятии ежегодно потери от ошибочных закупок составляют 2-3% от стоимости закупаемых товаров);

– другие причины, связанные со складской деятельностью (порча товаров из-за повреждений, повышенной влажности; брак, не замененный поставщиком по рекламациям; оприходование по ошибке; пересортица в поставках; потери на складе из-за небрежности в указании адресов, обнаруженные при инвентаризации).

Проведенный анализ деятельности по управлению ассортиментом и товарными запасами на примере конкретного оптового предприятия по продаже кондитерских изделий в Дальневосточном регионе свидетельствует об эффективности оптимизации логистической стратегии компании. Перспективными направлениями управления товарными запасами и ассортиментом для исследуемого предприятия являются:

1.Формирование ассортиментного портфеля с ориентацией на pull-технологии производителя по продвижению продукции (воздействие непосредственно на конечного потребителя).

2.Сокращение доли поставщиков – акцепторов оборачиваемости и увеличение доноров оборачиваемости, т.е. поставщиков, которые предоставляют кредит в большем объеме, нежели это необходимо для наполнения товаром логистической системы организации, покупающей его.

3.Ускорение оборачиваемости отдельных групп товарных запасов в целях дополнительного высвобождения средств из оборота, что положительно отразится на показателях, с помощью которых оценивается эффективность использования товарных запасов торгового предприятия (оборачиваемость, ликвидность).

4.Закупка товаров с высокой доходностью, но низкой оборачиваемостью, которые обеспечивают высокую маржинальную рентабельность.

Резюмируя вышесказанное, отметим: оптимальный ассортиментный портфель крупной оптовой компании должен включать в себя продукты двух категорий: локомотивы продаж, производитель которых использует pull-технологии и менее популярные товары с привлекательной маржой. При этом необходимо избегать увеличения доли «локомотивов», т. к. это может привести к зависимости компании от производителя и снижению рентабельности товарного портфеля в целом. При острой конкурентной борьбе становится важным удерживать потребителей всех классов, соответствуя их интересам и требованиям. Таким образом, в ассортименте должна присутствовать продукция разного диапазона цен, как «народных» товаров, товаров средней ценовой категории, так и престижных товаров. Необходимо регулярно анализировать ассортимент, избавляться от неликвидов, уделять внимание развивающимся маркам.

Список литературы:

1. Веснин В. Р. Стратегическое управление : учебник. М. : Проспект, 2004. С. 43-72.

2. Одинцова Е. В. Формирование ассортиментной политики // Справочник маркетолога. 2005. № 12. С. 11-14.

3. Пирсон Б., Нил Т. Краткий курс MBA: Практическое руководство по развитию ключевых навыков управления / пер. с англ.; 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. С. 83-88.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Шугай А.Н., Ихсанова Т.П.

ЗНАЧЕНИЕ ОПЦИОННЫХ СДЕЛОК В ПОВЫШЕНИИ ДОХОДНОСТИ ФОНДОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Опцион (option) – это контракт, по которому одна сторона предоставляет второй право купить или продать определенный актив по цене контракта в любой момент времени до завершения контракта, либо непосредственно перед завершением контракта. Покупатель опциона должен уплатить премию продавцу.

Опционы на акции предусматривают покупку или продажу определенного количества списочных акций по зафиксированной в контракте цене. Совокупная цена исполнения и совокупная премия одного опционного контракта получается умножением цены исполнения и премии на число акций в контракте. Опционы на акции в большинстве своем являются опционами американского стиля с физической поставкой

Основной отличительной чертой опционных контрактов является асимметричность сторон контракта, как по обязательствам, так и по платежам.

В этой ситуации возникает резонный вопрос: как могут заключаться столь неравноправные контракты? Во-первых, это премия, уплачиваемая покупателем продавцу. Премия выравнивает интересы сторон контракта и частично компенсирует риск продавца.

Величина премии характеризует текущее ожидание будущего поведения рынка базового актива Неожиданные события могут изменить стоимость базового актива в

разы, что приведет к серьезным убыткам продавцов опционов. Поэтому крайне необходимым является хеджирование опционных позиций, а возможность этого – вторым основанием опционной торговли.

Премия компенсирует риск продавцов опционов на стабильном рынке, а хеджирование позиций страхует от неожиданных и существенных изменений конъюнктуры.

Асимметричность опциона приводит к нелинейной зависимости прибылей/убытков по контракту от цены базового актива.

Покупка опциона «колл»:

1. С целью получения выигрыша от повышения цен. Право купит актив по фиксированной цене становится дороже при повышении цены на базовый актив. При этом покупка опциона потенциально обещает более высокую доходность, чем вложение в базовый актив.

2. Как часть инвестиционного плана. Популярной является инвестиционная стратегия «90/10», которая предусматривает вложение 10% средств в покупку опционов «колл», а остальных 90% средств – в безрисковые инструменты фондового рынка (использование эффекта двойного финансового рычага

3. С целью хеджирования «коротких продаж» на рынке базового актива.

Покупка опционов «пут»:

1. С целью выигрыша от снижения цен на базовый актив. Риск опционной позиции ограничен премией, в то время как риск «короткой» продажи базового актива не ограничен.

2. С целью хеджирования «длинной» позиции по базовому активу. Этот метод является основной стратегией страхования активов от обеспечения на финансовом и товарном рынках.

Продажа опционов «колл»:

1. Продажа «покрытого» опциона «колл», состоящая в подписке опциона и одновременном резервировании базового актива для поставки.

2. Продажа опциона без резервирования актива для поставки. Стратегия используется для получения дохода в виде премии при минимальном отвлечении капитала. Отвлечение капитала на маржу составляет в среднем 5-10% стоимости «покрытия» позиции.

Продажа опционов «пут»:

1. Продажа «покрытого» опциона «пут», состоящая в подписке опциона при наличии соответствующей «короткой» позиции по базовому активу. Максимальный

выигрыш стратегии составляет величину премии плюс разница между ценой «короткой» продажи и ценой «страйк» опциона. При этом остается существенным риск продавца по «короткой» позиции, связанный с ростом цен на базовый актив.

2. Продажа «покрытого» опциона пут, состоящая в подписке опциона с одновременным резервированием денежных средств под исполнение опциона. Продавец получает гарантированный доход в виде премии на вложенный капитал. Однако при исполнении опциона «пут» продавец обязан приобрести актив по цене, как правило, выше рыночной, что и составляет основной риск.

Так же возможны различные комбинации использования опционных стратегий. Наиболее активно используемой комбинацией является «стеллаж» («стрэддл») – покупка опционов «пут» и «колл» с одной и той же ценой исполнения и сроком истечения.

«Стеллаж» выгоден покупателям этой комбинации при высокой волатильности рынка. Уплатив двойную премию, они имеют возможность выиграть при существенном росте и падении рынка.

Ещё одна немаловажная положительная сторона опционных контрактов заключается в том, что их использование даёт эффект двойного финансового рычага. То есть, отпадает необходимость в приобретении только одного актива. С помощью опциона можно войти в рынок уплатив только премию, которая, как правило, намного ниже стоимости актива. Таким образом, высвобождается часть средств, которые можно вложить в альтернативные инвестиционные стратегии.

Но каким образом формируется цена самого опционного контракта? Для решения этого вопроса используется несколько моделей ценообразования. Как правило, на цену опционов влияют шесть факторов.

- Текущая цена базового актива
- Цена страйк опциона
- Время до истечения опциона
- Волатильность базового актива
- Ставка процентного дохода без риска
- Дивидендные выплаты по базовому активу за время жизни опциона

Роль опционов на мировом финансовом рынке неуклонно растёт, и этот рынок неизбежно будет развиваться и в России. И у нас есть возможность не изобретать всё заново, а воспользоваться уникальным опытом развитых опционных рынков.

Список литературы:

1. Буренин А. Н. Рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов : учебное пособие М. : Федеративная Книготорговая Компания, 2002.

2. Рынок ценных бумаг: учебник / под ред. В. А. Галанова, А. И. Басова. М. : Финансы и статистика, 2004.

3. Бухвалов А. В. Реальные опционы в менеджменте: введение в проблему // Российский журнал менеджмента. 2004. № 1.

4. Пензин К. В. Биржевые опционы – теория и международная практика // Деньги и кредит. 2002. № 3.

5. Пензин К. В. Современное состояние и тенденции развития мирового рынка биржевых опционных контрактов // Рынок ценных бумаг. 2001. №15.

6. URL: http://www.vunt.ru/trader/7.htm.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Щербина Г.А., Терешко З.А.

РЕЗЕРВЫ ПО СОМНИТЕЛЬНЫМ ДОЛГАМ КАК СПОСОБ ОПТИМИЗАЦИИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИБЫЛИ

Сомнительным долгом называется любая задолженность перед налогоплательщиком, возникшая в связи с реализацией товаров, выполнением работ, оказанием услуг, если эта задолженность не погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена залогом, поручительством, банковской гарантией.

Налогоплательщики вправе создавать резервы по сомнительным долгам по следующим правилам:

– суммы отчислений в резервы по сомнительным долгам включаются в состав внереализационных расходов на последнее число отчетного (налогового) периода;

– сумма резерва определяется по результатам проведенной на последнее число отчетного (налогового) периода инвентаризации дебиторской задолженности и не может превышать 10% выручки отчетного (налогового) периода;

– по сомнительной задолженности со сроком возникновения свыше 90 календарных дней в сумму создаваемого резерва включается полная сумма выявленной на основании инвентаризации задолженности;

– по сомнительной задолженности со сроком возникновения от 45 до 90 календарных дней (включительно) в сумму резерва включается 50% от суммы выявленной задолженности;

– сомнительная задолженность со сроком возникновения до 45 дней не увеличивает сумму создаваемого резерва.

Экономическая выгода от создания резервов состоит в следующем:

– возможность списывать суммы безнадежного долга в уменьшение налогооблагаемой прибыли ранее, чем это предусмотрено ст. 196 Гражданского кодекса Российской Федерации, устанавливающей общий срок исковой давности три года;

– уменьшение налоговой базы с начала налогового периода, не допуская тем самым излишней переплаты в бюджет сумм налога на прибыль;

– снижение налоговой нагрузки в части налога на прибыль в течение всего налогового периода.

Формируя резерв по сомнительным долгам, организация уменьшает текущие платежи по налогу на прибыль, перенося их на более поздние сроки, и в результате сберегает оборотные активы.

В условном примере рассчитан экономический эффект от создания резервов по сомнительным долгам.

ООО «Арсенал» на 31.12.2010 имеет просроченную задолженность у 5 дебиторов на общую сумму 51 936 тыс. руб. Выручка ООО «Арсенал» за 2010 г. составляет 887 114 тыс. руб.

Резерв по сомнительным долгам на 31.12.2010 в бухгалтерском учете составил 44 739 тыс. руб., в налоговом учете – 45 784 тыс. руб.

В декларации по налогу на прибыль за 2010 г. сумма резервов по сомнительным долгам будет включена в состав внереализационных расходов, что повлечет за собой изменение следующих показателей:

– налогооблагаемой базы (снижена на 45 784 тыс. руб.);

– текущего налога на прибыль (снижен на 9 157 тыс. руб.).

В результате создания резерва по сомнительным долгам произойдет изменение показателей Отчета о прибылях и убытках:

– прочих расходов (увеличены на 45 784 тыс. руб.);

– прибыли до налогообложения (снижена на 45 784 тыс. руб.);

– текущего налога на прибыль (снижен на 9 157 тыс. руб.);

– чистой прибыли (снижена на 36 627 тыс. руб.).

Создание резерва по сомнительным долгам также повлияет и на следующие показатели бухгалтерского баланса:

– сумма дебиторской задолженности (снижена на 44 739 тыс. руб.);

– сумма денежных средств (увеличена на 8 643 тыс. руб.);

– сумма нераспределенной прибыли (снижена на 36 627 тыс. руб.);

– сумма кредиторской задолженности (увеличена на 523 тыс. руб.);

– валюта баланса (снижена на 36 105 тыс. руб.)

Несмотря на более низкую чистую прибыль, использование резерва по сомнительным долгам экономически оправданно. В случае, если резервы не созданы, предприятие фактически не располагает частью прибыли (36 627 тыс. руб.), так как у нее нет высоколиквидных активов на сумму неоплаченных долгов, которыми оно могло бы распоряжаться, в то время как налог, уплаченный на эту часть прибыли, оплачен из фактически имеющихся денежных средств. По этой же причине, использование резервов по сомнительным долгам позволит повысить достоверность отчетности.

Наиболее ощутимый эффект от создания резерва по сомнительным долгам – экономия по налогу на прибыль на сумму 9 157 тыс. руб.

Рассмотренная в нашем примере организация, с годовой выручкой в 887 млн. руб. является средним предприятием, и результат использования резервов по сомнительным долгам в его учете положителен и существенен. Из этого можно сделать вывод, что если годовая выручка предприятия измеряется миллиардами или десятками миллиардов рублей, экономический эффект от создания данных резервов будет в сотни раз выше и достигнет нескольких десятков или сотен миллионов рублей.

В то же время, вопрос относительной трудоемкости создания резервов в настоящее время достаточно просто и успешно решается с помощью автоматизированных систем учета. Нет необходимости каждый день рассчитывать постоянные и временные разницы между бухгалтерским и налоговым учетом, достаточно нужным образом настроить программу.

Альтернативой использованию резервов по сомнительным долгам может служить тщательный выбор контрагентов, с которыми сотрудничает предприятие, с целью исключить потенциально неплатежеспособных покупателей и заказчиков. Однако в современных условиях доля предприятий с высокой финансовой устойчивостью исключительно мала.

Таким образом, проведенное исследование показало, что в случае, если у организации систематически возникает просроченная дебиторская задолженность, использование резервов по сомнительным долгам в краткосрочной и в долгосрочной перспективе позволяет повысить достоверность финансовых результатов и бухгалтерской финансовой отчетности, а также является экономически выгодным

(экономия по налогу на прибыль от создания резервов по сомнительным долгам в рассмотренном примере составила 9 156 800 руб.).

Список литературы:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации.

2. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации, утвержденное приказом МинФин РФ от 29.07.1998 № 34н

3. Брызгалин А. В., Берник В. Р., Головкин А. Н., Брызгалин В. В. Методы налоговой оптимизации / А. В. Брызгалина. М. : Аналитика-Пресс, 2009.

4. Кацыка А. В. Оптимизация налогообложения в рамках существующего законодательства // Консультант бухгалтера. 2008. №12.

5. Кузьминых А. М. оптимизация налогообложения с помощью резерва по сомнительным долгам// Финансовый директор. 2009. № 6.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Щетинина Д.Ю., Мазанкова Т.В.

УПРАВЛЕНИЕ РАБОЧИМ ВРЕМЕНЕМ

Основной целью статьи является устранение потерь рабочего времени оперативного персонала торгового предприятия.

Компании всё больше и больше рассматривают время как один из важных факторов в конкурентной борьбе, как ключевой фактор успеха. Компаниям необходимо распределять время, чтобы использовать его должным образом. [15].

Для достижения главной цели, необходимо рассмотреть ряд основных задач: что такое рабочее время и какое место в нём занимают потери рабочего времени; виды потерь; как измеряются потери рабочего времени; основные причины потерь и др.

Сложность такого объекта как рабочее время заключается в том, что он затрагивает все функции управления (планирование, организация, мотивация, контроль).

В статье изучен состав, структура рабочего времени и перерывов. Для её детализации дополнительно представлена характеристика рабочего времени по элементам затрат. Но содержание затрат рабочего времени различно для производственного персонала и для управленческого персонала.

В результате анализа учебной литературы выявлены факторы, способствующие возникновению потерь рабочего времени:

1) Характеристики сотрудника;

2) Характеристика среды (места работы);

3) Характеристики самой работы.

В совокупности эти факторы оказывают на работников стимулирующее воздействие, побуждая их работать качественно. Но если же по каким-то причинам они не соблюдаются, то возникают потери рабочего времени.

Причины, которые приводят к потерям времени, могут быть очень разнообразными: беспорядок на столе и личная дезорганизованность, неясные коммуникации или инструкции, потеря самодисциплины, высокий уровень эмоционального напряжения работников, остановки связанные с незапланированными сбоями оборудования и др. [12, 13].

Для анализа потерь рабочего времени традиционно используются показатели: норма рабочего времени, коэффициент использования нормы времени и пр. [8].

Говоря о проблеме управления потерями времени, мы снова сталкиваемся с планированием, организацией, мотивацией и контролем.

К функции планирования также можно отнести и всевозможные нормативы времени. Затраты рабочего времени на единицу продукции или услугу относятся к временным нормативам. Нормативы времени могут быть разработаны исходя из наблюдений на рабочих местах или на основании сформировавшихся методик измерения работ этот норматив определяют как время, требуемое обученному сотруднику, работающему без перерывов и в рациональном режиме, на выполнение конкретной операции.

В работе систематизированы также факторы контроля, которые могут применяться при управлении потерями времени:

– личностный контроль;

– административный контроль;

– механический контроль.

Для выявления общей структуры временных затрат можно пользоваться различными методами. Более подробно мы рассмотрим такой метод как «фотография рабочего дня» на примере продавца – кассира в магазине традиционной формы продажи через прилавок ИП Ончукова, занимающийся реализацией промышленных товаров, расположенного по адресу г. Хабаровск, ул.Бойко-Павлова 9.

На 1-вом этапе необходимо собрать и проанализировать сведения о последовательности выполнения отдельных элементов производственных операций и фактических затратах рабочего времени за рабочий день, для этого предоставим таблицу 1 – баланс рабочего времени продавца (28.03.2010 г.).

Баланс рабочего времени отражает временные затраты. Данная таблица составлялась с целью выявления «похитителей» времени и «узких» мест в

технологических процессах, а также исключения нерациональных действий в индивидуальных трудовых процессах. Выяснилось, что «похитители» времени это посторонние разговоры и разговоры по телефону, а «узким» местом оказалось непредвиденное отключение электроэнергии. В целом можно сказать, что в магазине ИП Ончукова, не наблюдается значительных потерь рабочего времени, это говорит о том, что торговый работник добросовестно относится к выполнению своих обязанностей.

В целях оптимизации рабочего времени продавцов в магазине «ИП Ончукова» должен быть разработан следующий комплекс мероприятий:

– обучение ключевым навыкам эффективного телефонного общения и деловой переписки;

– разработка унифицированных форм фиксации информации (чек-лист и т. п.);

– внедрение электронной системы учета, электронной сети для связи с поставщиками в режиме on-line. Внедряя электронный способ учета, руководитель сокращает время оперативного работника на заполнение документов в разы. К тому же благодаря режиму on-line, продавец может при необходимости связаться с поставщиками, что ускорит поступление товара и сократит возможные потери.

Список литературы:

1. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент. СПб. : Питер, 2001.

2. Дункан Т. М. 8 ловушек времени. Как вырваться из порочного круга постоянно увеличивающейся загрузки на работе. М. : Эксмо, 2008.

3. Егоршин А.П. Управление персоналом. Н.Новгород : НИМБ, 2003.

4. Исследование трудовых процессов и затрат рабочего времени. URL: http://eumtp.ru/?p=264.

5. Лисицына А., Харитонова Е. Корпоративная культура и управление. СПб. : Питер, 2002.

6. Лютенс Ф. Организационное поведение/ 7-е изд. М.: ИНФРА-М, 1999.

7. Минимизация потерь рабочего времени. URL: http://www.ibs.ru/content/ rus/549/5496-article.asp.

8. Монден Я., Сибакава Р. Как работают японские предприятия. М., 2002.

9. Мотивация и управление персоналом в продажах. М., 2005.

10. Основы экономики и управления производством. URL: http://www.aup.ru.

11. Райс-Джонстон Уильям. Тактический менеджмент. Методы управления в меняющемся мире. СПб. : Питер, 2001.

12. Управление персоналом в логистике и перевозках. Оптимизация расходов рабочего времени. М., 2008.

13. Фалмер Роберт М. Энциклопедия современного управления. М. : ВИПКэнерго, 1992.

14. Хаксевер К., Рендер Б. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика. СПб. : Питер, 2002.

15. Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет. СПб. : Питер, 2008.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Юдина Т.О., Яблочкина Е.Е.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ В РОССИЙСКУЮ ПРАКТИКУ ПРОГРАММ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ЖИЛЬЯ

Проблемы внедрения в российскую практику программ обязательного страхования жилья на сегодняшний день остаются актуальными. В России уже давно собираются ввести эту программу, но сделать это пока не позволяет Гражданский кодекс, запрещающий навязывать собственникам эту услугу.

Ведущие компании-страховщики по-разному относятся к идее ОСЖ. Одни считают эту идею еще «сырой», другие видят серьезную проблему в страховании ветхого жилья (а оно составляет более 22 млн кв. м), третьи требуют сначала детально проработать технологии и т. д. Кроме того, высказывается опасение, что введение ОСЖ приведет к тому, что весь дешевый сегмент рынка страхования недвижимости перейдет под «крышу» обязательного страхования.

Как следствие, рынок добровольного страхования жилья существенно сократится, так как большую часть клиентов устроит размер покрытия, предлагаемого в рамках ОСЖ. При этом лишь полноценное страхование недвижимости с высокими страховыми суммами, рассчитанными на полную компенсацию ущерба, нанесенного дорогим строениям (доля такового невелика), не претерпит существенных изменений.

По своему статусу ОСЖ может обеспечить лишь узкую страховую защиту, ориентированную на стандартную планировку и внутреннюю отделку жилья. Вместе с тем страховые компании, в большинстве своем ориентированные на преимущества

комплексной страховой защиты (как и в случае с автомобилями), будут стремиться к заключению полноценных договоров добровольного страхования. Поэтому говорить о замещении или поглощении рынка добровольного страхования жилья рынком ОСЖ не совсем верно.

Вывод напрашивается сам собой. С одной стороны, введение программы ОСЖ могло бы вовлечь в страхование самые широкие слои населения и создать систему дополнительных социальных гарантий на случай повреждения или утраты жилья. С другой стороны, создание системы ОСЖ неумолимо столкнется с большим количеством социальных и жилищно-коммунальных проблем, а, следовательно, и с активным противодействием населения.

Обязательное страхование в масштабах государства – неплохая, разумная и полезная идея. Ситуация с обязательным страхованием жилья необычна тем, что страхование недвижимого имущества гораздо шире и сложнее, чем ОСАГО.

При внедрении в России программы ОСЖ возникнут следующие проблемы:

1. С юридической точки зрения, введение системы ОСЖ вызывает серьезные сомнения, поскольку прямо противоречит ст. 935 ГК РФ, запрещающей обязывать граждан страховать свое имущество. Гражданин, в собственности которого находится жилье, согласно Конституции РФ, вправе по своему усмотрению распоряжаться этой собственностью, не причиняя при этом вреда третьим лицам, поэтому обязать человека страховать имущество помимо его воли – значит, ограничить гарантированную Конституцией РФ свободу распоряжаться своей собственностью.

2. У России нет такого уровня дохода, как в Европе, поэтому народ начнет протестовать, т.к. права будут нарушены и обязательное страхование воспримется как очередные дополнительные поборы.

3. По своему статусу ОСЖ обеспечит узкую страховую защиту, т.к. будет ориентированно на стандартную планировку и внутреннюю отделку жилья.

4. Система ОСЖ требует разработки детального механизма ее функционирования. Слишком много вопросов возникает при разработке законопроекта: например, что будет являться объектом страхования? Будут ли страховаться только конструктивные элементы жилья или отделка тоже? и др. Неясными остаются и механизмы отслеживания того, заключают ли граждане договоры страхования жилья.

5. Введение обязательного страхования жилья потребует от страховых компаний значительных инвестиций, а затраты на введение данного закона несопоставимы с затратами страховых компаний на реализацию закона об ОСАГО.

В целом, введение ОСЖ станет реальностью через 2-3 года, об этом говорят и представители Росстрахнадзора, но возможно эта идея останется только идеей.

Добровольное страхование жилья является гораздо предпочтительнее обязательного, потому что этот вид страхования проще в плане механизма его реализации: определения объекта страхования, степени рисков, страховых тарифов, и он укладывается в рамки действующего законодательства. Тем более, что в большинстве страховых компаний данный вид страхования уже имеется. Еще одним преимуществом для клиента является и то, что в случае наступления события защищать интересы клиента будет страховая компания, и все выяснения отношений с пострадавшей стороной она возьмет на себя.

Главное преимущество, которое достигается введением системы обязательного страхования жилья, заключается в том, что оно позволяет:

– обеспечить сохранение гарантий в области жилищных прав граждан на основе законодательно урегулированных договорных отношений;

– обеспечить адресную помощь пострадавшим;

создать систему объективной оценки причиняемого жилью ущерба;

– повысить ответственность подрядных организаций за качество обслуживания домов;

– привлечь средства населения и других внебюджетных источников для возмещения ущерба жилищному фонду при стихийных бедствиях и чрезвычайных событиях;

– сократить бюджетные затраты, связанные с ремонтом или заменой поврежденного (уничтоженного) жилья;

– инвестировать свободные средства страхового фонда в жилищную сферу на ремонт, реконструкцию и строительство жилья.

Во-первых, процесс страхования имущественных интересов и жилищных прав собственников и нанимателей жилья может стать важнейшим механизмом, позволяющим сформировать дополнительные финансовые ресурсы, направленные на восстановление утраченного или поврежденного жилья и развитие городской инженерной инфраструктуры;

Во-вторых, как показывает мировой опыт и отечественная практика, внедрение системы страхования жилья позволяет защитить не только имущественные интересы собственников муниципального и приватизированного жилья, но и создает финансовое обеспечение социальных гарантий квартиросъемщикам жилых помещений в домах муниципального жилого фонда.

В целом развитие обязательных видов страхования повышает страховую культуру и стимулирует развитие рынка добровольного страхования. Однако шансы на достижение положительного эффекта от введения в нашей стране различных видов обязательного страхования будут зависеть от того, насколько готовы сегодня все участники этого процесса.

В настоящее время введение системы обязательного страхования гражданской ответственности владельцев жилья вряд ли возможно. После введения ОСАГО появилось немало вопросов, которые оказались не до конца проработанными.

Основным тормозом в развитии страхования жилья является отсутствие необходимых предпосылок для развития страхования городского жилья со стороны государственных органов. Отсутствие федеральной законодательной базы для широкого развития страхования жилья, с одной стороны, и не осознание собственниками проблемы страхования жилья, как животрепещущей необходимости, с другой, являются сдерживающими факторами на пути реализации программы страхования объектов недвижимости. Без согласия всех собственников квартир невозможно решить проблему страхования.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс РФ (часть первая) от 30.11.1994 г. №51-ФЗ (ред. 29.06.2009г.) // Поисковая система Консультант плюс.

2. Гражданский кодекс РФ (часть вторая) от 26.01.1996 г. №14-ФЗ (ред. 09.04.2009г.) // Поисковая система Консультант плюс.

3. Жилищный кодекс РФ от 29.12.2004г. №188-ФЗ (ред. от 23.07.08) (с изменениями и дополнениями от 03.06.2009г.) // Поисковая система Консультант плюс.

4. Распоряжение Правительства РФ от 25 сентября 2002 г. N 1361-р «Концепция развития страхования в Российской Федерации» // Поисковая система Консультант плюс.

5. Гвозденко А. А. Основы страхования : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2007. 300с.

6. Петров Д. А. Страховая деятельность : учеб. пособие. СПб., 2008. 139 с.

7. Страхование: принципы и практика / Составитель Дэвид Бланд: пер. с англ. М. : Финансы и статистика, 2008. 416с.

8. Юрченко Л.А. Финансовый менеджмент страховщика. М. : ЮНИТИ, 2008. 166с.

9. Базанов А. Н. Экономические интересы и российское законодательство о страховании / А. Н. Базанов // Страховое дело. 2009. № 12. 25 С.

10. Борисова Н. Ю. Демонополизация страхового дела в РФ и формирование страхового законодательства / Н. Ю. Борисова // Страховое дело. 2008. № 9.

11. Еремина Т.Е. Некоторые аспекты жилищного страхования : материалы международной практической конференции «Жилищное страхование в России». М., 2009. 214 с.

12. Пастухов Б. И. Перспективы развития жилищного страхования в России / Б. И. Пастухов, Р. Н. Климов // Финансы. 2009. №8. 35с.

13. Янова И. О. Финансовый механизм добровольного страхования жилья. / И. О. Янова // Страховое дело. 2009 № 10. 43 с.

14. Янова И. О. Финансовый механизм обязательного страхования жилья. / И. О. Янова // Страховое дело. 2009. № 11. 55 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Юдина Т.О., Феоктистова Н.А.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ИПОТЕЧНОМ СТРАХОВАНИИ

Формирование системы ипотечного страхования в России непосредственно связано как с общим состоянием страхового рынка, так и с развитием жилищной ипотеки. Появление новых кредитных продуктов и увеличение массового спроса на ипотеку среди различных слоев населения влечет необходимость дополнения существующих и появления новых страховых продуктов, позволяющих обеспечить полноценную комплексную страховую защиту основных участников ипотечного рынка.

С развитием ипотечных программ значительно расширяется страховое поле. Лицо, получившее ипотечный кредит, несет более серьезный груз ответственности, т.к. нанеся материальный или моральный вред третьим лицам, сталкивается с необходимостью компенсировать его. В условиях недостаточности финансовых ресурсов (необходимо выплачивать долг и проценты по нему за предмет ипотеки), заемщик сталкивается с необходимостью выбора: либо исполнить решение суда и лишиться квартиры или дома, либо скрываться от правосудия. Сразу же напрашивающимся выходом из такого положения является страхование гражданской ответственности заемщика.

Страховая компания, занимающаяся накопительным страхованием жизни, может предложить своим страхователям более заманчивую схему взаимоотношений (рисунок1), при которой страхователь заключает договор накопительного страхования жизни в целях накопления средств для покупки квартиры или дома.

Страховая компания, решившая заняться таким бизнесом, может заключить договор с риэлтерской конторой или застройщиком о долевом финансировании строящихся объектов недвижимости, естественно, что стоимость квадратного метра жилья для страховщика, а затем и для страхователя-заемщика будет ниже. Накопив 30% от стоимости приобретаемой недвижимости, страхователь может получить ипотечный кредит, который является при этом и ссудой страхователю. Страховщик же при этом может рефинансировать выданный кредит в Агентстве по ипотечному жилищному кредитованию или в специализированных фондах.

При реализации схемы с кредитованием страхователей, страховая компания получает возможность внедрить новый качественный страховой продукт, позволяющий удовлетворить зарождающийся спрос как на страхование жизни, так и на получение ипотечного кредита. Это значительно повышает конкурентоспособность и эффективность деятельности такой страховой компании. При помощи такого совмещения страховых и банковских продуктов достигается развитие долгосрочного страхования жизни, позволяющего в перспективе вывести страховщиков на уровень институциональных инвесторов российской экономики.

Рисунок 1 – Схема ипотечного кредитования с участием страховой компании в качестве кредитора

1 – заключение договора о долевом финансировании строящегося объекта недвижимости, 2 – заключение договора долгосрочного страхования жизни, 3 – заключение договора займа и ипотеки, 4 – заключение сопутствующих договоров страхования (предмет ипотеки, ответственность заемщика и т.д.), 5 – заключение договора купли-продажи недвижимости, 6 – рефинансирование ипотечного кредита,

7 – размещение ипотечных облигаций на рынке ценных бумаг, 8 – размещение части страховых резервов и свободных средств в ипотечные облигации, 9 – получение стабильного дохода.

Ценным представляется опыт зарубежных страховых компаний, предоставляющих услугу индивидуального ипотечного страхования (private mortgage insurance). PMI – это разновидность страхования, которая защищает кредитора от убытков при дефолте заемщика. Наличие полиса PMI является обязательным требованием банка, если размер кредита превышает 80 % от стоимости недвижимости. PMI освобождает заемщика от необходимости накапливать сумму первоначального взноса. Хотя страховой полис PMI покупает банк, платит за страхование заемщик. Премия по PMI включена в ежемесячные платежи по погашению задолженности. Кредитор передает полученную премию страховой компании.

Полис не гарантирует банку полного возврата задолженности но кредиту. Полис может гарантировать до 30% задолженности по кредиту или возврат разницы между ценой реализации залога и задолженностью по кредиту. Страхованием могут покрываться накопленные проценты к моменту реализации залога, а также расходы кредитной организации в связи с обращением взыскания.

Размер премии PMI зависит от первоначального взноса, типа закладываемой недвижимости и страховой суммы. От кредитной истории заемщика размер премии не зависит. При этом банк имеет право отказать в получении кредита в результате анализа кредитной истории, несмотря на согласие заемщика платить премии по PMI. Заемщик может инициировать прекращение действия договора в следующих случаях:

– при увеличении рыночной стоимости недвижимости, которая превысит текущую задолженность по кредиту более чем на 20%;

– при выплате оговоренной доли кредита.

Если в отношении комплексного ипотечного страхования выработались определенные стандарты, то страхование финансовых рисков при долевом участии в строительстве многоквартирных домов находится на стадии разработки.

При проведении ипотечной деятельности в соответствие с потребностями общества необходимо решить многочисленные вопросы, среди которых немаловажное место занимают проблемы обеспечения гарантий возврата ипотечных кредитов, минимизации рисков участников ипотечной деятельности и необходимость общей стабилизации системы ипотечного кредитования, в том числе формирование информационной базы по ипотечным кредитам, накопление кредитных историй и доработка законодательной

базы. Экономическим механизмом, обеспечивающим решение данных проблем, является комплексное ипотечное страхование.

Организация партнерских взаимоотношений между страховыми компаниями и кредитными учреждениями в рамках ипотечного страхования способствует интеграции банков и страховщиков, что позволяет создавать новые формы взаимоотношений финансовых институтов и стимулирует развитие финансового рынка Российской Федерации.

Отсутствие широкой возможности выбора страховых продуктов в рамках базовых не позволяет обеспечить оптимальные условия защиты в соответствии с потребностями участников ипотечного кредитования и возможностями потенциальных страхователей.

Высокая ставка по кредитам и большой первоначальный взнос во многом обусловливаются высоким риском, поскольку кредит выдастся на длительный срок. За счет разработки и введения принципиально нового ипотечного страхования кредитных рисков страховщики могут оказать содействие в решении этих проблем.

Для выработки принципиально новых страховых продуктов, обеспечивающих защиту всех участников ипотечного рынка, а также позволяющих сделать ипотеку доступной для широких слоев населения, необходимо объединение усилий кредитных и страховых организаций.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 N 129-ФЗ «О Залоге» (с изм.в ред. Федерального закона от 01.01.2010).

2. Постановление Правительства Российской Федерации «О мерах по развитию системы ипотечного жилищного кредитования в РФ» от 08.05.2002 № 302 (с изм. от 01.01.2010).

3. Базанов А. Н. Экономические интересы и российское законодательство о страховании // Страховое дело. 2009. № 12. 25 с.

4. Борисова Н. Ю. Демонополизация страхового дела в РФ и формирование страхового законодательства // Страховое дело. 2008. № 9.

5. Гвозденко А. А. Основы страхования : учеб. пособие. М. : Финансы и статистика, 2007. 300 с.

6. Гвозденко А. А. Финансы и страхование : учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Финансы и статистика, 2008. 386с.

7. Еремина Т. Е. Некоторые аспекты жилищного страхования : материалы международной практической конференции «Жилищное страхование в России». М. : 2009. 214 с.

8. Пастухов Б. И., Климов Р. Н. Перспективы развития жилищного страхования в России // Финансы. 2009. №8. 35с.

9. Петров Д. А. Страховая деятельность : учеб. пособие. СПб., 2008. 139 с.

10. Практическое пособие по страховой деятельности. Документы, комментарии, разъяснения. М. : Дизайн-РУСИНВЕСТ, 2008. 344 с.

11. Страхование: принципы и практика / Составитель Дэвид Бланд: пер. с англ. М. : Финансы и статистика, 2008.416с.

12. Фогельсон Ю. Б. Введение в страховое право. М. : Издательство БЕК, 2008. 224 с.

13. Хомярчук В., Гниломедова Ю. Шаг сделан - но в какую сторону? // Страховое дело. 2009. № 10. 26 с.

14. Юрченко Л.А. Финансовый менеджмент страховщика. М. : ЮНИТИ, 2008. 166с.

15. Янова И. О. Финансовый механизм добровольного страхования жилья. // Страховое дело. 2009. № 10. 43 с.

16. Янова И.О. Финансовый механизм обязательного страхования жилья. // Страховое дело. 2009 № 11. 55 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Юркевич Т.В., Феоктистова Н.А.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ НА РОССИЙСКОМ СТРАХОВОМ РЫНКЕ

В работе раскрывается экономическое понятие слияний и поглощений компаний, их различия и место на страховом рынке. Рассматриваются особенности рынка слияний и поглощений страхового сектора в России и в мире в целом. Авто анализирует отдельные законодательные положения, предусматривающие дополнительные условия для слияний и поглощений финансовых организаций. В работе приводится статистический анализ осуществленных слияний и поглощений, а также тенденции дальнейшего укрупнения отечественного страхового рынка.

Слияния и поглощения (M&A) – современная и динамично развивающаяся мировая тенденция консолидации активов и концентрации производственной деятельности. В соответствии с общепринятыми за рубежом подходами под слиянием подразумевается любое объединение хозяйствующих субъектов, в результате которого образуется единая экономическая единица из двух или более ранее существовавших структур. В соответствии же с российским законодательством под слиянием понимается реорганизация юридических лиц, при которой права и обязанности каждого из них переходят ко вновь возникшему юридическому лицу в соответствии с передаточным актом. Поглощение – дружественное или недружественное – взятие одной компанией под свой контроль другой с целью управления и приобретения абсолютного или частичного права собственности. Процедуру поглощения отличает то, что здесь

приобретающая (поглощающая) компания выкупает у акционеров приобретаемой (поглощаемой) компании все или большую часть акций. Таким образом, слияния и поглощения представляют собой процедуру смены собственника или изменения структуры собственности компании, являясь конечным звеном в системе мер ее реструктуризации.

Механизм слияний и поглощений используется компаниями для получения конкурентных преимуществ на рынке и увеличения благосостояния акционеров. При разработке стратегии своей дальнейшей деятельности фирма объективно оценивает свои возможности и положение на рынке, свои сильные и слабые позиции, перспективы развития и ищет способы повысить свою конкурентоспособность и привлекательность. Возможностей это сделать довольно много, но в последнее время одним из основных методов реализации на рынке стал именно механизм слияния.

Одной из тенденций, наиболее сильно влияющих на развитие страхового рынка, является, безусловно, глобализация, как процесс, приводящий к тому, что экономическая активность страховых компаний преодолевает национальные и географические границы. Необходимость исполнять требования, установленные международными организациями, многосторонними соглашениями, как, например ВТО, с большим количеством участников, - привела к значительной либерализации мирового страхового рынка. Это, в свою очередь, способствовало появлению большего количества иностранных страховщиков в различных регионах и созданию совместных страховых компаний. Либерализация доступа на национальные рынки страхования и ослабление контроля со стороны государства позволяет компаниям применять более прогрессивные, инновационные подходы к введению новых видов страхования и распределения ресурсов.

Сегодня сделки по слияниям и поглощения компаний в целом являются эффективным инструментом реструктуризации компании. С помощью этого внешнего пути развития, компания обеспечивает соответствие своей деятельности выбранной концепции развития.

Особенностями рынка слияний и поглощений в России в целом, в том числе это касается и страхового сектора экономики является:

Во-первых, это распространение враждебных «захватов» - приобретения контроля над активами путем использования силового, политического, судебного давления, пробелов в корпоративном законодательстве, зачастую с использованием мошеннических схем с подделкой документов, подкупом судей и другими подобными методами.

Во-вторых, то, что явилось одной из причин возникновения первого – это превышение стоимости активов компании над ее стоимостью как бизнеса.

В-третьих, как один из итогов существования первого – «сверхконцентрация» собственности - крупнейшие акционеры стараются обеспечить себе пакет акций как минимум 75%; а также низкая прозрачность деятельности компаний.

В-четвертых, низкая развитость финансового рынка, в результате чего недостаточно развиты процессы финансирования сделок слияний и поглощений с помощью заемных средств, в том числе банковских кредитов и облигаций.

В-пятых, неразвитость институтов профессиональных консультантов на этом рынке, роль которых за рубежом преимущественно выполняют инвестиционные банки.

Другими характерными особенностями российских слияний/поглощений являются, также: характер юридического оформления; роль государства; влияние глобализации.

К основным проблемам на рынке слияний поглощений в сфере страхования можно отнести следующие:

1. Проблемы правового регулирования сделок слияния и поглощения компаний: выбор модели корпоративного законодательства и адаптация ее к Российским условиям, раскрытие информации по аффилированным структурам, несовершенство антимонопольного законодательства, Российское законодательство в особых и редких ситуациях защищает права миноритарных акционеров и не способствует проведению сделок слияния и поглощения в удобных формах, которые часто применяются в сделках в США.

2. Проблемы присоединения России к ВТО: сторонниками быстрого завершения переговоров о вступлении России в клуб международной торговли наиболее часто выдвигаются аргументы о том, что присоединение к ВТО послужит сильным стимулом притока прямых иностранных инвестиций и расширения присутствия российских производителей на международных рынках.

3. Проблемы враждебных поглощений и применение защитных мер: проблема враждебных поглощений с применением «административного ресурса» приобрела довольно острый характер. Среди рекомендаций по ее преодолению можно отметить – ужесточение ответственности за принятие соответствующих судебных решений (что требует поправок в законодательство о судебной системе); введение ответственности миноритарных акционеров за подачу иска, инициирующего враждебное поглощение; уточнение процедур проведения собрания акционеров и ведения реестров акционерных обществ (основания для передачи функций ведения реестра от одного регистратора к другому, запрет на изъятие или арест реестров) и др.

Тем не менее, даже внесение указанных изменений в законодательство не снимет остроту проблемы, пока сохраняются экономические и институциональные предпосылки. Так что исключительно актуальной является выработка государственной политики в сфере регулирования корпоративных поглощений.

Большинство страховых компаний крайне плохо подготовлено к возможным атакам рейдеров. У некоторых из них отсутствует даже элементарная система корпоративной защиты.

Российское антимонопольное законодательство предусматривает дополнительные условия для слияний и поглощений финансовых организаций. В соответствии со ст.16-19 Федерального закона «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23.06.1999 г. № 117-ФЗ на страховщиков распространяется необходимость согласовывать с антимонопольными органами ряда действий. При этом в зависимости от размера уставных капиталов участников сделки действуют 2 разных порядка: разрешительный и уведомительный.

Цель подобных ограничений – предотвратить монополизацию рынка, в противном случае, есть опасность, что в результате слияний и поглощений слишком большая часть рынка уйдет, что называется, в одни руки. В страховании этот риск выше, чем где бы то ни было. Правда и примеров, чтобы антимонопольный орган занял активную позицию при какой-то сделке на российском страховом рынке до сих пор не наблюдалось или, по крайней мере, они не получили широкую огласку.

В 2008 г. и в первой половине 2009 г. было осуществлено 234 сделки между российскими компаниями, 103 сделки по приобретению иностранцами компаний в России и 45 сделок по приобретению российскими компаниями зарубежных активов. Наиболее популярными секторами экономики с точки зрения стоимости сделок были сектор розничной торговли и потребительских товаров (17%), недвижимость (12%), энергетика (12%), а также банковские услуги и услуги, связанные с рынком капиталов (12%). Российские компании были в большей степени заинтересованы в осуществлении приобретений в странах Западной, Восточной Европы и СНГ.

Слияния и поглощения за I полугодие 2009 года в Российской финансовой отрасли носили неоднозначный характер. Так, по данным информационно-аналитической группы M&Aonline, вклад финансовой отрасли в M&A-активность российских игроков по итогам I полугодия 2009 г. составил $3,13 млрд. по сумме 50 сделок, в т.ч. 24 – с переходом контроля от одного собственника к другому на сумму в $1,40 млрд. и 26 – без перехода контроля над объектом сделки на $1,73 млрд.

По итогам июня 2009 г. была зафиксирована информация о 9 сделках на общую сумму $0,66 млрд. (в т. ч. 2 – с переходом контроля от одного собственника к другому на сумму в $0,01 млрд. и 7 – без перехода контроля над объектом на сумму $0,65 млрд.). За II квартал 2009 г. было зафиксировано 29 сделок на общую сумму $1,54 млрд., в т. ч. 11 – с переходом контроля от одного собственника к другому на сумму в $0,18 млрд. и 18 – без перехода контроля на $1,36 млрд.

В целом, укрупнение страхового рынка - это тенденция последних лет. Наиболее заметные сделки последнего времени: группа СОГАЗ приобрела компанию «Шексна», «Росгосстрах Северо-Запад» купил «Русский мир». Совладельцами компании «Росгосстрах» совершена покупка страховой группы «Капиталъ. По данным Федеральной службы страхового надзора, за 2009 год с российского рынка ушли 84 страховые компании. Сейчас в реестре 702 страховщика.

Также отметим наращивание средним бизнесом своей доли в общем объеме российского рынка слияний и поглощений. Это объясняется тем, что средние компании оказались более устойчивыми к кризису по сравнению со своими старшими собратьями, и не смотря на жесткие ограничения по привлечению стороннего финансирования, сектор M&A среднего бизнеса упал не так значительно.

Активизация слияний и поглощений на российском страховом рынке происходила за счет перехода ряда страховщиков, особенно региональных дочерних компаний, на положение филиалов компаний федерального уровня, поглощения мелких участников рынка более крупными и активизации деятельности по созданию страховых групп, холдингов, объединению бизнеса и т.п.

Сегодня большинство специалистов связывают будущее страхования с выходом на новые сегменты финансового рынка. Это объясняется тем, что для любого современного бизнеса характерно стремление к расширению и борьба за потребителя.

Поэтому страховщики прибегают и к разработке новых страховых услуг, и к «изобретению» новых методов продаж, и к предоставлению наиболее удобных для потенциального страхователя условий. Кроме того, изменился и сам потребитель, которому теперь уже требуется индивидуальный подход в обслуживании и подборе наиболее выгодного и удобного с его точки зрения продукта. Соединить воедино все требования потребителя и рынка и с наименьшими издержками можно лишь путем сближения различных отраслей экономики.

Учитывая указанные обстоятельства, можно сделать вывод, что существует необходимость совершенствовать систему государственного и общественного контроля

над сделками по слияниям и поглощениям. Для этого следует разработать соответствующие правовые, организационные и институциональные механизмы.

Представляется, что, прежде всего, необходимо развивать законодательство в этой области, как можно быстрее устранить все существующие в нем пробелы.

Так, на рассмотрение Государственной Думы РФ внесены поправки в Закон «Об организации страхового дела в РФ», которые направлены на усиление госконтроля над деятельностью страховщиков. Кроме этого, необходимо выработать государственную политику в сфере регулирования корпоративных поглощений, чтобы постепенно исчезла проблема враждебных захватов и сами сделки слияний и поглощений носили более организованный характер.

Список литературы:

1. Федеральный закон «О защите конкуренции на рынке финансовых услуг» от 23.06.1999 г. № 117-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1999. № 26. Ст. 3174.

2. Закон РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» от 27.11.1992 № 4015-1 // Российская газета. 1993. № 6.

3. Абрамов В. Ю. Страхование: теория и практика. М.: Волтерс Клувер, 2007. 512 с.

4. Адамчук Н. Г. Мировой страховой рынок на пути к глобализации : учеб. пособ. М. : РОССПЭН, 2004. 590 с.

5. Ионцев М. Г. Корпоративные захваты: слияния, поглощения, гринмэйл : учеб. пособ. М. : Ось-89, 2003. 176 с.

6. Андреева Т.А. Организационные аспекты слияний и поглощений: западный опыт и российские реалии // Экономические стратегии. 2003. № 6. С. 12-17.

7. Обзор рынка M&A в финансовой сфере России: итоги 1 полугодия 2009 года // M&A Слияния и поглощения. 2009. № 8. URL: http://www. forINSURER.com/ (дата обращения: 23.09.2009).

8. Слияния и поглощения среднего бизнеса в России заняли 36% рынка M&A // Аналитика M&A. 2009. № 9. URL: http://www.MAonline.ru/ (дата обращения: 22.09.2009).

9. Госагенство по финансовому надзору выдало разрешение на слияние «Гарантия» и «Альянс Полис» // M&A Слияния и поглощенияю. 2009. № 9. URL: http://www. maonline.ru/ (дата обращения: 22.09.2009).

10. Государство усилит контроль над сделками по слиянию и поглощению на страховом рынке России. 15.03.2010. URL: http://forinsurer.com/news/ (дата обращения: 12.04.2010).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»
Актуальные исследования студентов и аспирантов
в области гуманитарных, общественных, экономических и юридических наук
Материалы XL научной конференции – конкурса научных докладов
«Студенческая весна – 2010»
13 апреля – 14 мая 2010 года
г. Хабаровск
(сборник статей)

Юркевич Т.В., Яблочкина Е.Е.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАХОВЩИКАМИ СУБРОГАЦИОННОГО ТРЕБОВАНИЯ: ЭКОНОМИКО-ПРАВОВОЙ АСПЕКТ

В настоящей работе представлены современные проблемы реализации суброгационных прав страховщиков, описаны экономические и правовые аспекты данного вопроса. Отдельно выделены сложности, возникающие при осуществлении взаимозачетов суброгационных требований и их отражении в бухгалтерском учете. Автором высказываются предложения по дальнейшей модернизации положений Гражданского кодекса РФ, посвященных переходу к страховщику прав страхователя, а также правил, касающихся оценки взаимных требований страховых компаний по отдельным видам имущественного страхования.

Работа страховщика по реализации перешедшего к нему после выплаты страхового возмещения права требования от страхователя или выгодоприобретателя к лицу, ответственному за наступление страхового случая, носит многоаспектный характер.

Результат работы страховщика по реализации суброгационных прав может привести к более точной оценке фактической убыточности конкретного страхового портфеля и в ряде случаев даже к снижению размера страховых тарифов, если доход от этого вида деятельности носит уже достаточно устойчивый характер и может быть учтен в страховой статистике.

В условиях нынешнего глобального финансово-экономического кризиса особое значение имеет организация эффективной работы по реализации страховщиком прав требования, перешедших к нему в порядке суброгации, что повышает ликвидность активов страховой компании, уменьшает фактическую убыточность страхового портфеля по имущественным видам страхования и, в первую очередь, по автострахованию.

По мнению экспертов, объем выявленного совокупного суброгационного права в нашей стране составляет от 5 до 10 % от всех сумм страховых выплат по имущественным видам страхования. Однако опыт работы некоторых страховых компаний позволяет утверждать, что эта доля может быть больше - до 20-50 % от выплаченных страховщиками сумм страхового возмещения.

Между тем, практика применения страховыми компаниями законодательства о суброгации, использование страховщиками различных процедур урегулирования убытков раскрыли определенные проблемы.

В связи с этим настоящая работа имеет целью анализ отдельных проблем, возникающих при реализации суброгационной политики страховщиками, постановку путей разрешения спорных моментов в отношениях страховщика и лица, которому предъявлено требование в порядке суброгации.

Законодательной основой для определения понятия суброгации[1] является ст. 965 Гражданского кодекса РФ, предусматривающая, что, если договором имущественного страхования не предусмотрено иное, к страховщику, выплатившему страховое возмещение, переходит в пределах выплаченной суммы право требования, которое страхователь (выгодоприобретатель) имеет к лицу, ответственному за убытки, возмещенные в результате страхования. Аналогичное правило содержится и в ст. 281 Кодекса торгового мореплавания РФ.

Правовой анализ изложенных норм закона позволяет провести следующую цепочку возникающих здесь правоотношений:

1) наступление страхового случая, в результате чего страхователь (выгодоприобретатель) становится кредитором, а лицо, причинившее вред, - его должником вследствие причинения вреда;

2) обращение страхователя за страховым возмещением к страховщику;

3) получение страхователем страховой выплаты (возмещения) от страховщика;

[1] От латинского «subrogare» – заменять, восполнять, а в переводе с английского означает «переход прав».

4) переход права, принадлежащего страхователю (выгодоприобретателю) по отношению к причинителю вреда, к другому лицу – страховщику, что происходит автоматически, на основании закона.

Надо заметить, что законодатель окончательно разрешил вопрос в споре о соотношении суброгации и регресса, исключив регрессные обязательства из сферы действия переуступаемых прав требования (п.1 ст.382 ГК РФ) и суброгации в частности (ст.387 ГК РФ), в связи с чем считаем беспочвенными дискуссии на этот счет.

Переход права требования от страхователя к страховщику осуществляется на основании закона, в безусловном порядке. Безусловность данного перехода усиливается положением нормы закона, запрещающей исключение перехода к страховщику права требования к лицу, умышленно причинившему убытки.

В то же время законодатель придает суброгации диспозитивность, позволяя сторонам договора страхования самим определиться с правом страховщика на суброгацию. В данном вопросе прослеживается неоднозначность позиции законодателя.

На наш взгляд, целесообразнее усилить диспозитивность в данном вопросе путем предоставления страхователю права решать – передавать право требования или нет, так как диспозитивность, свойственная суброгации, в большей степени проявляется в правах страхователя и зависит от волеизъявления передающей стороны.

Конечно, страхователь (выгодоприобретатель) вполне может оставить за собой право требования к лицу, ответственному за причинение вреда, для самостоятельного востребования в последующем возмещения ущерба. Однако целесообразнее ограничиться возмещением своего ущерба за счет страховой выплаты, так как это удобно и быстро, а право требования к виновному лицу, соответственно, передать страховщику. В этой ситуации у страховщика возникает риск осуществления страховой выплаты по страховому случаю, по которому раннее уже была произведена компенсация самим причинителем вреда, что в свою очередь влечет негативные последствия для самой страховой компании в виде невозможности самой суброгации, так как раннее существовавшее право страхователя к причинителю вреда к этому моменту уже исчерпано. Сложность добавляет отсутствие прямой правовой нормы, указывающей на освобождение страховщика от выплаты страхового возмещения, если страхователю был возмещен ущерб виновной стороной[1]. Кроме того, это повлечет

[1] Между тем, в ст. 283 КТМ РФ предусматривает выплату страховщиком только разницы между страховым возмещением по договору морского страхования и суммой, полученной страхователем или выгодоприобретателем от причинителя вреда.

дополнительные судебные издержки при предъявлении иска о неосновательном обогащении к страхователю. В целях недопущения такой ситуации можно предложить страховщикам перед выплатой страхового возмещения дополнительно отслеживать ранее произведенные выплаты страхователю, включая более широкое использование п.3 ст.965 ГК РФ об обязанности страхователя предоставить все документы и доказательства, необходимые для осуществления суброгации, сотрудничество со страховыми организациями, в которых застрахован причинитель вреда и т.д.

Следует отметить, что, возмещая страхователям (выгодоприобретателям) ущерб, страховщик осуществляет это не за счет собственных средств, а из специально созданного для этих целей страхового фонда, формируемого за счет страхователей. Следовательно, страховщик никакого ущерба не претерпевает. В связи с этим в свое время возник вопрос о правомерности и целесообразности института суброгации, который является предметом оживленной дискуссии.

Сторонниками суброгации являются А.В. Чебунин, П.В. Киселев, М.И. Брагинский, считая переход права требования экономически целесообразным, так как для страховщика это способ снижения убыточности его деятельности, для страхователя (выгодоприобретателя) это гарантия возмещения причиненных убытков, а для виновной стороны это обязанность возместить причиненный им вред, но только однократно: либо потерпевшему – страхователю, либо страховщику, заменившему страхователя в деликтном обязательстве.

В свою очередь, В.И. Серебровский, Л.Г. Ефимова и Ю.Б. Фогельсон по этому поводу полагали, что право на суброгацию не может быть оправдано, потому что за принятый на себя риск страховщик уже получил вознаграждение (премию), к тому же, при выплате страхового возмещения обязательство, возникшее между потерпевшим и лицом, причинившим вред, прекращается исполнением (ст. 408 ГК РФ), так как вред возмещен. Следовательно, и замена кредитора в обязательстве становится невозможной, поскольку нет самого обязательства.

Остается сделать два небольших добавления к изложенным суждениям в пользу сторонников целесообразности суброгации в страховании.

Средства, полученные страховщиками в процессе реализации суброгации, образуют их доход, который, в конечном счете, становится источником формирования нераспределенной прибыли. Нераспределенная прибыль, в свою очередь, относится к собственным средствам страховщиков, которые входят в состав активов, гарантирующих финансовую устойчивость страховщиков. В связи с этим сохраняется возможность страховщикам получать обратное возмещение ущерба по страховым

выплатам за счет суброгации, так как эти средства в любое время могут быть использованы в качестве последующего рефинансирования в страховые выплаты.

Другое назначение суброгации заключается в ее воспитательной функции, о чем свидетельствует п.1 ст.965 ГК РФ, запрещающий участникам договора страхования исключать суброгацию в тех случаях, когда убыток причиняется лицом, умышленно причинившим вред. При этом реализация прав страховщика по суброгации является обязательной, что преследует за собой цель недопустимости освобождения лица, умышленно причинившего убыток, от имущественной ответственности. В этом, собственно, и заключается воспитательная роль суброгации.

Реализация прав по суброгации подразделяется на два основных этапа. Первый этап предусматривает осуществление страховщиком предусмотренных законом мероприятий, способствующих возникновению у него права на суброгацию. С этой целью страховщику достаточно предусмотреть в условиях страхования оговорку о безусловном праве на суброгацию, не допуская при этом каких-либо исключений из данного правила.

Второй этап заключается в фактической реализации страховщиком прав по суброгации, которые возникают лишь после выплаты страхователю (выгодоприобретателю) страхового возмещения, то есть после удовлетворения имущественных требований первоначального кредитора.

Поэтому на практике следует проводить строгое различие между правом на суброгацию, которое возникает с момента заключения договора страхования (если договором не предусмотрено иное), и правом на реализацию суброгации, которое возникает после выплаты страхового возмещения.

Особое значение в практической реализации прав требований по суброгации имеют размеры, в пределах которых страховщик вправе выдвигать требования в отношении виновного лица. Эти пределы установлены законом, строго ограничиваются размером выплаченной суммы страхового возмещения и их нельзя превышать, все остальные расходы, которые были понесены страховщиком для осуществления страховой выплаты, не могут включаться в состав суброгационных требований.

Ограниченность применения суброгации в страховании также связана с ее исключением из сферы личного страхования. Законодатель прямо не устанавливает такой запрет, однако системное применение норм приводит нас к выводу о том, что суброгация может быть применена и использована только в договорах имущественного страхования, но не в договорах личного страхования. Данный подход законодателя обусловлен тем, что суброгация, как было указано выше, является правовой

конструкцией, согласно которой происходит замена кредиторов по общим правилам гл. 24 ГК РФ. Согласно ст. 383 ГК РФ, переход к другому лицу прав, неразрывно связанных с личностью кредитора, в частности, требований об алиментах и о возмещении вреда, причиненного жизни и здоровью, не допускается. Именно последнее обстоятельство препятствует применять суброгацию в договорах личного страхования.

Следовательно, приходим к выводу, что суброгационные требования очерчены следующими правоотношениями: либо на основании договора между страхователем (выгодоприобретателем) и его контрагентом за причинение убытков в связи с ненадлежащим исполнением договорных обязательств, либо в случае причинения внедоговорного (деликтного) вреда страхователю (выгодоприоретателю) по правилам гл. 59 ГК РФ.

На практике часто встречаются ситуации, когда страховые компании сами выступают ответчиками, т.е. обязанной стороной по суброгационным требованиям. Как правило, такое бывает при страховании гражданской ответственности, когда страховая компания обязана возместить вред, который нанес ее страхователь.

Законодательство допускает возможность предъявления суброгационных требований непосредственно страховщику ответственности (п.4 ст.931 ГК РФ). Конечно, это требует соблюдения определенных условий, но в целом процедура достаточно понятна и вполне осуществима. В частности, в силу положений ст.965 ГК РФ страховая компания потерпевшего, возместившая ему нанесенный имущественный вред, вправе заменить потерпевшего в обязательстве и обратиться к страховщику, застраховавшему ответственность причинителя вреда. Одновременно у последнего страховщика может возникнуть аналогичное требование к компании, обратившейся к нему в порядке суброгации.

Обобщая все выше сказанное, можно сделать следующие выводы:

1. Необходимо ввести прямую норму путем дополнения ст.964 ГК РФ, указывающую на освобождение страховщика от выплаты страхового возмещения в случае, если страхователю (выгодоприобретателю) уже был возмещен вред виновной стороной, т.е. причинителем вреда либо лицом, виновным в неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств.

2. Следует исключить из закона положения об автоматическом (в силу закона) переходе к страховщику суброгационного требования, предоставив решение этого вопроса самим сторонам страхового правоотношения при заключении договора страхования, в том числе права требования к лицу, умышленно причинившему убытки.

3. Суброгация ограничена сферой имущественного страхования и по объему равна лишь сумме, равной выплаченному страховому возмещению, что исключает возможность предъявления страховщиком требования в порядке суброгации о возмещении дополнительно понесенных издержек при осуществлении страховой выплаты (экспертные, оценочные расходы, проценты за просрочку выплаты страхового возмещения).

4. Наибольшие сложности вызывают отношения, связанные со взаимными суброгационными требованиями страховщиков. Затруднения имеются при отражении на счетах бухгалтерского учета кредиторской задолженности страховщика по страховым выплатам другой страховой организации, имеющей встречное суброгационное требование к первому страховщику, при взаимозачете. Погашение кредиторской задолженности отражается только при фактическом перечислении средств, что реально не происходит при взаимозачете.

5. Произведение указанного выше взаимозачета должно производиться с учетом равнозначной страховой оценки нанесенного ущерба, как по КАСКО, так и по ОСАГО, в пользу последнего, т.е. путем проведения независимой оценки ущерба, в целях избежания дальнейших финансовых осложнений (в том числе налоговых).

Список литературы:

1 Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

2 Гражданский кодекс Российской Федерации (Часть вторая): Федеральный закон от 26.01.1996 № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

3 Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации: Федеральный закон от 30.04.1999 № 81-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1999. № 18. Ст. 2207.

4 О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 21.11.1996 № 129-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 48. Ст. 5369.

5 Об утверждении Правил обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств: Постановление Правительства РФ от 07.05.2003 № 263 // Собрание законодательства РФ. 2003. № 20. Ст. 1897.

6 Об особенностях применения страховыми организациями Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению: приказ Минфина РФ от 04.09.2001 № 69-н // Финансовая газета. № 45. 2001.

7 Абрамов В. Ю. Страхование: теория и практика. М. : Волтерс Клувер, 2007.

8 Дедиков С. В. Суброгация: практика реализации в страховой компании: методическое пособие: М. : ИД «Регламент», 2009. 315 с.

9 Чебунин А. В. Теоретические и практические вопросы суброгации в страховых отношениях // Сибирский юридический вестник. 2001. № 4. С.64.

10 Шац Б. С. О суброгации при страховании ответственности // Большой словарь иностранных слов. 2004. URL: http://www.yurclub.ru/ (дата обращения: 04.04.2010).

11 Яковлев М. К. Взаимозачет суброгационных требований // Налогообложение, учет и отчетность в страховой компании. 2006. № 5. URL: http://www.reglament.net/ (дата обращения: 05.04.2010).