

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

С е н т я б р ь 2012 г. № 1(1)

Главный редактор:

И.Г. Паршутина, доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Редакционный совет:

Вертакова Ю.В., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Курский государственный технический университет»

Глотко А.В., доктор экономических наук, доцент ФГБОУ ВПО «Горно-Алтайский государственный университет»

Йода Е.В., доктор экономических наук, профессор Липецкого филиала АОНО ВПО «Институт менеджмента, маркетинга и финансов»

Клочкова Н.В., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина»

Лазаренко А.Л., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Лыгина Н.И., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Степичева О.А., доктор экономических наук, профессор ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»

Цёхла С.Ю., доктор экономических наук, профессор «Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского»

Ответственный редактор: **И.Б. Илюхина**, кандидат экономических наук, доцент

Научный редактор: **Г.Г. Лепешкина**, старший преподаватель

Литературный редактор: **Н.Н. Зайцева**, старший преподаватель

Технический редактор: **И.В. Смагина**, старший преподаватель

Журнал издается при поддержке Ассоциации общественных объединений «Общественная палата Орловской области» с сентября 2012 г. Выходит 4 раза в год

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-51006 от 3 сентября 2012 г.

Учредитель: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Издатель: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

При перепечатке ссылка на издание обязательна

точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Редакция журнала «Экономическая среда»: 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Телефон: (486) 434095 e-mail: economicsreda@mail.ru @mail.ru

© ОрелГИЭТ, 2012

Подписано в печать 03.09.2012г. Заказ № 10 Формат 60x84% Бумага писчая Гарнитура «Times New Roman»
Объем 12 п.л. Тираж 1000 экз. Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе ОрелГИЭТ

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Паршутина И.Г., Самородова Е.М.

Мировой опыт становления и развития торгово-промышленных палат как субъектов рыночной экономики

3

Звонарева И.Ю., Рудакова О.В.

Социальное партнерство в системе интересов государства, субъектов предпринимательства и населения

15

МАРКЕТИНГ И ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ

Лыгина Н.И., Лебедева О.А., Козьявкина О.Н.

Mystery shopping – новый инструмент в конкурентной борьбе компаний

20

Семенова Е.Е., Пьянова Н.В.

Ценовые аспекты в промышленном маркетинге

26

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Леонова О.Ю., Лытнева Н.А.

Методика учета и документальное оформление приобретения материалов малыми предприятиями по внешнеторговому контракту

32

Ханенко М.Е., Васильева К.С.

Банковский аудит

47

Илюхина Н.А., Мелехова Т.В.

Системный подход к процессу оздоровления хозяйствующих субъектов в России и за рубежом

53

Авдеева Н.В., Боброва Е.А.

Упрощенная система налогообложения на основе патента, грядущие изменения 2013 года

63

Звягинцева Ю.А., Федорова Т.В.

Значение перехода отечественной системы учета на нормы МСФО

69

Илюхина Н.А., Кривченкова К.Н. Оптимизация стратегического управления на малых предприятиях	77
Подделкова Е. Ю., Лытнева Н.А. Инновационные подходы в управлении экспортом товара через посредников в системе малого бизнеса	84
Находкина Е. В., Тюхова Е. А., Шапорова О. А. Отражение выручки от оказания услуг по проживанию в бухгалтерском и налоговом учете	95
Акимова А.А., Боброва Е.А. Особенности и отличительные черты упрощенной системы налогообложения Российской Федерации, Украины и Республики Беларусь	103
Ковалева А. И., Федорова Т.В. Методические основы налогового учета материальных расходов организации	108
Старцева Т.С., Тюхова Е.А., Шапорова О.А. Документальное оформление и бухгалтерский учет животных на выращивании и откорме	115
Микитухо А.А. Необходимость и информационное обеспечение анализа и диагностики несостоятельности (банкротства)	121
ИНВЕСТИЦИИ И ОЦЕНКА БИЗНЕСА	
Орлова С.А., Каширкина Н. Н. Анализ и оценка преимуществ и недостатков инвестиций в недвижимость	128
Кузнецова И.В., Татаркина Д. С. Необходимость в оценке стоимости на предприятии	134
Соболева Ю.П., Скулова М.В. Стратегический альянс – перспективная форма интеграции бизнеса	141
ANNOTATION	150
Условия публикации	155

ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Орловский государственный институт экономики и торговли» находится в ведении Федерального агентства по образованию, которое, являясь органом исполнительной власти Российской Федерации, по отношению к институту выполняет функции учредителя.

История ОрелГИЭТ берет свое начало в 1961 г., когда в г. Орле был открыт УПК Заочного института советской торговли с целью организации учебного процесса для студентов заочников из Орловской, Брянской, Смоленской, Курской, Белгородской, Калужской, Тульской областей. В феврале 1975 г. приказом ректора ЗИСТА Орловский УПК был преобразован в территориальный факультет, а спустя десять лет – в филиал. На его базе в 1991 г. был открыт Орловский коммерческий институт. Приказом Министерства экономического развития и торговли от 20.08.03 г. № 268 Орловский коммерческий институт был переименован в Орловский государственный институт экономики и торговли - ОрелГИЭТ.



ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли» имеет государственную аккредитацию и лицензию на право ведения образовательной деятельности, выдает дипломы государственного образца. В настоящее время в составе института 8 факультетов, 18 кафедр, магистратура, аспирантура, около 300 человек профессорско-преподавательского состава, более 5,5 тыс. студентов, которые обучаются на очном и заочном отделениях.

Имеется два благоустроенных студенческих общежития, столовая на 450 посадочных мест, студенческое кафе, здравпункт, спортзал, тренажерный зал, библиотека с четырьмя читальными залами, доступ в Internet. Компьютерные классы оснащены персональными компьютерами последнего поколения.

ОрелГИЭТ является ведущим интегрированным учебным заведением в области экономики, финансов, бухгалтерского учета и аудита, менеджмента, маркетинга, товароведения и экспертизы товаров, коммерции, рекламы и технологии общественного питания. Выпускники института имеют широкий диапазон трудоустройства: промышленные и торговые предприятия всех форм собственности, предприятия массового питания, государственные контролирующие органы (налоговые органы, контрольно-ревизионные управления Министерства финансов и областных администраций, управления Федерального Казначейства, Таможенная служба), финансово-кредитные учреждения, аудиторские фирмы, частные предприятия, организации судебно-бухгалтерской экспертизы.



В 2011 г. система менеджмента ОрелГИЭТ была сертифицирована на соответствие международному стандарту качества ИСО 9001:2008 (IQNet)!

В настоящее время ОрелГИЭТ реализует образовательные программы высшего, среднего, послевузовского (аспирантура, докторантура) и дополнительного профессионального образования (подготовка к поступлению в вуз, профессиональная переподготовка и повышение квалификации).

ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ

перечень направлений подготовки бакалавриата (4 года)

№ п/п	Наименование направления	Наименование профиля	Вступительные испытания
030000 Гуманитарные науки			
1.	031600 Реклама и связи с общественностью	- реклама и связи с общественностью в отрасли	Русский язык Обществознание История
040000 Социальные науки			
2.	040400 Социальная работа	- социальная работа на предприятиях различных видов деятельности, и форм собственности	Русский язык История Обществознание
080000 Экономика и управление			
3.	080100 Экономика	- мировая экономика	Русский язык Математика Обществознание
		- финансы и кредит	
		- экономика предприятий и организаций	
		- бухгалтерский учет, анализ и аудит	
4.	080200 Менеджмент	- управление малым бизнесом	Русский язык Математика Обществознание
		- менеджмент организации	
5.	080400 Управление персоналом	- управление персоналом организации	Русский язык Математика Обществознание
		- аудит и контроллинг персонала	
6.	080500 Бизнес-информатика	- электронный бизнес	Русский язык Математика Обществознание
100000 Сфера обслуживания			
7.	100400 Туризм	- технология и организация туроператорских и турагентских услуг	Русский язык История Обществознание
8.	100700 Торговое дело	- коммерция	Русский язык Математика Обществознание
		- маркетинг	
9.	100800 Товароведение	- товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности	Русский язык Математика Обществознание
		- товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле	
220000 Автоматика и управление			
10.	222000 Инноватика	- инноватика предприятий и бизнеса	Русский язык Математика Физика
260000 Технология продовольственных продуктов и потребительских товаров			
11.	260800 Технология продукции и организация общественного питания	- технология организации ресторанного дела	Русский язык Математика Физика

ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ

перечень направлений подготовки магистратуры (2 года)

№ п/п	Код	Направление
1	2	3
1.	031600	Реклама и связи с общественностью
2.	080100	Экономика
3.	080200	Менеджмент
4.	080300	Финансы и кредит
5.	080400	Управление персоналом
6.	081100	Государственное и муниципальное управление
7.	081200	Государственный аудит
8.	100700	Торговое дело
9.	100800	Товароведение
10.	260800	Технология продукции и организация общественного питания

перечень направлений подготовки среднего профессионального образования

№№ п/п	Код ОП	Наименование ОП	Вступительные испытания	Срок обучения
1	2	3	4	5
1.	080110	Банковское дело	Русский язык Математика	2 года 10 месяцев
2.	080114	Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)	Русский язык Математика	2 года 10 месяцев
3.	100701	Коммерция (по отраслям)	Русский язык Математика	2 года 10 месяцев
4.	100801	Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров	Русский язык Математика	2 года 10 месяцев
5.	260807	Технология продукции общественного питания	Русский язык Математика	3 года 10 месяцев

перечень направлений подготовки начального профессионального образования

№№ п/п	Наименование направления	Вступительные испытания	Срок обучения
1	2	3	4
1.	100114 Официант, бармен	Русский язык Математика	10 месяцев

ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ



ОрелГИЭТ с 2007 г. издает журнал «Вестник ОрелГИЭТ», который является регулярным научным изданием, выпускаемым с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации. Периодичность издания – 1 раз в квартал.

В журнале публикуются результаты исследований ученых по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания.

«Вестник ОрелГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Журнал входит в «Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых

должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук», рекомендованных ВАК Минобробразования России

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Подписка во всех отделениях связи по каталогу УФПС РФ «Пресса России»
- индекс **36888**

Свидетельство о регистрации:
ПИ № ФС 77-27832 от 16 апреля 2007 г.

Учредитель:
ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Издатель:
ГОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Адрес учредителя журнала:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 43-51-63
E-mail: ogiet@ogiet.ru

Адрес редакции:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 43-40-95
E-mail: rio@ogiet.ru; orelgiet@yandex.ru



ОРЛОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ



ОрелГИЭТ с 2010 г. издает альманах «Научные записки ОрелГИЭТ», который является регулярным научным изданием, выпускаемым с целью поддержки научно-исследовательской работы молодых ученых.

Альманах издается под эгидой Совета молодых ученых и специалистов Орел ГИЭТ при поддержке Ассоциации общественных объединений «Общественная палата Орловской области».

В журнале публикуются результаты исследований ученых по экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством, бухгалтерскому учету, статистике, товароведению пищевых продуктов и технологии продуктов общественного питания, истории, психологии и педагогике и т.д.

Периодичность издания – 2 раза в год.

Альманах «Научные записки ОрелГИЭТ» адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по различным направлениям науки.

Свидетельство о регистрации: ПИ № ФС 77-39504 от 22 апреля 2010 г.

Учредитель: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Адрес учредителя:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 43-51-63
Сайт: <http://www.orelgiet.ru/>
E-mail: orelgiet@yandex.ru

Издатель: ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»

Адрес редакции:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 43-40-95
Сайт: <http://www.orelgiet.ru/>
E-mail: almanah-ogiet@mail.ru

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)



УДК 334.788.2

И.Г. Паршутина, Е.М. Самородова

**МИРОВОЙ ОПЫТ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ
ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННЫХ ПАЛАТ
КАК СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Торгово-промышленные палаты – это членские организации, представляющие собой деловые объединения, включающие предприятия и граждан, занимающихся предпринимательской деятельностью. Палаты выполняют важные функции по содействию развитию бизнеса, в том числе оказание помощи во внешнеэкономической сфере, воздействуют на формирование экономической политики государства.

Ключевые слова: торгово-промышленная палата, региональная Торгово-промышленная палата, национальная торгово-промышленная палата, Международная торговая палата, бизнес, предпринимательство, внешнеэкономическая деятельность.

История становления и развития торгово-промышленных палат развитых стран насчитывает более четырехсот лет и связана с формированием капиталистического способа производства. Разложение феодального способа хозяйствования, проявившегося в развитии торговли и промышленности, имело следствием усиление конкуренции между товаропроизводителями, развитие капиталистических отношений, основанных на личном интересе и свободе выбора. Великие географические открытия, развитие путей сообщения, революция цен в Европе, промышленная революция на протяжении достаточно длительно временного отрезка создавали глобальные предпосылки развитию рыночных отношений и активизации не только внутренней, но и международной торговли. Усложнение экономических условий, формирование межгосударственных связей и отношений серьезно сказывались на положении отдельных предпринимателей, ставили их в условия высокой неопределенности внешней среды функционирования и ведения бизнеса. Желание снизить неопределенность, минимизировать риски, упрочить свое положение привело предпринимателей к необходимости объединения для защиты своих интересов. Защита интересов предпринимательского сектора не рассматривалась как единственная задача подобных объединений. Организации системы получения своевременной информации о рыночной ситуации и об экономической политике власти рассматривались как главные подфункции этой основной задачи. Наиболее отдаленные предшественники современных палат – это средневековые европейские корпорации и купеческие гильдии. Они не имели национальной основы и концентрировались в главных торговых центрах. Эти организации опирались исключительно на собственные силы, создавались купцами для защиты и регулирования процессов торговли и отношений обмена, являлись самоуправляющимися структурами. Купеческие гильдии организовывали обмен товарами, определяли и контролировали веса и

измерения, руководили арбитражными советами и управляли портами и рынками.

Происхождение современных торгово-промышленных палат не имеет единого корня. Претензии на первенство в создании первых торговых палат делят между собой такие европейские государства, как Германия, Бельгия и Франция. Свое первенство Германия обосновывает многовековой историей Ганзейского союза, в рамках которого была организована система международной торговли, охватившая территориально пространства от Лондона до Новгорода. В союз входили города Германской империи либо города, населённые немецкими гражданами (бюргерами), имеющие автономное городское управление и собственные законы (Любекское право или аналогичные местные правовые нормы). Членами Ганзы в разное время были более 200 больших и малых городов, расположенных главным образом в бассейне Северного и Балтийского морей. Для выработки общих правил и законов ведения торговли представители городов регулярно собирались на съезды в Любеке. Ганзейские купцы и компании пользовались определенными правами и привилегиями. В неганзейских городах существовали представительства и филиалы Ганзы («конторы»), крупнейшие из которых были в Брюгге, Бергене, Новгороде и Лондоне.

Организатором первой в мире палаты считает себя Бельгия. В основе её претензий на первенство – указ 1485 года эрцгерцога Максимилиана о создании в Антверпене первой бельгийской торговой палаты. Последняя представляла непосредственно торговые интересы и просуществовала чуть меньше года, не накопив существенного опыта практической деятельности.

Франция, претендуя на звание организатора первой палаты, ссылается на опыт функционирования Марсельской торговой палаты, созданной в 1599 году и заложившей основу государственной и континентальной современной модели торговых палат. Марсельская торговая палата на протяжении 413-летней своей истории не прерывала своей деятельности и накопила колоссальный опыт, став образцом для организации деятельности для торгово-промышленных палат многих стран. Франция, таким образом, по существу, оформила идею института торгово-промышленных палат и на протяжении длительного периода была единственной страной, реализовавшей подобную систему содействия предпринимательской деятельности.

Мировой практике известны три основные организационно-правовые формы построения торгово-промышленных палат: континентальная модель, англосаксонская модель и смешанная модель.

1. Континентальная модель. Эта организационно-правовая форма построения предполагает, что палаты создаются на базе специального национального законодательства, определяющего задачи и цели палат, их роль в экономической и политической жизни общества, накладывающего на них выполнение ряда административных функций. Законодательно устанавливаются требования, выполнение которых для предпринимателя, чтобы получить членство в палате, являются обязательными. Закон о палатах предписывает обязательное членство

для всех лиц, занятых собственным делом, и юридических субъектов, имеющих право руководить бизнесом на относящейся к палате территории, а также регулярный и обязательный взнос в местную палату. Благодаря этим процедурам государству удастся добиваться прозрачности ведения бизнеса. Потенциальный зарубежный партнер всегда может получить полную, а главное достоверную, информацию о членах палаты. Другой правовой особенностью континентальной модели является правило региональной области действия, которое гарантирует, что существует одна палата в каждом большом городе или в районе [6]. Закон о палатах регламентирует процедуру создания палат как корпораций предпринимателей в рамках публичного права. Это дает возможность правительству делегировать торгово-промышленным палатам в социально-хозяйственной сфере ряд административных и управленческих функции - образование, регистрация бизнеса, сертификация, аккредитация, выдача различных торговых документов и др. Таким образом, палаты становятся самоуправляемыми органами, на которые возложена государственная ответственность в соответствии с политикой децентрализации и общественного участия. При этом деятельность палаты подлежит государственному контролю.

В рамках континентальной модели палаты имеют, в большинстве случаев, консультативный статус при правительствах и местных органах власти. В ряде стран законом предполагается, что палаты имеют свои представительства в органах государственной власти, а правительственные органы обязаны консультироваться с палатами по поводу принятия тех или иных экономических решений, перед введением законов, подзаконных актов или инструкций. Подобные обстоятельства гарантируют привлечение к экспертизе и принятия окончательного решения предпринимательского сектора.

Континентальная модель характерна для торгово-промышленных палат Франции, Германии, Италии, Австрии, Финляндии, Нидерландов, Испании, Турции, Венгрии, Словении, Алжира, Египта, Мексики и некоторых других стран. Характерным примером организации и деятельности торгово-промышленных палат по континентальной модели является Торгово-промышленная палата Германии. После объединения Германии (1990 год) здесь насчитывается 83 торгово-промышленные палаты, в качестве головной организации которых выступает Федерация Германских торгово-промышленных палат, представляющая интересы бизнеса на федеральном уровне, а также по отношению к ЕС и международным организациям. Торгово-промышленные палаты Германии - публично-правовые корпорации, участие в которых, согласно закону, обязательно для всех предпринимателей. Исключения составляют ремесленники и лица, занимающиеся сходными с ремеслом промыслами, которые объединяются в ремесленные палаты, построенные на тех же организационных принципах, что и торгово-промышленные палаты. Членство в торгово-промышленных палатах Германии обязательно также для филиалов предприятий с местонахождением вне соответствующего региона, а также для зарубежных предприятий. Принцип обязательности вхождения в состав торгово-промышленных палат соответствует общепринятой практике дея-

тельности палат в Германии, что закреплено Федеральным конституционным судом, обеспечивает независимость и финансовую основу существования палат, объединяет предприятия всех отраслей и организационно-правовых форм, представляющих весь спектр предпринимательской деятельности. В составе западногерманских торгово-промышленных палат насчитывается в общей сложности около 2,15 миллионов предприятий.

Финансирование деятельности торгово-промышленных палат в рамках континентальной модели обеспечивается за счет обязательных взносов предприятий-членов. Размер взноса зависит от уровня производительности и рентабельности предприятия-члена и определяется по соответствующей шкале.

Торгово-промышленные палаты Германии являются публично-правовыми самоуправляющимися организациями, ставящими перед собой задачу представления общих интересов частного бизнеса в рамках своего региона и оказания широко спектра услуг предприятиям-членам. Территориальный принцип организации деятельности палат позволяет охватить всю территорию Германии с учетом региональных и отраслевых особенностей немецкой экономики. Торгово-промышленные палаты Германии подлежат надзору со стороны государства, которое контролирует правовой аспект их деятельности, вмешивается в их деятельность в случае нарушения палатами действующего законодательства. В кадровом, финансовом и организационном отношении палаты полностью независимы от государства. Основные функции, выполняемые торгово-промышленными палатами Германии, следующие:

- выступают в качестве постоянных экспертов в работе судов и административных органов;
- участвуют в ведении Торгового реестра, а также следят за соблюдением межфирменного права;
- проводят экспертизу торговых правил и обычаев, внедрения на рынках торговых марок;
- дают оценку платежеспособности предприятий для получения кредитов;
- в судебных производствах в их функции входит подготовка предписанного законом заключения о возможностях предотвращения банкротства;
- осуществляют информационное и справочное обслуживание;
- обеспечивают консультирование частного бизнеса по инновационным проблемам и др.;
- выполняют административные функции: работа согласительных органов по разрешению споров в сфере конкуренции, подготовка многочисленных правовых экспертиз изделий и т.д.;
- предоставляют предприятиям консультационные услуги по вопросам внешнеэкономической деятельности;
- оформление свидетельств о происхождении товара,
- оформление коммерческих счетов и справок для внешнеэкономических связей.

Торгово-промышленные палаты через свою головную организацию Федерацию Германских торгово-промышленных палат оказывают влияние на эко-

номическую политику правительства. Мнение палат запрашивается и учитывается при подготовке связанных с экономикой проектов законов или постановлений как федеральными министерствами, разрабатывающими соответствующий проект, так и комиссиями бундестага [6].

Другим примером формирования торгово-промышленных палат по континентальной организационно-правовой модели является французский опыт. Французская модель формирования торгово-промышленных палат характеризуется обязательным членством и наличием специального Закона о палатах, который определяет их статус и задачи. Закон обязывает все предприятия Франции, перечисленные в торговом реестре, быть членами Торгово-промышленной палаты. Французская национальная палата – корпорация в рамках публичного права, представляющая 183 палаты и приблизительно 1,7 млн. компаний.

Для системы французских торгово-промышленных палат характерна трехъярусная структура, включающая местные торгово-промышленные палаты, охватывающие определенные географические зоны, региональные палаты, национальный центральный орган – Собрание французских торгово-промышленных палат, - членами которого являются местные и региональные палаты. Члены палаты выбирают делегатов, так называемых номинальных членов, которые образуют «chamber» (палату) или Пленарное собрание. Пленарное собрание включает также делегатов от ассоциаций работодателей, профсоюзов и государственной администрации, права которых ограничены совещательными функциями. Только номинальные члены имеют право определять политику палаты, голосовать за бюджет или выбирать Президента палаты и других исполнительных лиц. Президент палаты избирается каждые три года из числа членов. В отличие от Германии, Пленарное собрание не выбирает Генерального секретаря палаты, который назначается Президентом.

Финансирование деятельности французских торгово-промышленных палат осуществляется за счет специальных налогов, взимаемых государственными налоговыми инспекциями и направляемых в торгово-промышленные палаты. Выделяют два типа налогов, за счет которых финансируется деятельность палат. Во-первых, это дополнительный сбор на налог на торговлю, и, во-вторых, налог на обучение, исчисляемый до 1% фонда заработной платы, который платят все фирмы с 10 и более работниками.

К континентальной модели торгово-промышленных палат относятся также торгово-промышленные палаты Италии, функционирующие на основе общественного (публичного) права. Их деятельность регламентируется национальным законодательством. Для торгово-промышленных палат Италии характерно требование обязательного членства для всех субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность. Палаты создаются на основе законодательных актов на административных территориях. Административными территориями являются провинции, в рамках которых создаются палаты. На территории одной провинции наличие более одной палаты не допускается. Провинции включаются в области (районы). Для всех физических и юридических лиц, осуществляющих на территории провинции торговую и коммерческую дея-

тельность, законом установлена ежегодная перерегистрация в палате, без которой невозможно осуществление промышленной и торговой деятельности. Являясь организациями публичного права, территориальные палаты не имеют устава, их деятельность регулируется законодательством, министерскими декретами и инструкциями.

Среди многочисленных видов деятельности итальянских палат следует особо выделить функции, вытекающие из публичного права их функционирования:

- нормативная функция - формирование регламентов, планов, создание норм и изучение местных обычаев и традиций и т.д.;
- функция планирования - выработка планов развития коммун, сохранения и восстановления лесных насаждений и т.д.;
- функция административной охраны - решение споров между пользователями оптовых складов и депонентами по вопросам тарифов, обжалованием решений биржевой депутации и др.;
- полицейская функция - применение санкций в случае нелегальной посреднической деятельности, публикации списков опротестованных векселей и т.п.

Кроме перечисленных, палаты Италии реализуют функции развития трудового, промышленного, торгового, сельскохозяйственного и морского права, пересмотра традиций и обычаев, ведут наблюдение за использованием нормативной базы в промышленности, сельском хозяйстве, торговле и ремесленничестве.

Содействие внешнеэкономической деятельности итальянских предприятий и фирм территориальные палаты Италии осуществляют через координацию программ по стимулированию экспорта, реализуемых различными частными и государственными предприятиями и ассоциациями, а также оказывают различного рода информационные и консультационные услуги предприятиям, не только впервые выходящим на мировые рынки, но и имеющим достаточно прочные внешнеэкономические связи. При решении вопросов внешнеторговой деятельности итальянские палаты решают следующие задачи:

- предоставление информации о наличии в стране определенных товаров и необходимости изменения таможенных пошлин;
- формулировка рекомендаций по выдаче внешнеторговых лицензий в соответствующие государственные органы;
- осуществление сбора информации по внешнеторговому законодательству других стран;
- исследование конъюнктуры внешних рынков;
- публикуют каталоги отечественных импортеров и экспортеров Италии и т.п.

Руководящими органами торговых палат Италии являются:

- Президент палаты, назначаемый Министром промышленности, торговли и ремесел и являющийся представителем этого Министерства;
- Джунта, состоящая из местных представителей промышленности, торговли, сельского хозяйства, морского дела (для прибрежных палат) и ремеслен-

ничества, назначаемых префектом по согласованию с Министерством промышленности, торговли, ремесел, а также с Министерством сельского хозяйства;

– Генеральный секретарь, назначаемый Президентом палаты для организации текущей деятельностью палаты и руководства аппаратом.

Территориальные палаты Италии объединены в Союз итальянских торговых палат промышленности, сельского хозяйства и ремесел (Unioncamere) – добровольное объединение торгово-промышленных, сельскохозяйственных и ремесленных палат провинций Италии, Ассессората промышленности, торговли, ремесел и транспорта автономной области Валь-д'Аоста, а также итальянских торговых палат за рубежом. Высшим органом Союза торговых палат является Годовое собрание (Ассамблея) представителей торговых палат Италии, которая решает следующие задачи:

- формирует информационную службу палат;
- осуществляет дополнительное финансирование палат;
- управляет общим фондом провинциальных палат;
- содействует развитию внешнеэкономических связей итальянских торговых палат с торговыми палатами других стран и т.п.

Основными положениями испанского законодательства в области регулирования деятельности торгово-промышленных палат являются: делегирование им со стороны автономных сообществ, выступающих от имени государства, ограниченных административных полномочий; обязательность членства компаний и отдельных предпринимателей в их составе; частичное финансирование бюджета за счет специальных налогов и др.

2. Англосаксонская или американская модель построения торгово-промышленных палат. В отличие от континентальной модели, в англосаксонской модели отсутствует специальное законодательство, регулирующее деятельность палат. Торгово-промышленные палаты создаются и функционируют в соответствии с частноправовыми актами, на основе устава, разрабатываемого членами палаты, и на условиях, определяемых деловыми кругами того или иного региона, исходя из потребностей развития торгово-промышленной активности в регионе. Палаты, основываясь на нормах гражданского и торгового права, должны придерживаться местных законов объединения, где они зарегистрированы. Поскольку палаты по англосаксонской модели не регулируются специальным законом и при отсутствии делегированных государственных функций не подлежат специальному государственному контролю, они рассматриваются как палаты, основанные на частном праве. Сфера деятельности палаты государством не регулируется, палаты пользуются полной самостоятельностью и независимостью в реализации своей деятельности. В англосаксонской модели членство предприятий и фирм не является обязательным и носит добровольный характер, в отличие от континентальной модели. Как следствие, база членства обычно меньше и не обязательно включает все предприятия в данном регионе. Согласно англосаксонской модели палаты действуют на конкурентной основе. Это порождает ряд проблем. Во-первых, свобода объединений может привести

к возникновению неограниченного и нерегулируемого количества палат. Во-вторых, в отдельных регионах торгово-промышленные палаты, представляющие интересы бизнеса, могут отсутствовать [6].

Англосаксонская или американская модель построения торгово-промышленных палат существует в Англии, США, Канаде, Бельгии, Австралии, Норвегии, Польше, Швеции, Швейцарии, Дании, Индии, некоторых странах Латинской Америки, Африки, Юго-Восточной Азии и ряде других стран.

Родиной англосаксонской модели организации торгово-промышленных палат считается Великобритания. Здесь палаты представляют собой союзы предпринимателей, не зависящие от государства. Первая английская палата была основана в 1768 году. Британские торговые палаты отличаются от большинства европейских палат отсутствием специальной законодательной базы, регламентирующей их деятельность. Финансирование деятельности этих общественных объединений предпринимателей осуществляется за счет членских взносов предприятий-членов палаты. Деятельность британских палат осуществляется на основе Закона о компаниях 1985 г. Членство в палате – на добровольной основе. Вступление в члены торговой палаты обязывает предпринимателей внести вступительный взнос и ежегодно оплачивать членские взносы.

Британские торговые палаты реализуют функцию свободных посредников между предпринимателями, с одной стороны, и правительственными учреждениями и парламентом, с другой. При обсуждении законопроектов и подготовке ходатайств о предоставлении различного рода привилегий и льгот торговые палаты имеют гораздо большее влияние, нежели некоторые парламентские комиссии. Благодаря палатам формулируется некоторая общая позиция предпринимателей по вопросам экономической политики, оказывающая влияние на решение вопросов производства и торговли. Палаты взаимодействуют с Министерством торговли и промышленности по проблемам торгового оборота, с Министерством иностранных дел и ведомствами бывших колоний - по вопросам открытия собственных представительств или смешанных палат для содействия развитию внешнеэкономических связей.

Структура управления британских палат предполагает, что каждая палата имеет Комитет, называемый Советом или Правлением и избираемый сроком на 3 года. Наряду с выборными членами в Комитет приглашают членов парламента, представителей союзов и других лиц.

Одной из крупнейших британских торговых палат является Лондонская торгово-промышленная палата, в состав которой входит порядка трех тысяч компаний Лондона. Основные направления деятельности Лондонской торгово-промышленной палаты:

- мониторинг состояния экономики города, позволяющий отслеживать неблагоприятные тенденции и своевременно предпринимать защитные меры;
- лоббирование интересов деловых кругов Лондона на местном, региональном и правительственном уровнях;
- формирование общественного мнения в поддержку предпринимателей - членов палаты и др.;

- организация курсов подготовки и переподготовки по маркетингу, технологиям продаж, менеджменту, финансам;
- оформление экспортную и импортную документацию;
- консультации по таможенным и торговым процедурам - законодательству в области экспорта и импорта, таможенным пошлинам, торговым соглашениям, обеспечивающим преференции, лицензирование, платежи и другие документы;
- экспертные оценки конъюнктуры зарубежных рынков;
- консультации и оказание содействия предпринимателям по развитию внешнеэкономических связей;
- сбор, обработка и предоставление предпринимателям информации о кредитных рейтингах, финансовых отчетах, товарах, важнейших бизнес-публикациях;
- информирование о зарубежных торговых выставках, ярмарках, деловых зарубежных партнерах в Великобритании и за рубежом, о проведении деловых семинаров по проблемам европейского законодательства, международной торговле, бизнес-планированию;
- обеспечение доступа к базам данных, деловой библиотеке, научных исследованиях и т.д.

Другим ярко выраженным примером организации палат на основе публичного права являются торгово-промышленные палаты США, которые признаются обществом основой национальной экономики. Деятельность торгово-промышленных палат США не регулируется специальным законом о палатах, в отличие от континентальной модели. В США членство в палатах добровольное. Отдельные палаты определяют вхождение в организацию своими уставами.

Специфической особенностью американских палат является ограниченное число членов, когда небольшая группа предпринимателей, объединенная в одну маленькую палату, отстаивает интересы именно этой группы, не ставя перед собой задачу решения более глобальных проблем предпринимательства. В настоящее время в США действуют около пяти тысяч торговых палат. Большое количество палат компенсируется их немногочисленностью. Ограниченное число членов палаты порождает проблему источников финансирования их деятельности, что приводит к необходимости установления больших членских взносов для предприятий-членов палаты. Высокие членские взносы служат серьезным барьером для вступления в эти объединения предпринимателей представителей малого бизнеса. Существенной чертой деятельности американских торговых палат является их активное влияние на законодательство и управление штата.

Деятельность торгово-промышленных палат США определяется их Уставом. Местные торговые палаты и палаты штатов могут свободно учреждать свои собственные уставы в соответствии с местными и федеральными законами и законами штатов. Наиболее важным органом торгово-промышленных палат

США является Совет директоров. Непременное условие его работы - присутствие в его составе представителей всех отраслей промышленности.

В США торговые палаты извлекают доход из двух главных источников: добровольные членские взносы и доходы от услуг, предоставляемых членам.

Региональные торговые палаты и палаты штатов являются членами Торговой палаты США. Торговая палата США — крупнейшая в мире некоммерческая лоббистская организация, представляющая интересы широких деловых кругов и ассоциаций США. В составе палаты более 300 000 членов, 3 000 региональных палат и палат штатов, аффилированных с Торговой палатой США, более 90 Американских торговых палат за рубежом. По утверждению палаты, 96% её членов — представители малого бизнеса.

Среди важнейших вопросов, которыми занимается палата:

- поддержка реформы иммиграционного законодательства;
- поддержка реформы социального обеспечения;
- поддержка шельфовой добычи нефти;
- поддержка развития атомной энергетики;
- поддержка накопительного медицинского страхования;
- поддержка свободы торговли и глобализации;
- противодействие усилению налоговой нагрузки на бизнес и др.

При этом главное внимание в деятельности Торговой палаты США уделяется оказанию услуг предпринимателям, в том числе обеспечению их необходимой информацией, защите их интересов, лоббированию предпринимательских программ и проектов в органах власти.

Континентальная и англосаксонская модели представляют два противоположных полюса в системе палат. Системы палат в большинстве стран можно классифицировать как одну из этих двух моделей. Однако существует несколько стран, чьи системы палат объединяют характеристики обеих этих моделей. Эти гибридные модели будут рассматриваться как смешанные.

3. Смешанная модель построения торгово-промышленных палат характеризуется чертами как континентальной, так и англосаксонской модели. В рамках построения торгово-промышленных палат по смешанной модели совмещается наличие специального законодательства о палатах, территориальной принадлежности к своему региону, делегирование палатам части государственных функций, добровольное членство для всех или отдельных категорий предпринимателей. Палаты создаются путем принятия законодательных актов, устанавливающих их общие цели и задачи, но основные функции палат и их организационные структуры определяют уставы палат.

Смешанная модель построения торгово-промышленных палат характерна для торгово-промышленных палат Японии, Таиланда, ряда стран Юго-Восточной Азии. В качестве примера гибридной модели палат рассмотрим деятельность торгово-промышленных палат Японии.

Особенностью японских торгово-промышленных палат является сочетание традиционного опыта и отдельных элементов англосаксонской модели. Де-

тельность японских торгово-промышленных палат регулируется специальным законом - Актом о торговых палатах. Закон определяет следующие отличительные признаки палат:

- правовой признак - статус общественного права, когда национальная палата имеет право законодательной инициативы (местные палаты такого права не имеют);
- территориальный принцип - в каждом городе может находиться только одна торгово-промышленная палата;
- многосекторность - членами палат могут быть большие и малые предприятия из различных секторов экономики;
- политическая и коммерческая нейтральность - палаты не должны заниматься политической и коммерческой деятельностью;
- условие вступления в палату добровольное;
- принцип внутренней организации - независимость, самоуправляемость.

На сегодняшний день каждый японский крупный город имеет свою торгово-промышленную палату, членом которой может стать любой хозяйствующий субъект, независимо от масштабов ведения бизнеса.

Основными органами торгово-промышленных палат Японии являются: Президент - должностное лицо, которое представляет палату и руководит всей ее деятельностью; Директор-распорядитель, контролирующий и выполняющий программы палаты; Общее собрание делегатов, являющееся высшим органом японских палат, состоит из делегатов, избранных из числа членов (коммерсантов и промышленников). Работа палат контролируется Министерством международной торговли и промышленности Японии. Источниками дохода японских торгово-промышленных палат являются членские взносы, плата за оказываемые услуги, а также государственные субсидии.

Центральной организацией местных торгово-промышленных палат является Японская торгово-промышленная палата, при которой действуют комитеты - в них проводятся исследования, осуществляется контроль за выполнением принятых решений и подготовка предложений правительству страны.

Японская торгово-промышленная палата представляет, в первую очередь, интересы мелких и средних предприятий, и реализует следующие функции:

- поиск партнеров в международной торговле, инвестициях и технологическом сотрудничестве;
- проведение инвестиционных семинаров;
- публикация бюллетеней;
- консультации по налоговым и финансовым вопросам;
- сбор и анализ информации;
- оказание консалтинговых услуг и т.п.

Японская торгово-промышленная палата ежегодно получает свыше 15000 деловых предложений и распространяет их среди своих членов.

Практика функционирования торгово-промышленных палат Японии является примером организации палат по смешанной модели азиатского типа.

Другим вариантом смешанной модели является евразийская модель, основными чертами которой являются следующие:

- организация деятельности на основе общественного права;
- наличие местных палат, охватывающих своей деятельностью определенный экономический район или город, и национальной палаты, распространяющей своё влияние на всю национальную территорию;
- иерархия палат, когда местные палаты являются членами национальной;
- делегирование палатам части государственных функций;
- добровольное членство предприятий и фирм;
- самоуправление на основе Устава;
- финансовая независимость палат;
- отсутствие контроля со стороны государства.

Евразийская модель - последняя в эволюции института торгово-промышленных палат. Она вобрала в себя лучшие признаки континентальной и англосаксонской моделей и способна наиболее полно учитывать интересы государства и бизнеса. Именно такая модель палат используется в Российской Федерации.

Истории экономики известна ещё одна модель построения деятельности торгово-промышленных палат, которую можно назвать государственной или командно-административной моделью. Подобная модель реализовывалась бывшими социалистическими странами и была характерна для плановой системы хозяйствования. Управление такими палатами осуществлялось Министерством внешней торговли, деятельность которого основывалась на содействии экспорту государственных предприятий и усилении государственного монополизма во внешнеэкономической деятельности. Сегодня торговые палаты являются государственными органами в Китае, Вьетнаме и ряде других стран.

Список литературы:

1. Дерябина, Н.Н. Место и роль торговых палат в системе объединения предпринимателей. [Текст] / Н.Н. Дерябина // Вестник Государственного университета управления. – 2009. - №23. –С. 143-148.
2. Мантусов, В.Б. Посредничество в мирохозяйственных связях. Сущность, совершенствование методы и формы [Текст]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Мировая экономика» / В.Б. Мантусов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011.- 143 с.
3. Официальный сайт Торгово-промышленной палаты РФ: портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tpprf.ru/ru/about/history/>. Дата обращения 11.01.2013.
4. Официальный сайт Международной торговой палаты: портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.org/id93/index.html>. Дата обращения 15.09.2012.
5. Рудакова, О.В. Новые аспекты конкуренции в условиях глобализации мировой экономики [Текст] / О.В. Рудакова, В.П. Бардовский // Вестник Орёл-ГИЭТ. – 2011. - № 1. – С. 74-80.

б. Самородова, Е.М. Торгово-промышленные палаты и их роль в активизации внешнеэкономической деятельности предприятий и фирм [Текст] / Е.М. Самородова, А.В. Попова // Мировой рынок: проблемы и перспективы российской экономики: монография / под общ. ред. О.В. Рудаковой. - Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2012. – 184 с.

Паршутина Инна Григорьевна

*д.э.н., профессор кафедры товароведения, экспертизы товаров и туризма
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:samorodova733096@mail.ru*

Самородова Елена Михайловна

*к.э.н., доцент кафедры экономической теории мировой экономики
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:samorodova733096@mail.ru*

УДК 331.105

И.Ю. Звонарева, О.В. Рудакова

**СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО
В СИСТЕМЕ ИНТЕРЕСОВ ГОСУДАРСТВА,
СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И НАСЕЛЕНИЯ**

Несомненно, государство играет ведущую роль в процессах перераспределения и особенно в предоставлении и осуществлении социальных гарантий. Существенное место в процессе их предоставления занимает социальная активность бизнеса. Баланс экономической целесообразности и социальной справедливости, лежащий в основе механизма социального партнерства, заключается в удовлетворении интересов трех сторон: государства, субъектов предпринимательства и общества (населения).

Ключевые слова: государство, бизнес-сообщество, общество, социальная политика, социальное партнерство.

Главным субъектом социальной политики является государство, осуществляющее социальную политику. Следует согласиться с тем, что «Будучи важнейшим институтом общества, оно [государство] выступает в качестве «ответственного» за коллективные интересы, реализация которых требует бюджетных ресурсов» [10,69]. Государственная социальная политика – это деятельность государства, ставящая своей целью снижение степени дифференциации доходов, смягчение противоречий между участниками рыночной экономики и предотвращение социальных конфликтов на экономической почве. Социальная политика – одно из главных направлений внутренней политики государства, призванное обеспечить стабильность общественной системы. Государство обязано создавать благоприятные условия для безопасной и благополучной жизнедеятельности людей, обеспечивая экономический рост и социальную

устойчивость общества. основополагающим документом, регулирующим основы социальной политики, является Конвенция МОТ 1962 г. № 117 «Об основных целях и нормах социальной политики». В ней записано: «Государству необходимо принимать все меры для обеспечения жизненного уровня, включая пищу, одежду, жилье, медицинское обслуживание и социальное обеспечение, а также образование, которые необходимы для поддержания здоровья и благосостояния независимых производителей и наемных работников, и их семей» [5]. Социальная политика государства, создающая в процессе своего осуществления эффективную систему социальной защиты населения, является одним из важных вопросов, без решения которого невозможно создать гармоничную рыночную экономику и достичь благополучия во всех сферах общества. Сегодня социальная защита населения является необходимым элементом функционирования любого достаточно развитого государства. Независимо от форм собственности любое общество, находящееся на определенном уровне развития, должно гарантировать своим гражданам возможность получения жизненно важных социальных благ. «Всеобщая декларация прав человека», принятая резолюцией 217 А(III) Генеральной Ассамблеей ООН от 10 декабря 1948 года, провозгласила в статье 25: «Каждый человек имеет право на такой жизненный уровень, включая пищу, одежду, жилище, медицинский уход и необходимое социальное обслуживание, который необходим для поддержания здоровья и благосостояния его самого и его семьи, и право на обеспечение на случай безработицы, болезни, инвалидности, вдовства, наступления старости или иного случая утраты средств к существованию по не зависящим от него обстоятельствам» [2].

Несомненно, государство играет ведущую роль в процессах перераспределения и, особенно, в предоставлении и осуществлении социальных гарантий. Однако государство не является единственным субъектом социальных гарантий. Существенное место в процессе их предоставления занимает социальная активность бизнеса. Деятельность бизнеса прямо сказывается на состоянии социальных проблем, т.к. прибыль предприятий является источником прямых налогов и социальных взносов. Кроме того, политика предприятий оказывает непосредственное влияние на занятость, заработную плату и уровень социального обеспечения своих работников. Сегодня в мире все большее и большее распространение получает концепция социально ответственного бизнеса (КСО). КСО прочно вошла в корпоративное управление в США и Канаде еще в 50-60-х гг. прошлого века. В Европе КСО официально оформилось на Лиссабонском европейском саммите в марте 2000 года, а также когда Европейская комиссия опубликовала так называемую «Зелёную книгу о КСО». Корпоративная социальная ответственность (КСО) - концепция интеграции заботы о социальном и экологическом развитии в бизнес-операциях компаний, во взаимодействии со своими акционерами и внешней средой. Сущность концепции социальной ответственности бизнеса в том, что бизнес, основной целью которого является получение прибыли, должен стремиться к достижению стабильности в обществе и социальной защищенности его членов. Польза от социально ответственного бизнеса для общества очевидна. Основная проблема заключается в

том, насколько выгодна самому бизнесу деятельность подобного рода. Деятельность компаний по КСО носит сугубо добровольный характер. Однако в мир бизнеса пришло понимание того, что быть социально ответственными в современном мире необходимо, а главное, - выгодно. Грамотно вложенные в социальные программы средства являются реальной помощью обществу и приносят пользу и самому бизнесу (укрепление репутации и имиджа компании, рост инвестиционной привлекательности, повышение качества управления бизнесом).

В настоящее время во всем мире происходит оценка социальной ответственности бизнес-сообщества перед населением. В различных странах разрабатываются модели социальной ответственности: государства перед обществом, собственника (администрации) перед трудовым коллективом. Баланс экономической целесообразности и социальной справедливости, лежащий в основе механизма социального партнерства, заключается в удовлетворении интересов трех сторон: государства, субъектов предпринимательства и общества (населения). Однако опыт показывает, что достижение указанного баланса возможно только при условии взаимной заинтересованности сторон в достижении конечного результата. При этом, хотя участники процесса и признают необходимость поиска компромиссного решения, их социальные и экономические цели различны. По этой причине при обеспечении социального партнерства оказывается весьма существенной роль государства. Как показывает в своем исследовании А.В. Молчанов, эта роль сводится к формированию нормативно-правовой базы, регламентирующей правила и процедуры форм социального партнерства и определяющей правовое положение его участников [7,9].

После вступления в силу Трудового кодекса в 2002 г. интерес к институту социального партнерства со стороны государства в России усилился. Это событие обусловило значимость социально-трудовой сферы в экономике. При этом, следует отметить, что процессы, происходящие в этой сфере, важны не только для обеспечения эффективной работы субъектов предпринимательства, но и для экономики страны в целом (табл. 1). При этом механизмом, способным обеспечить рост экономической эффективности на разных уровнях экономики при реализации принципов социального партнерства, оказывается экономическая заинтересованность и ответственность субъекта, вступающего в партнерские отношения. Такая ответственность может быть как естественной, присущей субъекту хозяйствования по его экономической природе, так и искусственной, реализуемой, например, через механизм формирования фондов оплаты труда и находящей свое экономическое выражение в форме доли в доходе предприятия. При этом, реализация принципов социального партнерства должна происходить на уровне отдельно взятого хозяйствующего субъекта.

Социальная политика сегодня должна быть направлена, прежде всего, на преодоление бедности, которая приняла массовые масштабы, а также смягчение значительной дифференциации в доходах и потреблении богатых и бедных. Таким образом, можно сделать вывод, что высокая социальная дифференциация общества, резкое расслоение населения по уровню достатка и качеству жизни, присущие нашей стране сегодня, формируют условия для роста соци-

ального недовольства в обществе, выступают атрибутом социальной напряженности.

Таблица 1 - Социально-экономические интересы государства, субъектов предпринимательства и наемных работников [1,7]

Формы заинтересованности	Естественная заинтересованность	Искусственная заинтересованность	Результат синтеза естественной и искусственной заинтересованности
Субъекты социальной политики и социального партнерства			
Наемные работники	Социальная (в росте заработной платы и других социальных показателей)	Экономическая (в росте доходов предприятия)	Социальная и экономическая заинтересованность и ответственность
Субъекты предпринимательства	Экономическая (в росте прибыли и других доходов предприятия)	Социальная (в росте заработной платы наемных работников)	Социальная и экономическая заинтересованность и ответственность
Государство	Социальная и экономическая	Усиление социальной и экономической ответственности и заинтересованности	Рост заработной платы работников, ВВП, налоговых сборов и наполнения бюджета, обеспечение социальной стабильности в обществе и т.д.

Неготовность российского государства и экономических структур использовать человеческий потенциал высококвалифицированных специалистов наряду с общемировой тенденцией углубления процессов глобализации привели к тому, что начался массовый отток «умов» в те страны, где разрабатываются специальные, хорошо финансируемые программы по привлечению специалистов. Россия превратилась в крупнейшего экспортера не только сырьевых ресурсов, но и человеческого капитала. В данных условиях ключевое значение приобретает создание государства социальной ответственности.

В этих условиях государство, отстаивая интересы граждан и хозяйствующих субъектов своей страны, должно действовать не вопреки глобализации и не в направлении ее подрыва, а за наименее болезненную и по возможности бесконфликтную интеграцию данной страны в эти глобальные процессы. Поэтому роль национального государства может даже возрасти, чтобы наиболее эффективным образом интегрировать свое сообщество в мировое [12,31].

Социальная ответственность государства подразумевает сознательное отношение государства как субъекта социально-экономических отношений к требованиям социальной необходимости, деятельность по определению наиболее серьезных социальных проблем, представляющих угрозу национальной безопасности страны) и путей их возможного решения, четкое осознание последствий принимаемых решений и реализуемой деятельности для отдельных индивидуумов, социальных групп и общества в целом.

Включение России в процессы глобализации, приоритетное воздействие человеческого капитала на развитие общества на пути к постиндустриальной экономике обусловило повышение ответственности государства за его формирование и использование. Государство как выразитель собственных интересов общества ориентировано на удержание и развитие человеческого потенциала в

рамках национальных границ, а также формирование условий для привлечения и использования иностранного потенциала. В связи с этим, государственные инвестиции в социальное обеспечение, сохранение общедоступности релевантной информации за счет развития массового образования, обеспечение высокого уровня и качества жизни выступают неотъемлемым элементом конкурентоспособности страны в контексте удержания и привлечения человеческого капитала и трансформируются конкурентным рынком в развитие инновационной и высокотехнологичной сферы.

Список литературы:

1. Большухина, И.С. Проблемы и опыт реализации социального партнерства в современной России [Текст] / И.С. Большухина // Проблемы современной экономики. – 2001. - № 3(19). – С. 5-9.
2. Всеобщая декларация прав человека [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.un.org/russian/events/humanrights/2007/udhr60flyer>. Дата обращения: 24.08.2012.
3. Генкин, А. Система экономических интересов и социальная гармония [Текст] / А. Генкин // Вопросы экономики. – 1993. – № 6. – С. 145-149.
4. Григорьев, Л. Модернизация через коалиции [Текст] / Л. Григорьев, В. Тамбовцев // Вопросы экономики. – 2008. - №1. – С. 59-70.
5. Конвенция 117 МОТ «Об основных целях и нормах социальной политики» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ilo.ru/standards/conv/conv117.htm>. Дата обращения: 24.08.2012.
6. Концепция национальной безопасности Российской Федерации [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.scrf.gov.ru/documents/1.html>. Дата обращения: 24.08.2012.
7. Молчанов, А.В. Социальное партнерство как эффективный способ поддержания оптимального баланса интересов работодателей и работников / А.В. Молчанов // Кадры предприятия. - 2006. - №3. - С. 3-12.
8. Мусин, М. Проблема согласования интересов [Текст] / М. Мусин // Экономист. – 2005. - №5. – С. 54-58.
9. Прохожев, А.А. Теория развития и безопасности человека и общества [Текст] / А.А. Прохожев. – М.: Ин-октаво, 2006. – 384 с.
10. Рубинштейн, А. Стратегия «социального императива» [Текст] / А. Рубинштейн // Вопросы экономики. – 2008. - №3. – С. 63-70.
11. Рудакова, О.В. Повышение уровня жизни населения как условие обеспечения экономической безопасности: монография [Текст] / О.В. Рудакова, Н.Н. Шатунова. - СПб: ИНФО-ДА, 2008. – 204 с.
12. Симония, Н. Глобализация и неравномерность развития // Постиндустриальный мир и Россия / Отв. ред. В.Г.Хорос, В.А.Красильщиков. - М.: УРСС, 2000. – 310 с.

Звонарева Ирина Юрьевна
магистрант кафедры менеджмента
Орловского государственного института экономики и торговли
т: 89103056427

Рудакова Ольга Викторовна

*д.э.н., профессор кафедры экономической теории и мировой экономики
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: rudakova@hotmail.ru*

УДК 658.841

Н.И. Лыгина, О.А. Лебедева, О.Н. Козьявкина

MYSTERY SHOPPING – НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ В КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЕ КОМПАНИЙ

В статье рассматриваются подходы к оценке качества обслуживания потребителей различными компаниями

Ключевые слова: качество обслуживания, тайный покупатель, клиент компании, потенциальные покупатели, решение о покупке

В конкурентной борьбе российских компаний все большее значение придается качеству обслуживания. Подсчитано, что затраты на привлечение нового клиента в 8 раз превышают расходы на удержание уже имеющегося, а один недовольный клиент рассказывает о негативном опыте десятерым. Так как же выявить слабые звенья среди персонала?

Для ответа на этот вопрос на помощь владельцам бизнеса приходит технология Mystery Shopping, или Тайный покупатель.

Тайный покупатель — это маркетинговое исследование, задачей которого является оценка деятельности служб продаж и сервиса фирмы методом посещения её торгового зала или офиса «тайными покупателями» (шопперами), которые растворяются в массе реальных клиентов.

Специально обученные агенты, использующие методы включённого наблюдения и экспертной оценки, непосредственно контактируют с торговым персоналом и могут совершать реальные покупки. Тайные покупатели с помощью специальных сценариев вскрывают проблемы компании и доставляют заказчику информацию, которая обладает высокой степенью достоверности и непредвзятости. Посетив магазин или фирму, они фиксируют собранную информацию и передают ее на аналитическую обработку.

Несколько простых примеров из повседневной жизни доказывают необходимость распространения технологии Mystery shopping. Покупатель приходит в магазин и делает покупку. Вскоре он обнаруживает, что товар некачественный. При попытке возврата покупатель сталкивается с негативным отношением и на вопрос: «В какие сроки мне вернут деньги?», — не получает ответа. Более того, продавец отказывается отправлять товар на экспертизу, а на вопрос: «Могу ли я поговорить с директором?» - отвечает отказом. Покупатели нередко сталкиваются с откровенным хамством со стороны продавцов.

Допустим, человек решил купить в подарок галстук в дорогом магазине. Когда покупатель вошел в бутик, охранник и менеджер-консультант смерили его взглядом полным презрения. Похоже, он не соответствовал статусу их клиента из-за своего внешнего вида — потертые джинсы и майка. В итоге покупателю хватило лишь презрительных взглядов сотрудников, чтобы он отправился

в другой vip-магазин и купил там галстук.

Немного статистики:

26 из 27 неудовлетворённых покупателей дешёвых товаров не высказывают продавцу своего недовольства, однако 63% из них никогда больше не делают покупок у данного продавца;

45% покупателей, испытывающих трудности с дешёвым сервисом, не жалуются, но 45% из них уже не возвращаются никогда.

Цифры также указывают и на профессиональную компетенцию торгового персонала:

35% продавцов не умеют продавать, не обладают информацией о товаре, его качестве либо «не хотят» рассказывать об этом покупателю;

28% — умеют продавать, но мотивации к тому, чтобы они работали эффективно, недостаточно;

17% — это состоявшиеся продавцы, имеющие хорошие продажи;

11% — «потенциальные» продавцы (работают короткий срок);

9% — «случайные» или «временные» (продавцы, которые рассматривают свою работу как временную) [1].

На основе данной статистике можно сделать вывод о необходимости использования Mystery Shopping, который в своем современном виде полезен не только для единовременного контроля. Он позволяет «держат в тонусе» сотрудников постоянно, поскольку те знают, что проверить их могут в любую минуту. К тому же он дает возможность отслеживать рост профессионализма персонала от проверки к проверке.

Технология Mystery Shopping была изобретена в США. Еще в начале 1970-х годов прошлого века супермаркеты и торговые сети стали практиковать анонимные контрольные покупки, чтобы получить наиболее точное представление о том, как ведется обслуживание клиентов в магазине. Затем эта практика распространилась на все виды ритейла и сервисов.

На сегодняшний день «штирлицы» регулярно предоставляют отчеты для ресторанов и гостиниц, фитнес-центров, транспортных компаний и банков — всего порядка 85% всех компаний в мире используют эту технологию для того, чтобы остаться на плаву. Например, после того, как 2002 г. закончился для McDonald's с отрицательным салдо, корпорация прибегла к помощи «таинственных покупателей». В результате в меню компании появились блюда с национальными мотивами и легкие овощные салаты.

На сегодняшний день во всем мире эта технология считается одним из самых эффективных инструментов по повышению уровня сервиса, причем чаще всего за рубежом предоставлением данной услуги занимаются десятки специализированных агентств, объединившихся в Международную ассоциацию компаний-поставщиков программы «Таинственный покупатель» (MSPA). Сегодня в MSPA 150 членов, в том числе четыре агентства из России.

В Советском Союзе тоже были свои тайные шопперы, только в их роли выступали не обычные покупатели, а сотрудники ОБХСС (Отдела борьбы с хищениями социалистической собственности) и торговой инспекции, которые

проводили контрольные закупки, а затем предъявляли красные «корочки», вызывая сердечные приступы у продавщиц и заведующих магазинов. Еще один «совковый» метод – жалобная книга. Однако, как показывает практика, он дает минимальный эффект, поскольку лишь один из 27 недовольных покупателей выражает намерение сделать в нее запись. Большинство же просто больше никогда не возвращаются в эту торговую точку или сервисный пункт.

Mystery Shopping в России как профессиональный инструмент только начинает входить в обиход. По оценкам экспертов, первые полноценные программы Mystery Shopping появились в России не более двух-трех лет назад. Сейчас словосочетание, бывшее абсолютно незнакомым для большинства маркетологов, стало модным. В связи с этим компания IT Monitoring решила узнать, насколько актуальна услуга Mystery Shopping для российских фирм.

Были собраны экспертные мнения директоров по маркетингу, HR-специалистов, менеджеров по контролю качества обслуживания и других экспертов из более 200 фирм-производителей, дистрибуторов и ритейлеров. Почти 88% экспертов подтвердили, что именно высокое качество обслуживания является определяющей характеристикой для продвижения компании на рынке. Однако лишь в 41,2% случаев контролем над качеством обслуживания занимаются разные отделы компаний, в 25,5% случаев – это HR-служба, специализированные отделы есть у 15,7% компаний. О наличии такого метода, как Mystery Shopping так или иначе слышали практически все респонденты, зато о существовании профессиональных ассоциаций в этой области не знают более 79% из них.

Рассмотрим этапы проекта Mystery Shopping.

1. Постановка целей - существует несколько основных задач, которые решаются с помощью MS:

«Позвони и все поймешь» - оценка взаимодействия клиента с сотрудниками компании по телефону: возникло ли желание воспользоваться товарами/услугами после разговора с представителем компании.

«Визит в компанию» - оценка реального качества обслуживания при визите клиента в компанию.

«Соблюдение стандартов обслуживания» - проверка соблюдения персоналом первой линии принятых в компании технологий и стандартов взаимодействия с клиентами.

«Вы на фоне конкурентов» - сравнительный анализ привлекательности конкурентов для фактических клиентов компании. Расчет индекса привлекательности компании. Тайный покупатель при этом не имеет информации, кто является заказчиком исследования.

«Легко ли «найти» Вашу компанию» - оценка доступности информации о компании, её товарах/услугах, качества заочного взаимодействия с персоналом. Качество и доступность информации оценивает Тайный покупатель.

«Честность персонала» - проверка честности персонала как в отношении Клиентов в ходе обслуживания, так и в отношении компании.

«Web покупатель» - все больше людей ищут необходимую информацию о

товарах и услугах через Интернет. И далее, основываясь на этой информации и впечатлениях, сформированных после общения с сайтом, принимают решения о покупке. Легко ли найти сайт компании, удобно и быстро ли возможно получить необходимую информацию оценивает Тайный покупатель [2].

2. Подбор и инструктаж тайных покупателей – существует несколько типов тайных покупателей:

Покупатели – специалисты в отрасли. Это люди, работающие в данной отрасли не менее 3-х лет, хорошо знающие специфику проверяемого товара или услуги. С их помощью оптимально проверять персонал на знание продукта, умение отвечать на сложные вопросы по продукту

Покупатели – специалисты по продажам. Это профессиональные «продажники», обладающие необходимыми навыками продаж схожих товаров или услуг. С их помощью оптимально проверять владение персоналом навыками продаж, умение работать со сложными клиентами, в нестандартных ситуациях.

Потенциальные покупатели – представители целевой аудитории компании. Это специально подготовленные посетители из числа уже существующих или потенциальных клиентов компании. Для исследования подбираются тайные покупатели так, чтобы они ничем не отличались от обычно приходящих посетителей в торговый зал или отдел продаж. Этот тип тайных покупателей подходит для большинства видов проверок, особенно для сравнения с конкурентами [5].

3. Сбор полученной информации – в зависимости от сферы деятельности предприятия, тайных покупателей обращают внимание на те или иные параметры.

Автомобильная отрасль.

Не секрет, что часто решение о покупке того или иного автомобиля принимается после звонка / посещения дилерского центра, а решение о покупке следующего автомобиля – в зависимости от уровня удовлетворенности послепродажным обслуживанием.

Существует еще множество решений, принимаемых автовладельцами, оказывающих прямое влияние на продажи автомобилей и пользование услугами сервисных центров, а соответственно и на их доходность. Многие из этих решений принимаются по результатам взаимодействия с представителями сотрудников дилерских центров – сотрудников отдела продаж автомобилей, запасных частей, мастеров приемщиков и т.д.

В данной отрасли тайные Покупатели позволяют улучшить качество обслуживания клиентов посредством решения следующих задач:

- оценка качества послепродажного обслуживания (в том числе с предоставлением автомобилей для проведения определенных сервисных работ);
- оценка качества работы отдела продаж;
- выявление предложений неоригинальных запасных частей/комплектующих;
- изучение наличия и сроков поставки автомобилей и запасных частей;

- изучение уровня цен на автомобили и запасные части;
- изучение подхода и размеров предлагаемых скидок и бонусов.

Банковская сфера.

Относительно невысокий опыт населения в категории финансовых услуг, растущая конкуренция, изменения приоритетов в продуктовых линейках банков делают еще более значимым обеспечение высочайшего качества обслуживания клиентов.

Специально для банков проводятся исследования с целью отслеживания того, насколько сотрудники соответствующих отделений банков следуют установленным инструкциям /правилам (как при взаимодействии с физическими, так и с юридическими лицами), насколько они компетентны в специфических вопросах касательно банковских продуктов, а также для осуществления сравнения продуктов конкурентов по различным линиям бизнеса (кредитные продукты, депозитные продукты, РКО и т.д.).

Относительно низкий уровень осведомленности населения о страховых услугах, постоянно появляющиеся новые изменения в существующих страховых продуктах, увеличивающаяся конкуренция делают чрезвычайно важной задачей обеспечение стабильно высокого качества взаимодействия с клиентами, включая как профессиональные коммуникации, так и знание страховых продуктов и их особенностей.

Типичными задачами исследований с использованием метода «Тайный покупатель» для страховых кампаний являются:

- оценка качества взаимодействия с клиентами (как своих подразделений, так и отделений конкурентов как физических лиц, так и юридических), включая работу с возражениями;
- оценка уровня знания страховых продуктов специалистами компаний;
- сравнение предлагаемых продуктов по линиям бизнеса / продуктовые мониторинги.

Розничные сети.

Каким бы продуманным и совершенным ни был бы торговый центр или отдельно стоящий магазин, значительное влияние на его посещаемость оказывает персонал: продавцы, кассиры, менеджеры категорий и т.д. Наличие блестящих правил обслуживания клиентов и тренинги не гарантируют их выполнения.

При проведении исследований с использованием метода «Тайный покупатель» оцениваются следующие параметры:

- оценка качества взаимодействия персонала с покупателями (продавцы, кассиры, охрана и т.д.);
- соответствие выкладки продукции установленным правилам;
- интерьер и экстерьер торговой точки;
- внешний вид персонала.

Качество обслуживания клиентов определяет, вернутся ли они еще раз в соответствующее кафе, ресторан или гостиницу, а также станут ли они посто-

янными клиентами.

Оцениваются такие параметры, как приветствие посетителей при входе, время ожидания меню (в случае, если оно отсутствует на столе в зависимости от правил сети), информирование о специальных предложениях, рекомендация зала для курящих / некурящих, знание меню, чем занимаются официанты в перерывах между подачей еды/напитков/уборкой со стола, наличие пустых неубранных столов и т.д.

Кроме того, могут фиксироваться данные о наличии рекламных материалов, количестве свободных столов, количестве обслуживающего персонала и т.д. [3].

4. Обработка результатов оценки и формулирование выводов – полученная информация позволяет:

- определить требования клиентов к стандартам обслуживания;
- оценить, выполняются ли в должной мере принятые в организации стандарты обслуживания;
- обозначить сильные стороны обслуживания;
- понять, насколько хорошо персонал знает ассортимент реализуемых товаров и предоставляемых услуг;
- оценить добросовестность персонала и его лояльность к компании;
- повысить заинтересованность сотрудников в улучшении качества обслуживания;
- вычислить индекс качества обслуживания;
- организациям, в которых проводятся тренинги, Mystery Shopping позволяет определить их эффективность. Также перед проведением тренинга мониторинг Mystery Shopping позволит выделить конкретные задачи для развития;
- определить конкурентные преимущества компании среди организаций, предоставляющих аналогичные услуги;
- по результатам проведения метода Mystery Shopping возможна выработка стратегий PR-акций [4].

Метод оценки «Таинственный покупатель» крайне востребован сегодня, когда потребитель требует большего уровня сервиса и имеет достаточно большой выбор. В условиях, когда торговые сети находятся в непрекращающейся борьбе за каждого клиента, «Таинственный покупатель» является именно тем незаменимым инструментом, который позволяет осуществлять оперативный мониторинг качества обслуживания на местах продаж.

Список литературы:

1. Исследование «Таинственный Покупатель» (mystery shopping) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cka.ru>. Дата обращения 10.06.2012.
2. Клиентский аудит. Тайный покупатель [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bts-piter.ru>. Дата обращения 10.06.2012.
3. Этапы проекта Mystery Shopping [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.mystery-agency.ru>. Дата обращения 10.06.2012.
4. Mystery Shopping (Таинственный покупатель) [Электронный ресурс] –

Режим доступа: <http://yarconsultant.ru>. Дата обращения 14.06.2012.

5. Mystery shopping (тайный покупатель, таинственный покупатель) в Самаре [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.makmark.ru>. Дата обращения 22.06.2012.

Лыгина Нина Ивановна

*д.э.н., профессор заведующая кафедрой маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:marketing-ogiet@mail.ru*

Лебедева Ольга Александровна

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:marketing-ogiet@mail.ru*

Козявкина Ольга Николаевна

*студентка 4 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
т: 86202728620*

УДК 338.5:[338.45:658.8]

Е.Е. Семенова, Н.В. Пьянова

ЦЕНОВЫЕ АСПЕКТЫ В ПРОМЫШЛЕННОМ МАРКЕТИНГЕ

Маркетинговая стратегия компании на современном промышленном рынке формируется под влиянием множества факторов и на основе огромного количества маркетинговой информации (исследование промышленных покупателей и их предпочтений, экспертиза ситуации в отрасли и т.д.). Избранная стратегия воплощается в ценовой политике компании и отражается на ее финансовом положении.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, маркетинговая информация, позиционирование, конкурентоспособность, технологии производства, инновационные возможности, дифференцированные цены, конъюнктура рынка.

Несмотря на то, что в большинстве случаев цена на промышленном рынке (особенно на промышленном рынке ППТН) не является решающим мотивом, определяющим принятие положительного решения о покупке, тем не менее она имеет большое значение для маркетинговой стратегии компании. В первую очередь ценовая стратегия является важнейшей составляющей маркетинговой стратегии позиционирования и определяет ценовое поведение компании в долгосрочной перспективе. Для того чтобы определить основные принципы ценового поведения, промышленная компания должна в целом определить вид конкуренции, в которой она будет участвовать на рынке конечного потребления:

ценовой (акцент на низкую цену, которой соответствует невысокий уровень качества, сервиса, дополнительных услуг и т.п.) или неценовой (качество и сервис достаточно высокого уровня, продажа продукта сопровождается комплексом взаимосвязанных услуг и взаимодополняющих продуктов, цена высокая). На это решение влияют как внутренние резервы (способности) компании (ее внутренняя среда, включая имеющиеся ресурсы и компетенции), так и состояние внешней среды (особенности спроса, конкуренции, институциональные факторы и т.п.) (рис. 1).



Рисунок 1 - Факторы формирования маркетинговой стратегии

К внутренним факторам, оказывающим влияние на формирование маркетинговой стратегии позиционирования (в том числе ценового), относятся технологические, ресурсные и организационные возможности компании (табл. 1).

В промышленном маркетинге позиционирование осуществляется обычно по качеству и цене. Для промышленной продукции качество – определяющий фактор конкурентоспособности, следовательно, уровень качества можно заложить в основу выбора маркетинговой стратегии позиционирования компании. Дополнительным фактором, влияющим на выбор маркетинговой стратегии, является способность фирмы к адаптации своего решения к требованиям индивидуальных промышленных покупателей. Если фирма производит только стандартные продукты, то степень адаптации низкая, требуется массовое производство и конкурентоспособность зависит от объемов производства и цен. Если же фирма имеет гибкую производственную технологию и способна перенастраивать производственный процесс и персонал на производство широкого спектра нестандартных продуктов, то степень адаптации такой компании можно охарактеризовать как высокую.

Таблица 1- Основные внутренние факторы, влияющие на выбор маркетинговой стратегии позиционирования компании

Внутренние способности компании	Характеристика
Технологические способности	Ноу-хау Технологии производства Инновационные возможности
Ресурсы	Финансовые возможности Стоимость и качество входящего сырья, материалов, комплектующих Трудовые ресурсы (стоимость, квалификация; Информационные ресурсы
Организационные способности в сфере деловых операций	Организация общей системы управления (планирование, контроль, мотивация) организация производства; организация сбыта и маркетинга; организация логистики и т.п.

Таким образом, уровень качества и адаптивные способности фирмы по удовлетворению спроса отдельных промышленных покупателей определяют выбор компанией маркетинговой стратегии позиционирования (табл. 2).

Таблица 2 - Факторы выбора маркетингового позиционирования

Адаптационные способности компании	Качество продукта	
	низкое	высокое
Низкий уровень	Стратегия низкой цены	Стратегия высокой цены
Высокий уровень	Стратегия адаптации к потребителю	Стратегия совместного развития

В свою очередь, выбор маркетинговой стратегии позиционирования для промышленной фирмы определяет вид конкуренции, в котором она будет участвовать, и соответственно ценовую стратегию компании на рынке.

Вид конкуренции, в которой готова участвовать компания, и текущие задачи, которые она решает в настоящий момент, определяют ее подход к формированию цен. При выборе и реализации ценовой стратегии следует иметь в виду, что низкие цены выгодны только конечному потребителю. Поэтому многие успешные компании стараются продавать продукт по максимально возможной цене. Для удержания высокой цены вводятся постоянные модификации базового продукта и снимаются с производства устаревшие модели, помимо этого, вводятся новые услуги. Иногда повышение цен стимулируют посредники, если скидки для них установлены в процентах [1].

Не рассматривая в этой статье подробно все типы ценовых стратегий, заметим, что для промышленных рынков актуальны такие хорошо известные, классические стратегии, как «снятие сливок» (высокая цена на инновационный товар), стратегия средней цены (получение прибыли как долгосрочная полити-

ка), демпинг (цена ниже издержек производства и реализации для вытеснения с рынка конкурентов). Можно также выделить стратегию дифференцированных цен (разные цены для разных сегментов и разных покупателей) и стратегию единых цен.

Стратегия единых цен, к которой всё чаще прибегают компании на промышленном рынке, предполагает использование единых розничных цен и единой системы скидок на определенные объемы закупок. Таким образом, покупателю гарантируют, что, у кого бы он ни покупал товар, цена на его объемы закупок будет одна и та же. Внедрение единой ценовой стратегии (политики) сопровождается серьезным сопротивлением оптового звена и ведет к разрыву отношений с посредниками, которые не выполняют требований к соблюдению единой цены. Естественно, на начальном этапе это снижает объемы продаж, однако практика показывает, что после наведения порядка, обороты компании растут и превышают тот уровень, который был до введения единых цен. В целом выбор и установление оптимальной цены – серьезная проблема для любой компании, независимо от того, на какой принцип конкуренции ориентирована ее маркетинговая стратегия. Когда речь заходит об определении цены на конкретный продукт, возникает множество вариантов решения этой задачи. В основе цены любого продукта лежит себестоимость его производства и реализации, а также размер прибыли. В дальнейшем на конечную цену может повлиять множество факторов: качество товара, соотношение спроса и предложения, конкуренция (ценовая и неценовая), объем и условия поставок, взаимоотношения между продавцом и покупателем, состояние денежной сферы, определяемое покупательной способностью и движением валютных курсов и др. Влияние каждого фактора в определенный момент времени может иметь разную силу. Поэтому ценовая стратегия должна адаптироваться к изменениям рынка. Значит ли это, что цена должна постоянно меняться?

Есть продукты, цены на которые напрямую зависят от рыночной конъюнктуры или состояния денежной сферы (например, сырье). На готовую продукцию цены обычно менее подвижны, что приветствуется потребителем. Серьезность производителя и его лояльность к покупателям часто определяются ценовым поведением, поэтому многие компании стараются держать цены на постоянном уровне как можно дольше, однако далеко не все могут себе это позволить [3].

Среди методов ценообразования следует выделить основные: затратные методы; ориентированные на конкурентов; ориентированные на спрос; маркетинговые. На практике используется сочетание этих методов, причем опыт работы с российскими предприятиями и фирмами показывает, что до сих пор многие из них используют именно затратный метод или сочетание затратного метода с ориентацией на конкурентов.

В первом случае фирма подсчитывает свои издержки и добавляет к ним нормативную прибыль, необходимую для существования и дальнейшего разви-

тия. Уровень цен конкурентов не имеет особого значения. Если конечная цена получается ниже, чем у конкурентов, то фирма делает это своим конкурентным преимуществом и другие элементы маркетингового комплекса (marketingmix) практически не развиваются. Если же цена получается выше, то фирма, как правило, начинает дополнять свои изделия услугами или развивать другие элементы маркетингового комплекса – качество продукта, способы его продвижения и распределения, чтобы обосновать в глазах потребителя более высокий уровень цен. Во втором случае фирма подсчитывает свои затраты, добавляет к ним нормальную прибыль, необходимую для развития. Затем эта цена сравнивается с ценой конкурентов и корректируется в ту или иную сторону. Поскольку величина постоянных издержек на единицу продукции зависит от объема выпуска, который изменяется в зависимости от уровня цены товара, единичные издержки являются переменной составляющей. В случае затратного метода ценообразования повышение цены на продукцию зачастую уменьшает прибыль компании.

Менее популярен метод ценообразования, ориентированный на спрос. В этом варианте цена устанавливается с учетом спроса и предложения, т.е. уровня дефицита продукта на рынке. Этот метод предполагает, что фирма очень хорошо знает и точно прогнозирует изменение конъюнктуры рынка, может использовать возможности конъюнктурных колебаний и гибко манипулировать ценой. Маркетинговый подход к ценообразованию пока нечасто встречается в практике отечественных компаний. Его концепция прямо противоположна затратному методу ценообразования. В этом случае производитель сначала определяет цену, по которой конечный потребитель в состоянии купить данный продукт, а затем принимаются решения по технологии его производства, комплектации, транспортной логистике и пр., соответствующие установленным ценовым границам. Этот метод выбирают компании, ориентированные на клиента [2].

Разговор о роли цены на промышленном рынке можно проиллюстрировать результатами одного из экспертных опросов, проведенных автором. Опрос специалистов – ключевых сотрудников предприятия-автопроизводителя должен был определить факторы конкурентоспособности компании, выпускающей комплектующие для автомобильного рынка. Среди таких факторов, как эффективный маркетинг (знание рынка, быстрая реакция на изменение спроса и активное продвижение), эффективная организация сбыта (дистрибьюторская сеть), широкий и постоянный ассортимент продукции, известность марки (брендинг), система гарантийного обслуживания, организация НИОКР (быстрая разработка и внедрение новых модификаций продукции), на первое место эксперты поставили высокое качество продукта (надежность изделия и низкий процент брака). Цена как фактор конкурентоспособности оказалась на предпоследнем – 8-м месте. Чем можно объяснить такое невнимательное отношение к цене продукта?

Во-первых, еще раз напомним: в мотивации промышленного покупателя

фактор качества всегда доминирует в силу более рационального мышления в процессе покупки. Поэтому цена более важна для посредника, который зарабатывает на разнице цен, чем для конечного потребителя, ориентированного на использование продукта, а значит, на его функциональные характеристики. Последний менее чувствителен к цене (особенно к незначительной разнице цен конкурентов), но чувствителен к качеству, особенно если есть опыт использования продукта. Посредники же иногда вводят производителя в заблуждение, противодействуя повышению цены. Поэтому фирмам-производителям необходимо проводить исследования, которые позволят выяснить реальное отношение конечного потребителя к уровню цен на продукцию. (Наиболее распространены методы качественных исследований: так, для продукции двойного назначения оптимальным методом исследования является фокус-группа, а для промышленной продукции, ориентированной только на рынок B2B, – интервью по специально разработанной схеме).

Во-вторых, на современном рынке используется множество форм трансформации цены товара в процессе покупки: различные виды кредитования, лизинг, отсрочки и т.п. Всё это снижает для промышленного покупателя важность цены по сравнению с другими характеристиками продукции и параметрами сделки. Хотя при этом нельзя упускать из виду, что в конечном итоге только цена на продукцию является непосредственным источником дохода компании.

Список литературы:

1. Андреев, Д.В. Проблемы развития маркетинга в России [Электронный ресурс]/ Д.В. Андреев. – Режим доступа: <http://www.marketing.ru.spb.ru>. Дата обращения 16.08.2012.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. [Текст] / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. Экспресс-курс. 3-е издание./ Пер. с англ. Под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2007. – 480 с.
3. Соловьев, Б.А. Маркетинг [Текст]: учебник/ Б.А. Соловьев. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 383 с.

Семенова Елена Евгеньевна

*к.т.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: dobyelena@yandex.ru*

Пьянова Наталья Викторовна

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: dobyelena@yandex.ru*

УДК 657:339.542

О.Ю. Леонова, Н.А. Лытнева

**МЕТОДИКА УЧЕТА И ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ
ПРИБРЕТЕНИЯ МАТЕРИАЛОВ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ
ПО ВНЕШНЕТОРГОВОМУ КОНТРАКТУ**

Учет приобретения, хранения и использования материалов составляет один из наиболее ответственных участков бухгалтерской работы на предприятии. Усиление контроля за состоянием материально-производственных запасов и их эффективным использованием оказывает существенное влияние на снижение себестоимости продукции и, как следствие, увеличение прибыли от производственной деятельности предприятия.

Ключевые слова: материалы, запасы, право собственности, импорт, контракт, таможенная, сделка, стоимость, платежи, валюта, продажа, покупка

Пунктом 10 ст. 2 Федерального закона от 08.12.2003 N 164-ФЗ "Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности", вступившего в действие с 18 июня 2004 г., оговорено, что импорт товара - это ввоз товара на таможенную территорию Российской Федерации без обязательства об обратном вывозе.

Под товарами, являющимися предметом внешнеторговой деятельности, понимается:

- движимое имущество;
- отнесенные к недвижимому имуществу воздушные, морские суда, суда внутреннего плавания и смешанного плавания и космические объекты;
- электрическая энергия и другие виды энергии.

Определение движимых и недвижимых вещей содержится в ст. 130 Гражданского кодекса РФ. К движимому имуществу кроме непосредственно товаров могут быть отнесены: оборудование, сырье, материалы, комплектующие и т.д.

Государственное регулирование импорта товаров включает в себя:

- лицензирование импорта;
- установление порядка определения таможенной стоимости ввозимых товаров;
- таможенный контроль при ввозе товаров на таможенную территорию Российской Федерации;
- налоговое регулирование.

Постановлением Правительства РФ от 09.06.2005 N 364 "Об утверждении положений о лицензировании в сфере внешней торговли товарами и о формировании и ведении федерального банка выданных лицензий" утверждено Положение о лицензировании в сфере внешней торговли товарами. Согласно Положению лицензирование импорта осуществляется в следующих случаях:

- введение временных количественных ограничений на экспорт или импорт отдельных видов товаров;
- реализация разрешительного порядка экспорта и (или) импорта отдельных видов товаров, которые могут оказать неблагоприятное воздействие на безопасность государства, жизнь или здоровье граждан, имущество физических или юридических лиц, государственное или муниципальное имущество, окружающую среду, жизнь или здоровье животных и растений;
- предоставление исключительного права на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров;
- выполнение Российской Федерацией международных обязательств.

Согласно данному Постановлению Правительства РФ импортеру могут быть выданы следующие виды лицензий:

- разовая лицензия, выдаваемая на основании договора (контракта), предметом которого является импорт отдельного вида товара в определенном количестве, срок действия которой не может превышать 1 года со дня ее выдачи;
- генеральная лицензия, выдаваемая на основании решения Правительства РФ, разрешающая импорт отдельного вида товара в определенном количестве, срок действия которой также не превышает 1 года со дня ее выдачи;
- исключительная лицензия, предоставляющая заявителю исключительно право на импорт отдельного вида товара, определенное соответствующим федеральным законом.

Для получения лицензии заявитель должен представить в лицензирующий орган заявление о предоставлении лицензии, копию договора (в случае получения разовой лицензии), копию свидетельства о постановке на учет в налоговом органе, другие документы, предусмотренные законодательством Российской Федерации.

Международные договоры купли-продажи товаров регулируются Конвенцией Организации Объединенных Наций о договорах международной купли-продажи товаров, которая была подписана в Вене 11 апреля 1980 г. (далее - Конвенция). Продавец обязан поставить товар, передать относящиеся к нему документы и право собственности на товар по требованиям договора и Конвенции (ст. 30 Конвенции).

Покупатель же обязан уплатить цену за товар и принять поставку товара по требованиям договора и Конвенции (ст. 53 Конвенции).

Внешнеторговая операция оформляется контрактом. Главным элементом контракта выступает контрактная стоимость товара, представляющая собой цену сделки, согласно которой формируется покупная стоимость импортных товаров. Контракт является основанием для оформления паспорта импортной сделки.

К первичным документам, отражающим импорт товаров, относят:

- заключенный внешнеэкономический контракт;
- счет иностранного продавца;
- транспортные, экспедиторские, страховые документы (международные авто-, авиа-, железнодорожные накладные, багажные квитанции, коносамент,

страховые полисы и сертификаты и другие документы);

- таможенную декларацию, подтверждающую пересечение товаром таможенной границы Российской Федерации;
- справки об уплате пошлин, сборов;
- складскую документацию (накладные, акты приемки, подтверждающие фактическое поступление товаров на склад импортера);
- техническую документацию.

Переход права собственности.

В силу Положения по бухгалтерскому учету "Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте" ПБУ 3/2006, утвержденного Приказом Минфина России от 27.11.2006 N 154н (далее - ПБУ 3/2006), датой совершения операции в иностранной валюте признается день возникновения у организации права по законодательству Российской Федерации или договору принять к бухгалтерскому учету активы и обязательства, которые являются результатом этой операции.

В момент перехода права собственности на приобретенный по внешне-торговому контракту товар у организации-импортера возникает обязанность отразить этот товар в бухгалтерском учете. В основном, право собственности у приобретателя возникает с момента передачи товара. К передаче приравнивается передача коносамента, поскольку получение этого документа дает право распоряжения товаром.

Продавец и покупатель могут оговорить в контракте любой момент перехода права собственности на товар, например, отгрузку товаров перевозчику, оплату импортных товаров, оформление таможенной декларации, и указанный момент может не совпадать с моментом перехода риска случайной гибели товара. Таких ситуаций нужно избегать, ведь если право собственности на товар перейдет к импортеру на дату оформления таможенной декларации, а риск случайной гибели - в момент сдачи товаров перевозчику и товар погибнет в пути или будет поврежден, покупатель будет обязан выплатить поставщику стоимость товара. Об этом говорится в ст. 66 Конвенции: утрата или повреждение товара после того, как риск перешел на покупателя, не освобождают его от обязанности уплатить цену товара, если только утрата или повреждение не были вызваны действиями или упущениями продавца.

В международной практике момент перехода права собственности обычно связывают с переходом риска случайной гибели или повреждения товаров от продавца к покупателю, но если стороны при заключении внешнеторгового контракта не предусмотрели в нем момент перехода права собственности, он может быть установлен с помощью Международных правил толкования торговых терминов «Инкотермс», которые носят рекомендательный характер. Эти Правила касаются порядка поставки товаров, их страхования, оплаты транспортных расходов, других вопросов, но главным является то, что они регламентируют переход рисков случайной гибели товаров от продавца к покупателю.

Правильное определение момента перехода собственности при ввозе товаров позволит избежать ошибок при отражении на счетах бухгалтерского уче-

та контрактной стоимости товара, курсовых разниц, возникающих в связи с изменением курсов валют по отношению к рублю, транспортных расходов и т.д.

Таможенная стоимость ввозимых товаров и таможенные платежи. К таможенным платежам ст. 318 Таможенного кодекса РФ отнесены:

- ввозная таможенная пошлина;
- вывозная таможенная пошлина;
- НДС, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию Российской Федерации;
- акциз, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию Российской Федерации;
- таможенные сборы.

Согласно ст. 331 Таможенного кодекса РФ таможенные пошлины и налоги уплачиваются в кассу или на счета таможенного органа, причем уплата может производиться по выбору плательщика как в валюте Российской Федерации, так и в иностранной валюте, курс которой котируется Банком России. Пересчет валюты Российской Федерации в иностранную валюту для целей уплаты таможенных пошлин, налогов, исчисленных в валюте Российской Федерации, производится по курсу, действующему на день принятия таможенным органом таможенной декларации, а в случаях, когда обязанность уплаты таможенных пошлин, налогов не связана с подачей таможенной декларации, - на день фактической уплаты.

Объектом обложения таможенными пошлинами, налогами являются товары, перемещаемые через таможенную границу (ст. 322 Таможенного кодекса РФ). Налоговой базой для целей исчисления таможенных пошлин, налогов признаются таможенная стоимость товаров и (или) их количество.

В силу п. 1 ст. 323 Таможенного кодекса РФ таможенная стоимость рассчитывается с помощью методов, установленных законодательством Российской Федерации, и заявляется в таможенный орган при декларировании товаров.

Таможенная стоимость исчисляется в соответствии с Законом РФ от 21.05.1993 N 5003-1 «О таможенном тарифе» (далее - Закон N 5003-1). Методы определения таможенной стоимости установлены ст. 12 Закона N 5003-1:

- по стоимости сделки с ввозимыми товарами;
- по стоимости сделки с идентичными товарами;
- по стоимости сделки с однородными товарами;
- метод вычитания;
- метод сложения;
- резервный метод.

Основным методом определения таможенной стоимости является метод по стоимости сделки с ввозимыми товарами.

В том случае, если основной метод не может быть использован, применяется последовательно каждый из перечисленных методов. При этом следующий метод применяется, если предыдущий не работает. Методы вычитания и сложения стоимости могут применяться в любой последовательности.

Таможенной стоимостью товаров, ввозимых на таможенную территорию Российской Федерации, признается стоимость сделки, т.е. цена, фактически уплаченная или подлежащая уплате за товары при их продаже на экспорт в Российскую Федерацию и дополненная:

1) расходами в размере, в котором они произведены покупателем, но которые не включены в цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате:

– на выплату вознаграждений агенту (посреднику), за исключением вознаграждений, уплачиваемых покупателем своему агенту (посреднику) за оказание услуг, связанных с покупкой товаров;

– на тару, если для таможенных целей она рассматривается как единое целое с товарами;

– на упаковку, включая стоимость упаковочных материалов и работ по упаковке;

2) соответствующим образом распределенной стоимостью следующих товаров и услуг, прямо или косвенно предоставленных покупателем бесплатно или по сниженной цене для использования в связи с производством и продажей на экспорт в Российскую Федерацию оцениваемых товаров, в размере, не включенном в цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате:

– сырья, материалов и комплектующих - составных частей ввозимых товаров;

– инструментов, штампов, форм и других подобных предметов, использованных при производстве ввозимых товаров;

– материалов, израсходованных при производстве ввозимых товаров;

– проектирования, разработки, инженерной, конструкторской работы, дизайна, художественного оформления, чертежей и эскизов, произведенных (выполненных) в любой стране, за исключением Российской Федерации, и необходимых для производства оцениваемых товаров;

3) платежами за использование объектов интеллектуальной собственности (за исключением платежей за право воспроизведения в Российской Федерации), которые относятся к оцениваемым товарам и которые покупатель прямо или косвенно должен уплатить в качестве условия продажи таких товаров, в размере, не включенном в цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате, при условии, что эти платежи относятся только к ввозимым товарам;

4) любой частью дохода, полученного в результате последующей продажи, распоряжения, использования товаров, которая прямо или косвенно причитается продавцу;

5) расходами по перевозке (транспортировке) товаров до аэропорта, морского порта или иного места прибытия товаров на таможенную территорию Российской Федерации;

6) расходами по погрузке, выгрузке или перегрузке товаров и проведению иных операций, связанных с их перевозкой (транспортировкой) до аэропорта, морского порта или иного места прибытия товаров на таможенную территорию Российской Федерации;

7) расходами на страхование в связи с международной перевозкой товаров.

Инструкция о порядке заполнения декларации таможенной стоимости и формы бланков декларации таможенной стоимости (ДТС-1 и ДТС-2) утверждены Приказом ФТС России от 01.08.2006 N 829. При осуществлении платежа в иностранной валюте организация применяет ПБУ 3/2006.

Стоимость имущества, приобретенного организацией-импортером, отражается в бухгалтерском учете в момент перехода права собственности в рублевой оценке по курсу Банка России, который действовал на эту дату, и в дальнейшем не пересчитывается. Пересчету подлежит лишь задолженность перед иностранным поставщиком в рубли по курсу на каждую отчетную дату (дату составления отчетности), а также на дату погашения задолженности. Основным элементом, составляющим фактическую себестоимость импортного товара, является его фактурная или контрактная (договорная) стоимость, указанная в счете (инвойсе), выставленном поставщиком покупателю для оплаты вместе с товаросопроводительными документами.

В бухгалтерском учете на основании документов, подтверждающих факт выполнения своих обязанностей поставщиком в соответствии с условиями поставки, будет отражена фактурная (договорная) стоимость материалов в рублях по курсу ЦБ РФ, установленному на эту дату:

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»	xxx-xx	
	60 «Расчеты с поставщиками»/«Расчеты с поставщиками в иностранной валюте»		xxx-xx xxx
Отражены затраты на приобретение товара в сумме полученной путем пересчета договорной цены, выраженной в иностранной валюте, по курсу ЦБ, установленному на дату исполнения поставщиком обязательств (на дату перехода права собственности). В этой же сумме признано обязательство перед поставщиком, а также указана сумма в иностранной валюте, подлежащая уплате			

Если право собственности переходит к покупателю в тот момент, когда товар находится в пути, в бухгалтерском учете должно быть обеспечено такое отражение операций, чтобы можно было сделать вывод о конкретном местонахождении товара на пути его продвижения от продавца к покупателю. С этой целью открываются аналитические счета, на которых отражаются, например, товары в пути за границей, товары на складах за границей, товары на пограничных станциях и пр.

Следующий вид затрат – это затраты, связанные с доставкой товара покупателю, к ним относятся затраты: на транспортировку, стоимость погрузочно-разгрузочных работ, перевозки, перевалки, расходы по хранению, стоимость услуг экспедиторов, страхование и пр. Такие услуги и работы могут быть предоставлены (выполнены) как на территории иностранных государств, так и на территории Российской Федерации. В связи с этим стоимость работ (услуг) может быть выражена как в иностранной валюте, так и в валюте РФ, стоимость

обязательств организации перед исполнителями будет выражена в иностранной валюте и валюте РФ соответственно. На основании актов и счетов перевозчиков, экспедиторов и пр. в бухгалтерском учете будет отражена стоимость выполненных работ (оказанных услуг). В стоимость работ (услуг), выполненных на территории иностранных государств (например, перевозка по территории иностранного государства), сумма НДС не включается:

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»	xxx-xx	
	60 «Расчеты с поставщиками»/«Расчеты с поставщиками в иностранной валюте»		xxx-xx xxx
Отражены затраты на приобретение товара в сумме полученной путем пересчета стоимости выполненных работ (оказанных услуг), выраженной в иностранной валюте по курсу ЦБ, установленному на дату выполнения работы (оказания услуг). В этой же сумме признано обязательство перед перевозчиком и указана сумма в иностранной валюте, подлежащая уплате			

Выполнение работ (услуг) на территории РФ облагается НДС в соответствии с порядком, установленным НК РФ. В фактическую себестоимость приобретаемых материальных ценностей сумма налога по общему правилу ПБУ 5/01 не включается. Сумма налога учитывается отдельно на специальном счете 19 «НДС по приобретенным ценностям» и в дальнейшем может быть принята к вычету из суммы налогового обязательства в порядке, предусмотренном Налоговым кодексом РФ.

При оформлении ввоза товара организации необходимо провести его сертификацию, лабораторные исследования и т. д. Все эти затраты включаются в фактическую себестоимость приобретаемого товара:

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»	xxx-xx	
	19 «Налог на добавленную стоимость» / «НДС, связанный с приобретением импортных товаров»	xxx-xx	
	60 «Расчеты с поставщиками»/«Расчеты с поставщиками в иностранной валюте»		xxx-xx
Отражены затраты на приобретение товара и НДС, подлежащий уплате в суммах, согласно документам исполнителя. Никаких пересчетов не производится, так как нет актива, стоимость которого выражена в иностранной валюте. Признано обязательство перед исполнителем.			

За ведение паспорта сделки уполномоченному банку уплачивается вознаграждение, данный вид затрат также относится к затратам на приобретение:

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»	xxx-xx	
	19 «Налог на добавленную стоимость» / «НДС, связанный с приобретением импортных товаров»	xxx-xx	
	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»/«Расчеты с уполномоченным банком»		xxx-xx
Отражены затраты на приобретение товара и НДС, подлежащий уплате в суммах, согласно документам банка. Никаких пересчетов не производится, так как нет актива, стоимость которого выражена в иностранной валюте. Признано обязательство перед банком.			

При пересечении таможенной границы импортные товары проходят процедуру таможенного оформления. Декларантом подается грузовая таможенная декларация (ГТД), которая является основным документом, свидетельствующим о ввозе товара, а также документом, в котором определены подлежащие уплате таможенные платежи.

В режиме выпуска для внутреннего потребления, ввезенные на территорию РФ товары, остаются на этой территории без обязательства об их вывозе, приобретают статус свободного обращения после уплаты таможенных пошлин, налогов и соблюдения всех запретов и ограничений, предусмотренных законодательством.

Важным вопросом с точки зрения величины таможенных платежей, а соответственно фактической стоимости приобретения, является определение таможенной стоимости.

Таможенная стоимость ввозимых товаров складывается из:

- цены сделки, фактически уплаченной или подлежащей уплате за ввозимый товар;
- расходов по закупке и доставке до пересечения таможенной границы РФ, если ранее эти расходы не были включены в цену сделки независимо от того, кто нес эти расходы - продавец или покупатель. К таким расходам относятся: стоимость транспортировки, расходы по погрузке, выгрузке, перегрузке и перевалки, страховая сумма, стоимость тары, упаковки и пр.

Таможенная стоимость может превышать фактурную (договорную) стоимость, указанную в инвойсе иностранного поставщика. Таможенная стоимость, заявленная декларантом, должна быть подтверждена соответствующими документами.

Товар, предъявляемый к таможенному оформлению, имеет пять стоимостных оценок, которые указываются в соответствующих графах грузовой таможенной декларации (ГТД):

- фактурная стоимость – графы 22 и 42 ГТД, если ввозится один товар, то суммы, указанные в этих графах, совпадают;

– статистическая стоимость – графа 46 ГТД, обозначена в долларах США;
– таможенная стоимость – определяется на основании цены сделки, с учетом расходов по доставке до места ввоза на территорию РФ, скорректированная на установленные вычеты и доначисления. Таможенная стоимость определяется в рублях по курсу ЦБ РФ на дату подачи декларации. Величина таможенной стоимости указывается в графе 45 ГТД в рублях по курсу ЦБ, установленному на дату принятия ГТД.

Таможенные платежи, подлежащие уплате при оформлении товаров в режиме выпуска для внутреннего потребления, рассчитываются в графе 47 и, как правило, следующие:

– таможенный сбор в рублях 0,1% от таможенной стоимости – код 10;
– таможенный сбор в валюте 0,05% от таможенной стоимости – код 11;
– таможенная пошлина (ставка в зависимости от вида товара в соответствии с ТН ВЭД и вида ставки специфическая/адвалорная/комбинированная) – код 20;
– акцизы (в зависимости от вида подакцизного товара и вида ставки) – код 30;

– НДС (10 или 18%) – код 32;

НДС исчисляется следующим образом:

– по товарам, облагаемым ввозными таможенными пошлинами и акцизами

$$\text{НДС} = (\text{Таможенная стоимость} + \text{таможенная пошлина} + \text{акциз}) \times N / 100\%,$$
 где N-ставка налога;

– по товарам, облагаемым ввозными пошлинами и не облагаемым акцизами

$$\text{НДС} = (\text{Таможенная стоимость} + \text{таможенная пошлина}) \times N / 100\%,$$
 где N-ставка налога;

– по товарам, не облагаемым пошлинами и акцизами

$$\text{НДС} = \text{Таможенная стоимость} \times N / 100\%,$$
 где N-ставка налога.

НДС, уплаченный на таможне, подлежит вычету из суммы налогового обязательства по НДС, если выполняются требования, предусмотренные главой 21 НК РФ.

Таможенные пошлины и сборы за таможенное оформление также включаются в фактическую себестоимость, кроме того, по подакцизным товарам уплачивается в составе таможенных платежей акциз, который включается в фактическую стоимость приобретения:

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»	xxx-xx	
	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»/«Расчеты с таможенной в рублях»		xxx-xx
Суммы, подлежащей к уплате таможенной пошлины, сборов за таможенное оформление, исчисленные в рублях, отражаются в составе затрат на приобретение импортного товара, и признается обязательство по таможенным платежам			
xx.xx.xx	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»	xxx-xx	
	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»/«Расчеты с таможенной в иностранной валюте»		xxx-xx xxx
Подлежащие к уплате сборы за таможенное оформление, исчисленные в иностранной валюте, отражаются в составе затрат на приобретение импортного товара в сумме, полученной путем пересчета по курсу ЦБ, и признается обязательство по таможенным платежам в иностранной валюте			
xx.xx.xx	19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» / «НДС, уплаченный на таможене»	xxx-xx	
	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»/«Расчеты с таможенной в рублях»		xxx-xx
Сумма НДС, подлежащего уплате при ввозе товаров на территорию РФ в составе таможенных платежей отражается на отдельном субсчете, и признается обязательство по таможенным платежам			

Фактическое поступление материалов на склад организации оформляется приходным ордером, на основании которого в бухгалтерском учете делают соответствующие записи:

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	10 «Материалы» или 41 «Товары» (в зависимости от того, какие именно материальные ценности приобретены)	xxx-xx	
	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»		xxx-xx
Отражено фактическое поступление материальных ценностей на склад организации по фактической себестоимости			

Если фактическая себестоимость материалов на момент фактического поступления может быть определена, учетной политикой организации может быть предусмотрен вариант отражения поступивших материалов по фактической себестоимости.

В случае, если обычно на момент поступления фактическая себестоимость еще не может быть определена, организация выбирает вариант отражения факта поступления по учетным ценам, а разница между фактической себестоимостью и учетными ценами отражается как отклонение в стоимости мате-

риалов на счете 16 «Отклонение в стоимости материалов». Если в качестве учетных цен выбрана договорная цена, то сумма отклонений будет представлять собой сумму транспортно-заготовительных расходов организации.

Дата	Счет/субсчет	Дебет (сумма)	Кредит (сумма)
xx.xx.xx	10 «Материалы»	xxx-xx	
	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»		xxx-xx
xx.xx.xx	16 «Отклонения в стоимости материальных ценностей»	xxx-xx	
	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» / «Приобретение материалов по импорту»		xxx-xx
<p>Отражено фактическое поступление материальных ценностей на склад организации по принятым в организации учетным ценам, разница между фактической себестоимостью и учетными ценами отражена как отклонения.</p> <p>Суммы отклонений могут быть отнесены на счет 16 «Отклонения в стоимости материальных ценностей» в конце месяца</p>			

Процессы экономической интеграции на пространстве СНГ идут с разной скоростью и в разных формах. Например, Россия, Беларусь и Казахстан объединились в Таможенный союз. Они активно формируют общую таможенную территорию, унифицируют таможенные правила и порядок взимания косвенных налогов. На основе Таможенного союза создается Евразийский союз с единым политическим, экономическим, военным, таможенным, гуманитарным и культурным пространством. Другие страны СНГ, в том числе Украина, участвуют в процессе экономической интеграции на основе двух- и многосторонних соглашений о свободной торговле. Соответственно, и налоговая сторона операций, осуществленных за рамками ТС, имеет свою специфику.

Взять хотя бы Россию и Украину. В отношении операций, стороны которых «приписаны» к данным странам, не применяются таможенные пошлины, налоги и сборы, имеющие эквивалентное действие на экспорт и/или импорт товаров, происходящих из таможенной территории одной из сторон и предназначенных для таможенной территории другой стороны. Это предусмотрено пунктом 1 статьи 1 Соглашения между правительством РФ и правительством Украины о свободной торговле от 24 июня 1993г. Льгота применяется за исключением товаров, ввозимых на таможенную территорию РФ из Украины и подпадающих под тарифные изъятия из режима свободной торговли товарами. Аналогичные льготы и изъятия их них применяются в отношении других стран СНГ, как входящих, так и не входящих в Таможенный союз, но подписавших многостороннее Соглашение о создании зоны свободной торговли. В состав стран-участниц зоны свободной торговли по новому Соглашению, подписанному в Санкт-Петербурге 18 октября 2011 г. (вместе с «Правилами разрешения споров»), вошли 11 стран:

Азербайджан, Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Молдова, Россия, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Украина.

При ввозе товаров из стран СНГ, не входящих в Таможенный союз, но участвующих в Соглашении о зоне свободной торговли, в общем случае товары, произведенные в том числе в Украине и ввезенные в Россию, не облагаются ввозными таможенными пошлинами. Порядок применения льготы для зоны свободной торговли установлен приказом ГТК России от 25 декабря 2003 г. № 1539 «О предоставлении тарифных преференций».

Льгота по таможенным пошлинам применяется только к тем товарам, которые произведены в стране-участнице Соглашения о зоне свободной торговли. А стало быть, чтобы ею воспользоваться, необходимо подтвердить, что продукция родом именно оттуда, откуда нужно. Страна происхождения товара определяется по специальным Правилам, которые утверждены Решением Совета глав правительств государств СНГ от 30 ноября 2000 г. (далее – Правила).

Так, страной происхождения товара считается государство – участник Соглашения, где товар был полностью произведен или подвергнут достаточной обработке (переработке) (п. 1 Правил). Для подтверждения страны происхождения товара таможенным органам страны ввоза необходимо представлять сертификат о происхождении товара формы СТ-1 (Приложение 2 к Правилам) или декларацию о происхождении товара (п. 10 и 11 Правил). Причем сертификат о происхождении товара формы СТ-1 должен соответствовать определенным требованиям (п. 12 Правил).

При этом нельзя забывать об изъятиях из режима свободной торговли. Россия, например, применяет тарифные ограничения при импорте из Азербайджана, Армении, Украины по сахару, спирту этиловому, табачным изделиям и некоторым другим товарам.

Бухгалтеру трудно самостоятельно уследить за изменениями в перечне таких товаров. Поэтому при планировании и осуществлении импортных сделок со странами СНГ желательно уточнить на таможне, не подпадает ли ввозимый товар под тарифные изъятия из режима свободной торговли, а если подпадает, то какие будут таможенные платежи. Работники таможни должны предоставить информацию о действующих правовых актах и/или дать бесплатную консультацию (ст. 11 ТК ТС).

Импорт в режиме зоны свободной торговли рассмотрим порядок бухгалтерского и налогового учета на примере импортной поставки товара из Украины в Россию.

Будем исходить из того, что таможенную пошлину на товар российская фирма-импортер не уплачивает (п. 6 Приказа ГТК РФ № 1539). Сертификат происхождения (изготовления) товара в Украине у российского импортера имеется и правильно оформлен (п. 10, 11 и 12 Правил). Однако даже в этом случае придется уплатить таможенные сборы за такие операции, как оформление, хранение и сопровождение. В данном случае руководствоваться следует главой 14

Закона от 27 ноября 2010 г. № 311-ФЗ «О таможенном регулировании в Российской Федерации».

Таможенные сборы по своему экономическому смыслу таможенной пошлиной не являются, поскольку они уплачиваются импортером за услуги таможенного органа по таможенной обработке беспошлинного импортного товара.

В налоговом учете такие расходы можно учесть двумя способами: включить в стоимость товара (п. 2 ст. 254 НК) или списать в прочие расходы (подп. 1 п. 1 ст. 264 НК). Право выбора между двумя приведенными вариантами учета предоставляется налогоплательщику. Основание – пункт 4 статьи 252 Налогового кодекса. Согласно данной норме в случае если понесенные затраты могут быть с равными основаниями отнесены к нескольким видам расходов, то налогоплательщик самостоятельно решает, как их учесть. Выбранный способ должен быть закреплен в учетной политике.

В бухгалтерском учете в стоимость товарно-материальных ценностей однозначно включаются только таможенные пошлины (п. 6 ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов»). Про таможенные сборы (услуги таможни) в ПБУ 5/01 ничего не сказано.

С другой стороны, таможенные сборы относятся к так называемым транспортно-заготовительным расходам (далее – ТЗР). Подтверждение этому можно найти в приложении 2 «Примерная номенклатура ТЗР» к приказу Минфина от 28 декабря 2001 г. № 119н «Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов» (далее – Методические указания).

Методические указания позволяют выбрать один из трех способов учета ТЗР (п. 88 Методических указаний):

- включить в стоимость материалов;
- отразить на счете 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»;
- учесть на субсчете «Транспортно-заготовительные расходы» к счету 10 «Материалы».

Из этого правила есть исключение. В том случае если удельный вес ТЗР в стоимости материалов не превышает 10 процентов, то на счет 20 «Основное производство» или на счет 23 «Вспомогательные производства» можно списать всю сумму ТЗР, не включенных в стоимость материалов (п. 88 Методических указаний).

В отношении ТЗР по материальным ценностям, приобретенным специально для перепродажи непосредственно подразделением предприятия, осуществляющим торговую деятельность, установлен специальный порядок учета. В этом случае ТЗР, связанные с их приобретением, учитываются на счете 44 «Расходы на продажу» по субсчету «Коммерческие расходы по товарам» (п. 223 Методических указаний).

Торговые фирмы в налоговом учете ТЗР начисляют в издержки обращения в составе прямых расходов и списывают в расходы пропорционально проданному товару (ст. 320 НК).

Для того чтобы наглядно показать порядок учета импортного товара, разберем его на конкретном примере. Предположим, что товар вывозится из Украины, хотя, в принципе, «учетные» правила будут едиными в отношении товаров, импортируемых из других стран-участниц Соглашения о зоне свободной торговли.

«Импортный» документооборот.

Для правильного и полного учета операций по приобретению импортного товара, в первую очередь, необходимо проанализировать следующие документы:

– Учетная политика организации для бухгалтерского учета и целей налогообложения. Здесь следует обратить внимание на установленные в организации способы учета расходов, возникающих при импортных операциях, а также на порядок учета активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте.

– Договор (контракт) с иностранным контрагентом на поставку товара. Здесь важны условия поставки, способы определения цены товара, способы расчетов за поставляемый товар, набор товаросопроводительных документов.

– Паспорт внешнеторговой сделки. Конкретные требования к оформлению паспорта внешнеторговой сделки и отчетность по ней согласовываются с обслуживающим компанию уполномоченным банком.

– Таможенные декларации, международные транспортные накладные, а при необходимости – лицензии и квоты. Вместе с таможенными декларациями предоставляются сертификаты (по форме СТ-1) или декларации о происхождении товара. Таможенные декларации и сертификаты происхождения товара оформляются поставщиком. Условие о предоставлении сертификатов в составе товаросопроводительных документов может быть включено в текст договора (контракта) на поставку товара. Здесь в первую очередь необходимо убедиться в достоверности сведений, содержащихся в сертификате о стране происхождения товара. Любые сомнения в данном случае нужно устранять с помощью иных документов и сведений, которые только могут быть доступны. Это и запросы к поставщику, и публикации в СМИ о товаре и поставщике и т. д. Без такого рода контроля велики риски неправомерного применения таможенных льгот. Например, в сертификате указана страна происхождения Украина, а в названии и упаковке товара указан известный международный бренд страны дальнего зарубежья («Nestle», например). В таком случае необходимо запросить у поставщика дополнительные сведения о том, что предприятие-изготовитель имеет право (или обязано) использовать этот бренд, но производство товара или его переработка действительно осуществляется на территории Украины.

Какой-либо особой или отдельной отчетности по импортным сделкам составлять не требуется. Отдельно стоит остановиться на НДС-особенностях, возникающих при осуществлении рассматриваемых ситуаций. Поскольку счет-фактуру поставщик из Украины российскому импортеру не предоставляет, то в книге покупок регистрируется таможенная декларация на ввозимые товары и платежные документы, подтверждающие фактическую уплату сумм налога таможенному органу. Об этом сказано в пункте 10 Правил ведения журналов учета полученных и выставленных счетов-фактур, книг покупок и книг продаж при расчетах по НДС (утв. постановлением правительства от 2 декабря 2000 г. № 914. На основании записей в книге покупок фирма отражает в декларации по НДС, форма которой утверждена приказом Минфина от 15 октября 2009 г. № 104н, по строке 180 в графе 3 (позиция 11.1) сумму налога, уплаченную таможенному органу и подлежащую вычету.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс РФ Часть вторая. Федеральный Закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ. (в ред. от 02.10.2012 № 162-ФЗ) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.
2. Бенева, Е.В. Учет, анализ и аудит ВЭД [Текст] / Е.В.Бенева. –М., 2005. -324с.
3. Доходы и расходы при упрощенной системе налогообложения [Текст]: учебник. /под ред И.А.Феоктистова. –М., 2010г.
4. Лытнева, Н.А. Методология развития инновационных подходов в механизме управления расходами торговых организаций [Текст] / Н.А.Лытнева, Н.В. Пьянова // Вестник ОрелГИЭТ, 2012. -№2 (20). - С. 117-125.
5. Лытнева, Н.А. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде [Текст] / Н.А Лытнева., О.Н.Сысоева //Вестник ОрелГИЭТ, 2012. - №3 (21). –С. 24-29.

Леонова Ольга Юрьевна

*студентка 5 курса факультет учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: justme@rbcmail.ru*

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор, зав. кафедрой финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail ukap-lytneva@yandex.ru*

УДК 336.71: 657.6

М.Е. Ханенко, К.С. Васильева

БАНКОВСКИЙ АУДИТ

В настоящее время существуют различные формы собственности, а возрождение рыночных отношений создает благоприятные предпосылки для реформирования методов финансового контроля за коммерческой и хозяйственной деятельностью акционерных, кооперативных и других фирм, а также для банков.

Ключевые слова: Банковский аудит, забалансовые операции, внебалансовый учет, внутрибанковские операции.

Банковский аудит представляет собой проверку состояния финансово-хозяйственной деятельности банка. Аудит банковской деятельности имеет ряд особенностей, которые требуют создания специализированных аудиторских организаций. Цель аудиторской проверки банка состоит не в предупреждении финансового банкротства, а в получении заключения о финансовом положении проверяемого банка, его доходности, ликвидности, степени риска банковских операций. Это налагает на аудиторов особую ответственность за квалификацию обследований, объективность и достоверность выводов, поскольку результаты аудита служат основанием для подтверждения годового отчета, публикации баланса и общей оценки итогов работы кредитного учреждения [1].

В большинстве государств банки подвергаются проверке независимыми аудиторами. Данная проверка включает в себя два вида проверки:

- проверяется правильное составление отчетов в соответствии с национальными законами, нормативными актами и положениями;
- осуществляется более тщательная ревизия и анализ коммерческих и индивидуальных сделок с целью обеспечения того, чтобы финансовые отчеты отражали реальное и текущее состояние дел банка и результаты его операций.

Перед началом аудиторской проверки необходимо четко определить перечень вопросов, которые подлежат проверке. Данный перечень устанавливается соглашением сторон и может включать как полную проверку всех сторон деятельности банка, так и отдельных его участков. При выполнении своих функций независимые аудиторы банка должны учитывать факторы, связанные с рисками, затрагивающими банковский сектор, а также некоторые особенности деятельности банков, такие как:

- осуществление банками значительных забалансовых операций, которые могут не отражаться в виде бухгалтерских проводок;
- регламентация деятельности банков государственными органами и нормативными требованиями, которые во многих случаях влияют на практику бухгалтерского учета и аудиторского контроля;

– уязвимость банков для злоупотреблений в форме сделок с ассоциированными сторонами при проведении операций в силу наличия беспрепятственного доступа к наличности и больших объемов средств, обращающихся в банковских операциях. Коммерческие банки довольно часто работают с многими ассоциированными сторонами, в частности при проведении международных операций.

К правам аудиторов относится:

– проверка всех бухгалтерских, денежных и других первичных документов, наличия денег, ценностей и ценных бумаг в кассе, у подотчетных лиц, регистров бухгалтерского учета, отчетности сметы и других документов по денежным, расчетным и кредитным операциям;

– ознакомление с приказами, распоряжениями правления банка и его председателя, протоколами заседаний Совета и правления банка;

– предъявление требований о предоставлении всех необходимых документов, а также справок, расчетов, заверенных копий отдельных документов для приобщения к акту;

– получение устных или письменных объяснений по вопросам, возникающим в ходе аудита;

– осмотр кассовых помещений, кладовых и других служебных помещений, места и условия хранения ценностей с целью выяснения соответствия их необходимым требованиям.

Также следует отметить, что аудиторы банков сталкиваются с различными видами аудиторских рисков, к которым можно отнести:

– внутренние риски; данные виды рисков связаны с тем, что они имеют дело с неоднородной деловой средой, характеризующейся сильной конкуренцией, постоянной разработкой новых банковских продуктов и повышением уровня рисков;

– риски контроля, обусловленные тем, что существующие в банках механизмы внутреннего надзора и защиты банковской информации усложняют аудиторскую проверку. Расширение компьютеризации банковских операций позволяет работать в реальном масштабе времени, что, с одной стороны, значительно расширяет возможности для осуществления контроля, а, с другой, приносит дополнительные риски, связанные с возможностью возникновения неисправностей в компьютерной технике или компьютерным мошенничеством;

– риски выявления ошибок, когда сложный характер банковской деятельности, а также постоянная разработка новых банковских продуктов предъявляют новые требования к профессиональным знаниям аудиторов (пониманию банковского дела и связанных с ним рисков). При исполнении своих обязанностей аудиторы могут столкнуться с проблемами недостаточной профессиональной подготовки.

Следует заметить, что в последние годы наблюдается быстрое увеличение аудиторских рисков и ответственности банковских аудиторов. Это происходит в гораздо больших масштабах по сравнению с рисками и ответственностью

аудиторов в других секторах экономики. Аудиторские проверки совершаются на основе контракта, заключенного руководством банка и независимой аудиторской фирмой, а также еще существует международный аудит.

В начале аудиторской проверки необходимо ознакомиться с информацией, характеризующей объемы банковской деятельности, организацией работы, уровнем квалификации руководителей, общей организацией внутреннего контроля. Дальше, уже в процессе самой аудиторской проверки, рассматриваются те участки, где возможны ошибки. При аудите результатов финансовой деятельности банка, законности начисления и использования прибыли как правило выявляются ошибки в распределении прибыли, особенно при исчислении льгот, установленных при налогообложении.

В процессе изучения бухгалтерских документов устанавливается законность и правильность выполнения операций, сверяется подлинность документов, правильность содержащихся в них расчетов, обоснованность банковских котировок. При этом не исключается сплошная проверка документов по наиболее сложным и ответственным операциям, по которым возможны злоупотребления (например, кассовые, валютные, депозитные, процентные, комиссионные и гарантийные операции) [2].

Сплошную проверку документов необходимо проводить по операциям, которые не связаны с выполнением поручений клиентов и потому ими не контролируются (документы по внутрибанковским операциям, по доходам и расходам банка, формированию его уставного фонда). Во всех других случаях необходим выборочный метод проверки документов. Аудиторам необходимо обращать внимание на то, что банку могут полностью оставаться доходы, полученные от кредитной помощи, предоставленной правительству Российской Федерации, Центральному банку и Банку внешней торговли или под их гарантии. Стимулируется деятельность по снижению давления на рынок денежных средств и уменьшению их массы в обращении путем приобретения коммерческими банками государственных облигаций, проценты и дивиденды по которым, так же как и доходы, полученные от размещения ценных бумаг, не подлежат налогообложению.

Банки не всегда учитывают, что льготы по налогам предусматриваются и при размещении доходов в различные фонды и социальные мероприятия, к которым относятся:

- отчисления в фонды страхования депозитов в коммерческих банках и их страхования от банкротства (по одному проценту от балансовой прибыли за квартал в каждый из перечисленных фондов);
- затраты, осуществляемые в соответствии с утвержденными местными органами власти нормативами на содержание находящихся на балансе банка объектов: домов престарелых, детских дошкольных учреждений, лагерей, объектов культуры, спорта;
- взносы на благотворительные цели в экологические, оздоровительные, общеобразовательные и другие фонды, не превышающие одного процента от налогооблагаемого дохода. Все предприятия, фонды и организации, получив-

шие такие средства по окончании года, представляют в налоговый орган по месту своего нахождения отчет о поступивших суммах и их расходовании. Суммы, использованные не по назначению, изымаются в доход федерального бюджета [3].

Фактическая проверка производится с целью установления реальности совершения операций. Эта проверка осуществляется по документам, бухгалтерскому учету банка, его клиентов и пайщиков, в финансовых органах. Обязательным для проверки всех операций являются подсчет оборотов аналитических счетов и сверка их с данными синтетического учета. В ходе взаимной проверки аналитического и синтетического учета уточняется правильность открытия счетов и соответствие их остатков учету у клиентов и банков-корреспондентов. Проверяется наличие фиктивных счетов. Для этого сличают данные каждого лицевого счета с карточками образцов подписей и оттиска печати, а также с книгой регистрации открытых счетов. Тщательно проверяется аналитический учет ссудных операций. Для выявления возможных фиктивных ссудных счетов остатки лицевых счетов по срочным и просроченным ссудам сличают с данными балансов предприятий, со срочными обязательствами по внебалансовому учету с данными подтверждений клиентуры. Также в ходе аудиторских проверок сопоставляются бухгалтерские записи с документами и устанавливается их обоснованность в бухгалтерском учете. Для выявления нарушений и злоупотреблений записи в бухгалтерском учете и документах по одним операциям сверяются с записями и документами по связанным с ними другим операциям. Например, реализация ценных бумаг (акций, облигаций) должна быть отражена по внебалансовому учету как расход бланков ценных бумаг. Реализация ценных бумаг показывается и по балансовым счетам как поступление наличных денег в кассу либо как увеличение средств на корреспондентском счете банка при безналичных перечислениях. Стоимости ценных бумаг, реализованных за наличные деньги, должен соответствовать по сумме приходный кассовый ордер.

В ходе аудиторской экспертизы следует тщательно проверять правильность исчисления налогооблагаемой базы, особенно ее расходной части, поскольку тут чаще всего допускаются ошибки, и, кроме того, в случае обнаружения налоговым инспектором каких-либо неточностей аудитор несет материальную ответственность с моральной.

Проверка достоверности бухгалтерского учета и составления отчетности независимыми аудиторскими фирмами способствует правильности подсчета прибыли и распределения дивидендов, в чем заинтересованы и пайщики, и кредиторы, вкладывающие свои деньги и другое имущество в акционерные коммерческие банки. Банки должны стремиться к публичности своей отчетности для привлечения инвесторов и кредиторов, информирования потенциальных клиентов о своей финансовой устойчивости и надежности.

История аудита показывает, что его развитие было обусловлено разделением интересов между администрацией акционерных предприятий и собствен-

никами (инвесторами), а также следующими условиями, которые вызывают потребность в аудите:

- конфликт между составителем информации (администраторами) и пользователями (владельцы акций, кредиторы и другие третьи стороны) может привести к необъективной информации;

- информация имеет большие экономические последствия при принятии основанных на ней решений

- для подготовки информации и ее проверки требуются глубокие специальные знания;

- заинтересованные пользователи информации часто не получают доступа для непосредственной оценки качества информации.

Аудит необходим для качественной профессиональной оценки экономической информации, облегчения принятия правильных хозяйственных и финансовых решений, избежания отрицательных экономических последствий, для укрепления авторитета организации, подвергшейся аудиту.

По своему содержанию аудит делится на аудит финансовых отчетов, аудит на соответствие требованиям и на аудит хозяйственной деятельности.

Аудит финансовых отчетов заключается в проверке отчетов субъекта с целью дачи заключения о правильности их составления в соответствии с установленными критериями, общепринятыми правилами бухгалтерского учета. Этот вид аудита проводится сторонними аудиторами, нанятыми банками, отчеты которых проверяются. Результаты аудита финансовых отчетов рассылаются широкому кругу пользователей, владельцам акций, кредиторам, органам государственного регулирования и доводятся до населения.

Аудит финансовых отчетов необходим также для функционирования фондовых бирж и состоит из трех этапов:

- этап планирования, служащий для ознакомления с хозяйственной деятельностью и структурой управления, которые дали те данные, на основании которых в конечном счете были составлены финансовые отчеты;

- этап сбора и анализа информации, необходимой для оценки достоверности финансовых отчетов;

- этап сообщения о результатах аудита [4].

Ответственность за составленные финансовые документы и отчеты несет администрация банка. Аудит финансовых отчетов включает:

- проверку путем анализа документов, подтверждающих суммы и сведения, содержащиеся в финансовых отчетах;

- оценку используемых методов бухгалтерского учета и подсчетов, сделанных администрацией;

- оценку всей представленной финансовой отчетности.

Аудит на соответствие требованиям заключается в анализе определенной финансовой или хозяйственной деятельности банка в целях определения ее ответственности предписанным правилам или законам. Установленные критерии для аудита этого вида могут быть взяты из различных источников. Чаще всего

аудит на соответствие требованиям проводится по критериям, основанным на государственных нормативных актах. В данном случае банки должны доказывать, что их деятельность отвечает государственным законам, постановлениям и нормативным актам центрального банка. Например, проверяется законность и своевременность формирования уставного фонда банка, правильность определения налогооблагаемой базы в банке и уплаты налогов в бюджет, анализируются заключенные кредитные договоры на предмет отражения в них мер, обеспечивающих своевременность и полноту возврата средств в погашение ссуды, соблюдение принципов коммерческого расчета, соизмерение доходов от размещения кредитных ресурсов с расходами.

Аудит хозяйственной деятельности заключается в анализе коммерческой деятельности банка, проводимом для определенных целей, и может охватывать весь банк или его подразделения. Аудит хозяйственной деятельности обычно проводится со следующими целями:

- оценить эффективность коммерческой деятельности банка;
- выявить возможности улучшения коммерческой деятельности банка и на основе анализа аудитор обычно определяет возможности сокращения затрат, повышения экономической эффективности;
- дать рекомендации для улучшения деятельности или по дальнейшим действиям. Рекомендации могут быть разными в зависимости от характера проблемы и возможностей для улучшения.

Аудиторские проверки могут осуществляться путем инспекции (проверяются записи, документы, материальные ценности), наблюдения (за выполнением другими лицами банковских операций и процедур - информация считается достоверной только в том случае, если она получена непосредственно в момент наблюдения), опроса (опрашиваются осведомленные лица внутри банка, за его пределами — устно или письменно), вычисления (арифметическая проверка бухгалтерских записей и проведение аудитором самостоятельных вычислений), аналитической проверки (изучение важнейших коэффициентов, статистических материалов, исследование неожиданных отклонений от стандарта).

Считаем, что банковский аудит должен дополнять методы прямого государственного вмешательства в деятельность банковских учреждений, которые в ряде случаев оказываются неэффективными. Тем самым будут устраняться часто возникающие тенденции к нарушению деятельности банков в рамках действующих нормативных актов и существующего законодательства. Надеемся, что банковский аудит в России будет значительно расширяться, приобретая все большую силу, и что в недалеком будущем российский банковский аудит составит чувствительную конкуренцию западным банкам.

Список литературы:

1. Ивлев, И.Е. Основы финансового аудита [Текст]: учебное пособие /И.Е. Бутов; под ред. М.В. Маслова. - М.: КНОРУС. - 2008. - 642с.
2. Блинова, О.И. Финансовый контроль и аудит [Текст]: учебник /под ред. О.И. Блинова - М.: - 2008 . - 672с.

3. Ларичев, О.Ю.. Основы аудита [Текст]: учебное пособие /О.Ю. Ларичев; под ред. И.И.Шмелева. - М.: Логис, 2010. – 342с.

4. Ляменков, А.К. Аудит и ревизия [Текст]: учебное пособие /А.К. Ляменков; под ред. Алексеева Д.А., . - М.: Магистр, 2009.– 404 с.

Ханенко Мария Евгеньевна

*к.э.н., доцент кафедры управленческого учета и аудита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: hmae@yandex.ru*

Васильева Кристина Сергеевна

*студентка 4 курса, финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: hmae@yandex.ru*

УДК [336:334.7]:005.59

Н.А. Илюхина, Т.В. Мелехова

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ПРОЦЕССУ ОЗДОРОВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Данная статья посвящена финансовому оздоровлению предприятий в России и за рубежом. Авторы доказывают необходимость создания механизмов раннего обнаружения признаков возможного банкротства, усиления финансовой поддержки оздоровления жизнеспособных компаний, признания приоритета сохранения бизнеса должника как действующего предприятия, повышения эффективности проведения процедур банкротства с участием высококвалифицированных арбитражных управляющих, специализирующихся на конкретных процедурах.

Ключевые слова: финансовое оздоровление, антикризисное управление, банкротство, законодательство о банкротстве, реорганизация, предприятие-должник.

Антикризисные стратегии – это стратегии, оптимизирующие поведение корпораций в условиях спада в отрасли, устойчивого снижения основных финансовых показателей деятельности корпорации и угрозы банкротства. Они включают комплекс мер в области планирования, управления персоналом, финансов, взаимоотношений с группами поддержки, а также юридических и других мероприятий с целью обезопасить фирму от угрозы банкротства или существенного спада и создать условия для поворота к оздоровлению корпорации. Спад в производственных, финансовых и других важных показателях, определяющих эффективность действия фирмы на рынке, носит закономерный, детерминированный характер; его причины можно исследовать и сделать соответствующие коррективы в стратегии поведения, смягчающей последствия.

В процессе антикризисного управления выполняется и учитывается следующее: стратегический подход к ситуации; ресурсные стратегии; инвестиционная политика; управление рисками; обновление производственного аппарата; реструктуризация кризисной организации; оценка организационной структуры; моделирование организационной структуры; внедрение антикризисной структуры; формирование деловой среды; маркетинговая деятельность в условиях организационного стресса; управление конкурентоспособностью; интегративный подход к управлению качеством и эффективностью; кадровая стратегия кризисной организации; оценка персонала; мотивация персонала в условиях неопределенности; стимулирование труда; ротация, набор и увольнения; профессиональная подготовка; демократизация управления; оптимизация управленческого аппарата; повышение компетентности менеджеров; формирование команды; стабилизация внутренней среды; формирование основы для покупательного развития. По своему существу стратегия представляет собой многомерную экономическую категорию, описывающую технологию функционирования организации в достижении определенных целей.

Обычно выделяют следующие 4 группы правил, очерчивающих антикризисную стратегию организации: правила оценки результатов деятельности (они определяют курс и формируют план); правила отношений с внешней средой (они очерчивают продукторыночную стратегию, а именно: что, кому и сколько поставить); правила отношений и процедур внутри организации (организационная концепция); правила повседневной деятельности (оперативные приемы). Разработка стратегии организации завершается установлением общих направлений ее функционирования.

Цель предприятия – это желаемое состояние, которого можно достичь скоординированными усилиями всех сотрудников в заданный промежуток времени. В стратегическом управлении выделяют три типа целей, которые должны быть согласованы в рамках процесса планирования. В теории управления их принято называть целями «стратегического треугольника». Корпоративные цели главным образом связаны с требованиями, которым должны удовлетворять все хозяйственные подразделения организации в целом, с финансовыми целями, с желаемым географическим распределением деятельности, с позицией, занимаемой компанией в отношении социальной ответственности, и т.д. Корпоративные цели – это следствие и реальное воплощение миссии – цели предпринимательской деятельности. Они касаются желаемого уровня прибыльности (величина прибыли, рентабельности, дохода на акцию) и конкурентоспособности (доля рынка, положение в отрасли).

Функциональные цели – производные цели функциональных подразделений, интегрирующие их деятельность на достижение как корпоративных целей, так и целей предпринимательской деятельности. Сюда чаще всего относятся цели в области: производительности (издержки на единицу продукции, материалоёмкость, отдача с единицы мощностей, др.), финансовых ресурсов (например, структура капитала, движение денег, размеры оборотного капитала), НИОКР (в том числе: сроки внедрения новой технологии, оборудования, про-

дукта, затраты на НИОКР, качество), человеческих ресурсов (квалификация, текучесть кадров, организационное знание), организационного потенциала (время проведения организационных изменений). Цели «стратегического треугольника» – это цели верхнего уровня, относительно которых строится иерархическая система целей по подразделениям фирмы.

Существуют три основные характеристики, которые определяют как саму цель, так и те усилия, которые требуются от работника по ее достижению: сложность, специфика и приемлемость.

1. Сложность цели отражает уровень профессионализма, необходимый для ее достижения. Чем выше квалификация работника, тем чаще он определяет свою деятельность как систему результатов, которую должен обеспечить. Сложность целей определяется процессом ее достижения. Например, для технической службы может быть поставлена цель – обеспечить заданное качество товара. При наличии технической документации достижение этой цели не является чем-то особенно сложным. Если технической документации нет, то сложность достижения цели возрастает.

2. Специфика цели отражает количественный результат, ее определенность. Специфика подразумевает соответствие процесса достижения цели должностным обязанностям исполнителя. С развитием рыночных отношений у предприятий стали появляться рыночные (маркетинговые) цели. Соответственно, для осуществления этих целей первоначально привлекались специалисты отделов сбыта, которые не в полной мере понимали специфику изменившейся ситуации на рынке: конкуренция, товары-заменители, инфляция и т. д. Целью предприятия на рынке стало достижение определенной рыночной доли, в отличие от прежней цели, – выполнение плана. Понимание, что такое доля рынка, как ее определять и как влиять на нее, у многих предприятий отсутствует до сих пор. Для достижения этих целей необходимо новое знание и его структурная поддержка. Для этого вводятся маркетинговые структуры.

3. Приемлемость цели отражает степень восприятия работником цели, которая перед ним поставлена. Человек всегда оценивает те трудовые затраты, которые ему необходимы для достижения цели, и то, что он получит в результате. Если выгоды для него не очевидны, то цель может быть и не принята, а значит, и не достигнута. Таким образом, приемлемость цели напрямую зависит от мотивации сотрудника на ее выполнение. При определении целей важно иметь в виду, что цель – это интегральный показатель, достижение которого зависит от заданного срока, от уровня исполнения, типа конечного результата. Таким образом, все цели можно классифицировать по трем основным признакам: по срокам, по исполнителю и по конечному показателю. В практике хозяйствования при определении целей руководство предприятия всегда на первое место ставит прибыль. Прибыль можно рассматривать:

- как разницу между результатом деятельности и затратами на нее;
- как отдачу на инвестируемый капитал;
- как процент от оборота (общих продаж).

Если говорить о стратегической цели предпринимательской деятельности, то она выражается в максимизации прибыли. Это некоторый общепринятый ориентир любой коммерческой деятельности, в своем роде идеальный ориентир. Но в реальности прибыль не всегда является единственной целью предприятия. Предприятие функционирует, в конечном итоге, не ради денег, а ради принесения какой-либо выгоды потребителям. Поэтому наряду с прибылью к корпоративным целям относятся рост предприятия (или бизнеса), а также поддержание непрерывности деятельности. Достижение этих целей входит в противоречие с целью максимизации прибыльности, так как на развитие и рост требуется вложение денежных средств, и отдача (прибыльность) вложений может быть отложена на длительный период.

Максимизация прибыли, рост и непрерывность деятельности являются стратегическими целями всей компании. Стратегические цели позволяют компании заранее создать фундамент для производства новых товаров и услуг, произвести необходимые разработки и подготовить организацию к возможным изменениям во внешней среде. Стратегические цели становятся определенным предвидением тех изменений, которые могут произойти во внешней среде. Тактические цели обычно являются продолжением (экстраполяцией) существующих тенденций с учетом предполагаемых изменений. Например, плановые объемы на следующий период могут быть установлены на основе продаж предыдущего периода с учетом сезонного колебания спроса или с учетом того, что на рынок вышел новый производитель товара. Оперативные цели служат основой для разработки конкретных показателей потребности предприятия в оборотных средствах, рабочей силе или другого вида ресурсах.

Преобразования в российской экономике, обусловленные развитием рыночных отношений и интеграцией России в международное экономическое сообщество, поставили перед обществом ряд новых проблем, одной из которых является неустойчивость финансово-экономической системы, сопровождающаяся во многих случаях развитием кризиса. Став на путь развития рыночной экономики, Россия столкнулась с необходимостью разработки стратегий противодействия системным многофакторным кризисам, что обусловило повышение интереса к изучению международного опыта в этом направлении, поскольку многие страны имеют более длительный опыт антикризисного управления.

В ходе реализации задачи сохранения и оздоровления жизнеспособных компаний значительную роль играют не столько ликвидационные процедуры, сколько осуществление антикризисного управления в рамках соответствующих процедур банкротства. Финансово-экономический кризис последних лет подтвердил необходимость совершенствования российского института банкротства как важнейшего элемента рыночной экономики. Известно, что при разработке норм законодательного регулирования отношений банкротства Россия в первую очередь ориентировалась на опыт США, Англии, Германии и Франции. В связи с этим представляет интерес анализ первых результатов применения концептуальных основ банкротства, приемлемых для стран с длительной историей рыночных отношений, на российской почве.

Действенным инструментом оздоровления экономики, позволяющим стабилизировать финансово-экономическое положение предприятий, восстановить платежеспособность предприятий-должников, является применение процедур, предусмотренных законодательством о банкротстве, а именно вовлечение их в процедуру финансового оздоровления. Финансовое оздоровление в России – это сравнительно новая процедура, которая появилась в Законе «О несостоятельности (банкротстве) предприятий» в 2002 г. Основное назначение данной процедуры сводится к созданию условий для восстановления финансовой устойчивости предприятия-должника за счет средств, представляемых его учредителями, акционерами, участниками, а также заинтересованными третьими лицами.

Финансовое оздоровление вводится судом на срок не более двух лет с назначением административного управляющего. В этом случае органы управления предприятия-должника продолжают осуществлять свои функции (ст. 80 Закона о банкротстве) [1]. На стадии финансового оздоровления кредиторы, арбитражный управляющий и руководство предприятия разрабатывают план, предусматривающий способы получения предприятием-должником средств, необходимых для расчета по обязательствам. Кроме того, на этапе оздоровления, должнику следует представить суду график погашения задолженности, в соответствии с которым предприятие будет вести расчеты со всеми кредиторами, включенными в реестр [2].

В последнее время в России все чаще предпринимаются попытки трансформации нормативно-правовой базы в области регулирования отношений несостоятельности, преследующие цели совершенствования реабилитационных процедур для восстановления деятельности жизнеспособных компаний. Так, действующий сейчас закон о несостоятельности (банкротстве) за последние годы подвергся значительным качественным изменениям, которые вносились практически каждый год, также разработаны новые проекты о внесении изменений в закон. Вводимые поправки в Закон о банкротстве свидетельствуют о том, что российское законодательство пытается внедрить общую для мировой практики концепцию приоритета реабилитационных процедур.

Однако, несмотря на безусловное наличие качественных положительных сдвигов в части реализации цели сохранения бизнеса должника, российский институт банкротства по-прежнему работает недостаточно эффективно. Вопрос о восстановлении деятельности компании-должника часто не подлежит детальному рассмотрению и анализу. Так, по данным Высшего арбитражного суда РФ, в 2011 г. в 78 % случаев уже по результатам проведения первоначальной процедуры наблюдения было принято решение о признании должников банкротами и открытии конкурсного производства. Кроме того, за аналогичный период из 27032 ед. принятых к производству заявлений о признании несостоятельности на долю процедур финансового оздоровления и внешнего управления пришлось только 627 случаев, что составляет 2,3% [3]. Для сравнения, в 2011 г. В США попытка восстановления деятельности должника в виде реорганизации была предпринята в 21,3% случаев, в то время как в Англии – 32,9%.

Статистические данные свидетельствуют о том, что в практике российского законодательства применение и, тем более, успешное завершение реабилитационных процедур остается редкостью. Помимо низкой степени их проработанности, эффективной реализации препятствует и несправедливое отношение к процедуре финансового оздоровления, аналоги которой в большинстве стран признаны необходимыми элементами систем несостоятельности. В соответствии с российским правом вознаграждение административного управляющего, ответственного за проведение финансового оздоровления, составляет минимальную по отношению к управляющим другими процедурами сумму 15 тыс. руб. [4]. Речь идет даже не о стимулировании управляющих к более эффективному проведению реабилитации, хотя в России этот вопрос также требует решения, а о самой «ценности» такой процедуры. Например, в Канаде о признании высокой значимости реализации процедуры восстановления бизнеса свидетельствует тот факт, что инициатор обращения в суд для проведения финансового оздоровления компании платит регистрационный взнос 15 долл. Размер сбора определяется характером процедуры и в данном случае составляет наибольшую величину по сравнению с другими процедурами, еще более невысокая оплата которых свидетельствует о более низком, относительно процедуры финансового оздоровления, уровне сложности их реализации [4].

Характерно, что в Англии, чье законодательство о банкротстве традиционно содержит больше норм, направленных на удовлетворение требований кредиторов, нежели интересов должников, количество проводящихся процедур финансового оздоровления в процентном соотношении даже превышает аналогичные показатели в США. Следует отметить, что в части проведения реорганизации система несостоятельности Германии содержит ряд норм, разработанных на основании реабилитационных мероприятий, прошедших проверку в США. Так, для немецких компаний-должников, помимо проведения процедуры реорганизации, арбитражным управляющим предусмотрена возможность самостоятельного управления бизнесом со стороны должника после добровольного обращения в суд. Данная мера во многом повторяет распространенный в Америке механизм восстановления деятельности «должник во владении», согласно которому должник сам претворяет в жизнь разработанный им план реорганизации под надзором назначенного судом независимого контролера.

Тем не менее, в Германии более распространена традиционная процедура с непосредственным участием назначенного судом администратора по несостоятельности, а в большинстве стран она представляет собой единственный вариант проведения реструктуризации. Представляется, что в российском законодательстве о банкротстве также в дальнейшем полезно предусмотреть возможность восстановления бизнеса самим должником. Однако учитывая практику правоприменения в России, специалисты обязаны знать, что меры контроля должны быть прописаны особенно тщательно [5].

Также для России представляет интерес положение немецкого законодательства, в соответствии с которым процедура реорганизации может быть инициирована со стороны общего собрания кредиторов. В этом случае кредиторы

разрабатывают план оздоровления, который при одобрении судом может быть введен в действие в принудительном по отношению к должнику порядке – в отсутствие его заявления и даже, возможно, согласия. Возможно, одним из основных препятствий для проведения финансового оздоровления во многих, особенно развивающихся странах является отсутствие должной поддержки в виде новых финансовых вливаний в предприятия. В США, например, одним из распространенных способов финансирования оздоровления является использование заемного капитала, выдаваемого банками компании, фактически подавшей заявление по Закону о банкротстве. Такое лояльное поведение банков объясняется тем, что все новые кредиты имеют абсолютный приоритет по отношению к долгам предприятия до наступления банкротства. Таким образом, выдавая кредит компании, проходящей процедуру оздоровления, банк во многих случаях имеет высокие шансы погашения ссуды. Практика создания благоприятных условий для заключения соглашения с кредиторами о реорганизации существует и в Англии: так называемый «лондонский подход» предполагает первоначальное получение от Банка Англии гарантий возмещения требований кредиторов на период временного моратория, предшествующего заключению указанного соглашения.

Применительно к России, где условия введения финансового оздоровления сейчас весьма жесткие, распространение практики предоставления финансовых ресурсов неблагополучным компаниям, с одной стороны, способствовало бы применению реорганизационных процедур с более высокой вероятностью успеха. Однако, с другой стороны, данная мера едва ли может быть реализована в массовом масштабе, так как ни компании, ни банки к этому пока не готовы: у компаний нет эффективных планов восстановления, банки видят в подобном кредитовании очень высокие риски.

В качестве направления расширения возможностей финансового оздоровления жизнеспособных должников следует отметить целесообразность проведения широко используемых на западе внесудебных мероприятий. Несмотря на то, что в российском законе предусмотрена процедура досудебной санации, представление о ней весьма размыто, а использование недостаточно эффективно. Вовлеченные в банкротство стороны должны, по нашему мнению, получать информацию о том, что заключение неформальных, внесудебных соглашений по поводу реорганизации между должником и кредиторами представляет собой более простую и дешевую, нежели судебная, процедуру, что способствует ускорению процесса финансового оздоровления фирмы.

Особого внимания заслуживает вопрос своевременного предупреждения несостоятельности компаний, что способствует увеличению вероятности сохранения бизнеса. Здесь интересен опыт Франции, где представители суда стремятся инициировать переговоры должника с кредиторами при первых признаках надвигающейся неплатежеспособности. Введение таких превентивных мер обусловлено стремлением недопустить захвата имущества должника, не являющегося пока несостоятельным, со стороны отдельных кредиторов. Что касается должника, для получения судебной защиты ему достаточно просто

продемонстрировать наличие финансовых трудностей, способных привести к потере платежеспособности [3]. Эта защитная процедура также предусматривает приостановление всех выплат по требованиям кредиторов после подачи в суд заявления, в котором доказывается, что должник не может самостоятельно преодолеть имеющиеся финансовые проблемы.

Основной целью данного положения французского закона является создание механизма раннего обнаружения признаков несостоятельности, что впоследствии может спасти многие проблемные предприятия. Для адекватной оценки текущего финансового состояния предприятий была создана схема постоянной отчетности перед региональными советами директоров и судом. Например, закон обязывает аудиторов, в случае обнаружения угрозы неплатежеспособности, немедленно информировать об этом администрацию компании и председателя торгового суда. Кроме того, предусмотрено создание групп по принятию превентивных мер, основная задача которых заключается в конфиденциальном анализе любой бухгалтерской отчетности или финансовой информации, сообщаемой заинтересованными лицами.

Характерно, что при отсутствии возможности реорганизации должника законодательство Франции предусматривает ликвидацию в форме продажи предприятия третьим лицам на условиях продолжения его деятельности, что, на наш взгляд, может представлять значительный интерес и для российской практики финансового оздоровления предприятий. Механизм предварительного выявления возможной несостоятельности предусмотрен законодательством Германии, ориентированным в большей степени на реализацию интересов кредиторов, и радикально отличается от французского. Немецкий закон декларирует так называемый критерий «надвигающейся неплатежеспособности (нехватка ликвидности)», наличие которого позволяет должнику инициировать процедуру ликвидации или реорганизации еще до наступления реальной неплатежеспособности.

Таким образом, с одной стороны, обеспечивается некий баланс прав кредиторов и должника, который имеет возможность при своевременном обнаружении финансовых проблем осуществить попытку реорганизации с участием квалифицированных специалистов. С другой стороны, в Германии использование показателя приближающейся неплатежеспособности осложняется отсутствием четкого определения данного понятия, а также необходимостью мотивирования менеджеров должника к раннему выявлению признаков несостоятельности и обращению в суд. Среди экономических стимулов можно отметить предоставление возможности сохранения права управления компанией (под контролем администратора) или списание остатка долга, а также вариант проведения финансовой реструктуризации с возможностью самостоятельной разработки плана оздоровления, что предусмотрено правом Германии.

Учитывая, что в большинстве случаев реализацией процедур банкротства занимаются арбитражные управляющие, вопрос их профессиональной подготовки и, следовательно, эффективности той или иной процедуры требует отдельного рассмотрения. В части организации деятельности арбитражных

управляющих, или так называемых «практиков по несостоятельности», наиболее показателен опыт США. Например, там существует пять национальных ассоциаций антикризисных управляющих, три из которых объединяют арбитражных управляющих, специализирующихся на какой-то одной процедуре банкротства. Такая классификация позволяет назначить для проведения конкретной процедуры профессионала, который специализируется в конкретной области и обладает необходимыми знаниями и практическим опытом, что особенно важно при разработке и реализации плана восстановления платежеспособности [5]. Рассмотрение возможности использования элементов этой системы в России представляется весьма важным, так как сейчас у нас не исключается возможность предоставления права управления компанией одному и тому же лицу во всех последовательных, различных по своей сути процедурах банкротства, причем ввиду невысоких требований к кандидатуре арбитражного управляющего их квалификация зачастую недостаточно высока.

В то же время непосредственный выбор управляющего на конкретную процедуру банкротства в США осуществляет генератор случайных чисел, и использование такого подхода, может быть весьма актуальным в современных российских условиях. Кроме того, в США существует практика мониторинга реестров отдельных округов, которая является основанием для недопущения включения в реестр одного федерального округа арбитражного управляющего, исключенного из реестра другого округа, что представляется весьма резонной и действенной мерой, в то время как в России вопросы профессиональной подготовки и контроля над деятельностью управляющих в настоящее время остаются нерешенными.

Можно отметить, что несостоятельные компании переживают самую тяжелую стадию кризиса, и поэтому антикризисное управление в контексте банкротства весьма затруднено, но, как показывает зарубежная практика, вполне возможно через реабилитационные процедуры, в особенности через финансовое оздоровление. Из всего вышеотмеченного можно сделать вывод о том, что финансовое оздоровление представляет собой эффективный инструмент антикризисного управления, целью которого выступает прогнозируемое желаемое состояние экономического субъекта, оказавшегося в кризисной или предкризисной ситуации. Такое желаемое состояние достигается путем оказания на проблемное предприятие определенного управленческого воздействия, раскрываемого в теории, методологии и практике несостоятельности (банкротства).

Цели финансового оздоровления каждой конкретной организации формулируются на основе осуществленной предварительной оценки ее реального финансового состояния и возможных перспектив. Поэтому именно на этой основе должна разрабатываться и процедура финансового оздоровления с применением наиболее подходящих для данной организации методов.

На сегодняшний день и зарубежные, и российские компании имеют большой опыт финансового оздоровления, но он, конечно, очень различается по глубине, используемым концепциям и моделям государственного регулирования. В странах с реальной рыночной экономикой, либеральной экономиче-

ской политикой государства основной акцент делается на макроэкономическом благополучии страны, ее населения, предприятий и фирм. Поэтому в каждой стране действуют свои правовые основы и механизмы несостоятельности, но при этом термин финансовое оздоровление все же не используется.

В России ситуация совершенно иная и, как показывает практика финансового оздоровления компаний, нормы действующего законодательства о несостоятельности (банкротстве) не во всех случаях реализуются так, как того требует закон. Помимо рыночных механизмов, в регулировании данной сферы играют роль многие другие факторы, имеющие отдаленное отношение к рынку и его институтам, к интересам предприятий и т.д. Все отмеченное выше требует, прежде всего, учета в России опыта регулирования процедуры несостоятельности и финансового оздоровления развитых стран.

Список литературы:

1. О несостоятельности (банкротстве). Федеральный закон РФ от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ [Электронный ресурс] // Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

2. Короткова, Э.М. Антикризисное управление [Текст]: учебник, 2-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. Э.М. Короткова. – М.: ИНФРА – М, 2010. – 360 с.

3. Файншмидт, Е.А. Международная практика антикризисного управления [Текст]: учебник. Ч. 2. / Е.А. Файншмидт - М.: Издательско-торговая корпорация «МК», 2009. – 400 с.

4. Аналитическая записка к статистическому отчету о работе арбитражных судов Российской Федерации в 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://arbitr.ru/_upimg/an_zap_2011.pdf. Дата обращения: 24.06.2012.

5. Справка о рассмотрении арбитражными судами Российской Федерации дел о несостоятельности (банкротстве) 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.arbitr.ru/press-centr/news/totals/index_ar.htm. Дата обращения: 24.06.2012.

Илюхина Наталия Александровна

к.э.н., доцент кафедры финансового учета

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

Мелехова Татьяна Владимировна

студентка 4 курса факультета управления

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: grigoriy0603@mail.ru

УДК 336.221.4

Н.В. Авдеева, Е.А. Боброва

УПРОЩЕННАЯ СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА ОСНОВЕ ПАТЕНТА. ГРЯДУЩИЕ ИЗМЕНЕНИЯ 2013 ГОДА

В Российской Федерации существует упрощенная система налогообложения, которую могут применять только индивидуальные предприниматели. При переходе ИП на УСН на основе патента существует ряд определенных условий. С 1 января 2013 г. порядок регулирования деятельности ИП, применяющим патент, будет регулироваться немного по-другому. Все изменения будут прописаны в гл.26.5 «Патентная система налогообложения».

Ключевые слова: упрощенная система налогообложения на основе патента, индивидуальный предприниматель, патент.

Упрощенная система налогообложения, или «упрощенка», применяется организациями и индивидуальными предпринимателями (ИП), которые хотят упростить налоговый учет и сократить объем отчетности по налогам. Переход на УСН и уход с этой системы на основную схему осуществляется добровольно путем подачи заявления в налоговую инспекцию по месту регистрации предприятия или ИП. Однако применение УСНО имеет не только плюсы, но и минусы: совсем не обязательно, что налоги при упрощенном режиме обложения станут меньше. Все зависит от того, какие доходы и расходы имеет организация или частный предприниматель, и часто получается так, что платить налог по основной системе бывает выгоднее, хотя и сложнее. Существуют два вида упрощенной схемы: это классическая УСН (объект обложения доходы-расходы ИП) и УСНО на основе патента для индивидуальных предпринимателей или патентное налогообложение.

Главная идея патентной системы – замена единого налога на вмененный доход от отдельных видов деятельности, который перестанет действовать с 2014 г. Некоторые из подпадающих под него видов деятельности будут переведены на патент, другие же – на упрощенную систему налогообложения или на общий режим.

УСН на основе патента предназначен только для индивидуальных предпринимателей, применяющих наемную силу. Виды деятельности, которые могут вести ИП, предусмотрены в п. 2 ст. 346.25.1 НК РФ. Последние изменения главы 26.2 НК РФ предоставляют право индивидуальному предпринимателю использовать обычную УСН либо патентную. Это значит, что предпринимателю дается право выбора — платить налог, который взимается при применении УСН, или платить стоимость патента.

«УСН патент» больше похожа на ЕНВД. Список видов УСН патента во многом похож на список ЕНВД. Индивидуальный предприниматель, применяющий УСН на основе патента, вправе привлекать наемных работников, при этом среднесписочная численность не должна превышать за налоговый период пять

человек. Обычно Патент - самая выгодная система налогообложения. Также ИП вправе уменьшать стоимость патента на сумму отчислений в ПФР, ФФОМС, ТФОМС, но не более 50 % от этих отчислений. Заявление о переходе (точнее покупке) УСН патент необходимо подать за месяц до начала применения.

При переходе на упрощенную систему налогообложения на основе патента необходимо подать заявление в налоговую инспекцию по месту постановки индивидуального предпринимателя на учет в налоговом органе не позднее чем за один месяц до начала применения индивидуальным предпринимателем данного вида налогообложения. Обязательно в десятидневный срок налоговый орган выдает индивидуальному предпринимателю патент или уведомляет его об отказе в выдаче патента.

Патент действует только на территории того субъекта РФ, на территории которого он выдан. Если индивидуальный предприниматель имеет патент в одном субъекте РФ, то он также имеет право подать заявление на получение другого патента на территории другого субъекта РФ. При всем при этом Налоговый кодекс не объясняет, а какую инспекцию на территории другого субъекта подается это заявление.

Срок, на который налогоплательщику выдается патент, может составлять от 1 месяца до 12 месяцев. Его выбирает сам налогоплательщик. Налоговым периодом считается срок, на который выдан патент. В законе субъекта РФ указываются величина базовой доходности для определения размера потенциально возможного к получению предпринимателем годового дохода по каждому из видов предпринимательской деятельности. Размер потенциально возможного дохода устанавливается на один календарный год. Если в законе субъекта РФ не предусматривается изменение годового дохода на следующий календарный год, то тогда будет действовать доход, установленный на предыдущий год, при этом размер потенциально возможного годового дохода ежегодно подлежит индексации на коэффициент-дефлятор. При этом годовой доход может быть дифференцирован с учетом особенностей и места ведения предпринимательской деятельности индивидуальными предпринимателями на территории соответствующего субъекта РФ. Годовая стоимость патента равна произведению потенциально возможного к получению годового дохода налоговой ставки 6 процентов. В некоторых случаях, когда вид предпринимательской деятельности одновременно подпадает под режим налогообложения УСН на основе патента и режим налогообложения в виде ЕНВД, размер потенциально возможного годового дохода по данному виду предпринимательской деятельности не может превышать величину базовой доходности в отношении соответствующего вида предпринимательской деятельности, умноженной на 30. В этом случае речь идет о базовой доходности, установленной при применении системы налогообложения в виде ЕНВД для отдельных видов деятельности.

Оплата патента производится следующим образом: 1/3 стоимости патента оплачивается в течение 25 календарных дней после начала осуществления предпринимательской деятельности на основе патента, другая же часть оплачивается после окончания срока, на который выдан патент, опять же не позднее

25 календарных дней. Оставшуюся часть стоимости патента можно уменьшить на сумму фиксированных пенсионных взносов, но не более чем на 50% от общей стоимости патента.

При оплате патента можно применяется как наличная, так и безналичная формы оплаты, для этого необходимо воспользоваться специальным сервисом на сайте Налоговой службы: Мастер по оформлению платёжки. При определенных условиях ИП может утратить право работать на УСН на основе патента. Есть некоторые условия: (рис. 1)

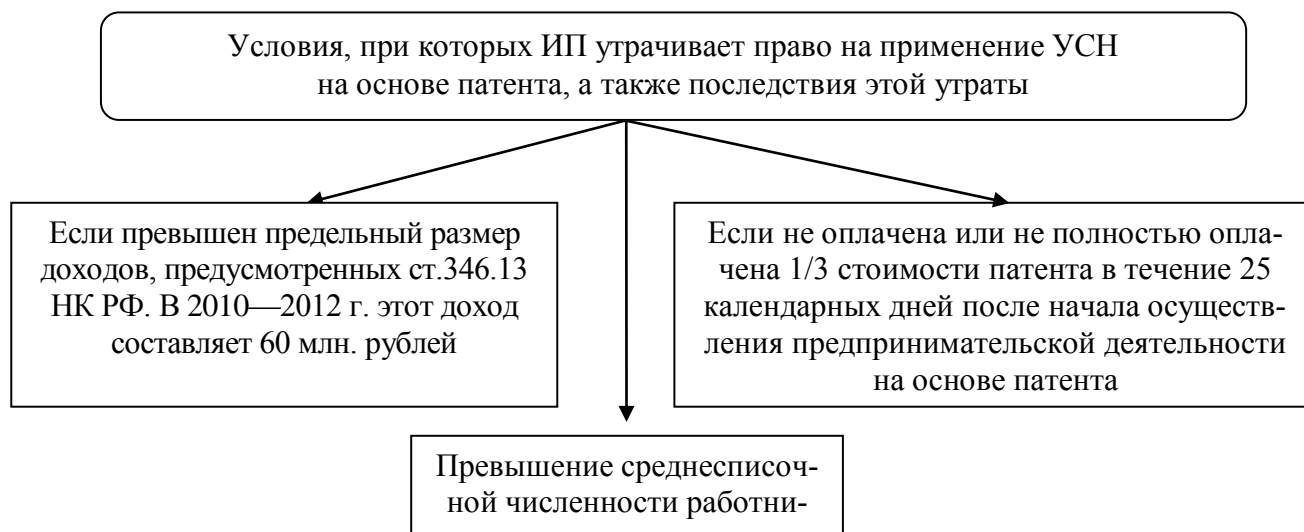


Рисунок 1 - Условия утраты индивидуальным предпринимателем работать на УСН на основе патента

Последствием утраты патентной УСН у индивидуального предпринимателя станет обратный переход ИП на общую систему налогообложения. При этом ему придется пересчитать все налоги. Кроме того, не возвращается уже уплаченная стоимость патента. Вернуться ИП на УСН на основе патента сможет только через 3 года. В случае перехода на обычную систему налогообложения ИП обязан в течение 15 календарных дней сообщить об этом в налоговую.

Налоговую декларацию по упрощенной системе налогообложения ИП не сдает, однако вести книгу доходов и расходов обязан (только в части доходов). С 1 января 2009 г. для ИП на патентной УСН введена своя форма книги (приказ Минфина России от 31.12.2008 № 154н). Налоговую декларацию по упрощенной системе налогообложения ИП не сдает, но вести книгу доходов и расходов обязан (только в части доходов). С 1 января 2009 г. для ИП на патентной УСН введена своя форма книги (приказ Минфина России от 31.12.2008 № 154н)

В УСН на основе патента есть так называемые «подводные камни». Приобретенный патент ИП может действовать только в том субъекте, где он приобретен. Если же ИП изъявляет желание работать в другом субъекте, то тогда ему нужно будет покупать патент и там. В таком случае налогоплательщик попадает под двойное налогообложение. В практике возникают ситуации, когда ИП получает патент в одном субъекте, а в другом он сделать этого не может. Дан-

ный случай не прописан в законодательстве. Механизма распределения расходов между обычной и патентной УСН в законодательстве также нет. Однако в статье 346.25.1 прописано, что при нарушении правил применения патентной УСН предприниматель должен платить налоги по общей системе и стоимость патента ему не вернут.

Федеральным законом от 25.06.2012 № 94-ФЗ скорректированы положения Налогового кодекса РФ и других законодательных актов. Поправки, большинство которых вступает в силу с 1 января 2013г., касаются специальных налоговых режимов. УСН на основе патента станет отдельным налоговым режимом: глава 26.5 «Патентная система налогообложения». Применять новую систему по отдельным видам деятельности смогут индивидуальные предприниматели. Существует некоторая схожесть между УСН на основе патента и патентной системой, но есть и отличия. С 1 января 2013г. порядок осуществления деятельности индивидуальными предпринимателями с применением патента будет регулироваться новой гл. 26.5 «Патентная система налогообложения» НК РФ, которая заменит действующую сейчас ст. 346.25.1 НК РФ. По сути, вместо стоимости патента при УСН будет уплачиваться единый налог при патентной системе налогообложения.

Перечень видов деятельности, при осуществлении которых можно применять патентную систему налогообложения, определен в п. 2 ст. 346.43 НК РФ, при этом субъектам РФ предоставлено право вводить эту систему также в отношении иных бытовых услуг, не указанных в Налоговом кодексе РФ. В частности, патент можно будет получить на такие новые виды деятельности, как розничная торговля через объекты стационарной торговой сети с площадью торгового зала не более 50 квадратных метров или через объекты нестационарной торговой сети. В п. 3 ст. 346.43 НК РФ содержится перечень понятий, используемых для целей патентной системы, но он, за незначительными расхождениями, совпадает с понятиями, применяемыми для целей ЕНВД.

Как и при применении УСН на основе патента, предприниматель, перешедший на патентную систему, освобождается от уплаты НДС, налога на имущество физических лиц и НДС по деятельности, облагаемой в рамках патентной системы. В этом случае по-прежнему придется уплатить НДС при ввозе товаров, а также в рамках договоров простого товарищества, доверительного управления имуществом и т.д. (п. п. 10 и 11 ст. 346.43 НК РФ).

Налогоплательщики, применяющие патентную систему (также как и плательщики ЕНВД), вправе не использовать ККТ при условии выдачи по требованию покупателя (клиента) документа, подтверждающего прием денежных средств (например, товарный чек или квитанция). Такое дополнение внесено п. 2.1 ст. 2 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ.

В настоящее время при применении УСН на основе патента используется показатель «среднесписочная численность», который не может быть больше чем пять человек за налоговый период. С 2013г. г. вводится другой показатель – «средняя численность» наемных работников. Его максимальное значение - 15 человек. Показатель «средняя численность» включает в себя среднесписочную

численность, а также среднюю численность работающих по внешнему совместительству и по гражданско-правовым договорам (п. 77 Указаний по заполнению форм федерального статистического наблюдения, утв. Приказом Росстата от 24.10.2011 N 435). Сейчас это ограничение относится только к деятельности, облагаемой в рамках УСН на основе патента. По новым же правилам предприниматель может привлекать не более 15 человек в целом по всем видам деятельности (п. 5 ст. 346.43 НК РФ).

Остается прежним ограничение, касающееся объема выручки, - не более 60 млн. руб. в течение календарного года. При расчете данного показателя необходимо суммировать доходы, полученные от деятельности в рамках применения как патентной, так и упрощенной системы налогообложения (подп. 1, абз. 5 п. 6 ст. 346.45 НК РФ).

Если ограничения по численности работников или по объему выручки нарушены либо налог по патентной системе не уплачен в срок, налогоплательщик утрачивает право на применение данного спец. режима с начала налогового периода, то есть с даты выдачи патента. В этом случае ему следует уплатить налоги по общей системе как вновь зарегистрированному предпринимателю. При этом он может уменьшить НДФЛ за соответствующий период на сумму уже уплаченного единого налога. О прекращении деятельности или об утрате права на применение спец. режима предприниматель должен сообщить в инспекцию с течением 10 календарных дней (п. п. 6 - 8 ст. 346.45 НК РФ).

Сократился срок подачи в инспекцию заявления на выдачу патента. Он составляет 10 дней до даты начала применения спец. режима против месяца при УСН на основе патента. Кроме того, в отличие от ныне действующего порядка, с 1 января 2013 г. предпринимателю не нужно будет одновременно с заявлением на получение патента подавать заявление о постановке на учет, если он собирается осуществлять деятельность в субъекте РФ, где не зарегистрирован как налогоплательщик (п. 2 ст. 346.45 НК РФ).

Впервые приведен закрытый перечень оснований для отказа инспекции в выдаче патента (п. 4 ст. 346.45 НК РФ). Это:

1. Несоответствие установленному перечню видов деятельности.
2. Указание срока действия патента, не соответствующего возможным пределам его выдачи, установленным в п. 5 ст. 346.45 НК РФ.
3. Переход на патентную систему ранее начала следующего календарного года, в котором было утрачено право на применение этого спецрежима или в котором была прекращена соответствующая предпринимательская деятельность.
4. Недоимка по налогу, уплачиваемому в связи с применением патентной системы.

Налоговая ставка составляет шесть процентов от потенциально возможного годового дохода (ст. 346.50 НК РФ). Таким образом, платеж при применении патентной системы рассчитывается, по существу, в том же порядке, что сейчас стоимость патента. А вот порядок уплаты налога на патентной системе значительно отличается от действующего порядка оплаты стоимости патента.

Теперь он зависит от периода, на который выдан патент. Если этот срок не превышает шести месяцев, налог полностью уплачивается не позднее 25 календарных дней после начала действия патента. Если же патент выдан на более длительный срок, то в этот срок уплачивается лишь треть суммы. Оставшуюся часть налогоплательщик перечисляет не позднее 30 календарных дней до момента окончания налогового периода (ст. 346.51 НК РФ). При этом налоговый период заканчивается в последний день действия патента либо на дату досрочного прекращения предпринимательской деятельности, указанную в соответствующем заявлении (ст. 346.49 НК РФ).

Как и сейчас, декларация в рамках применения данного спец. режима не представляется. Налоговый учет предприниматели ведут в книге учета доходов по патентной системе, форму и порядок заполнения которой должен утвердить Минфин России (п. 1 ст. 346.53 НК РФ).

Для большинства плательщиков, применяющих патентную систему, установлены пониженные тарифы страховых взносов, такие же, как при УСН. Однако предприниматели, которые сдают в аренду помещения, осуществляют розничную торговлю или оказывают услуги общепита, платят взносы по общеустановленным тарифам. Соответствующие изменения внесены в ст. 58 Федерального закона от 24.07.2009 № 212-ФЗ. При этом важно заметить, что в главе о патентной системе, в отличие от действующего порядка, не предусмотрена возможность уменьшения стоимости патента на страховые взносы на обязательное страхование. Это ухудшает положение налогоплательщиков, которые перейдут на патентную систему в 2013г., по сравнению с предпринимателями, применяющими в настоящее время УСН на основе патента.

Особо следует остановиться на переходных положениях. Срок действия уже выданных патентов и тех, что могут быть выданы до конца текущего года, заканчивается 31 декабря 2012г. (п. 3 ст. 8 Федерального закона от 25.06.2012 № 94-ФЗ (далее - Закон № 94-ФЗ)). Стоимость таких патентов будет снижена с учетом их фактического срока действия, а излишне уплаченная стоимость подлежит зачету или возврату в порядке ст. 78 НК РФ.

Специальный налоговый режим в виде патентной системы вводится законами субъектов РФ, которые должны быть опубликованы не позднее 1 декабря 2012 г. Предприниматель, который хочет получить патент с 1 января 2013 г., должен подать в инспекцию соответствующее заявление не позднее 20 декабря 2012 г. (п. п. 1 и 2 ст. 8 Закона № 94-ФЗ).

Список литературы.

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05. 08. 2000 № 117-ФЗ (ред. от 02. 10. 2012). Статья 346.25.1 «Особенности применения упрощенной системы налогообложения индивидуальными предпринимателями на основе патента». [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 01.09.2012.

2. Упрощенная система налогообложения на основе патента. [Электрон-

ный ресурс]//Режим доступа: <http://www.businessuchet.ru/>. Дата обращения 01.09.2012.

3. Упрощенная система налогообложения с 2013 г. [Электронный ресурс]//Режим доступа: <http://www.klerk.ru/buh/news/273957>. Дата обращения 01.09.2012.

4. Что такое упрощенная система налогообложения на основе патента. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://ipirip.ru/ART/USN-patent.php>. Дата обращения 01.09.2012.

Боброва Елена Александровна

к.э.н., доцент кафедры финансового учета

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: bobrova77@bk.ru

Авдеева Наталия Владимировна

студентка 4 курса факультета учета и информационных технологий

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: av-natali1992@mail.ru

УДК 657.1:[657:006.32]

Ю.А. Звягинцева, Т.В. Федорова

ЗНАЧЕНИЕ ПЕРЕХОДА ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА НА НОРМЫ МСФО

Введение МСФО является важнейшим шагом обеспечения информационной инфраструктуры рынка капитала в России, создания благоприятного инвестиционного климата и, соответственно, экономического роста. Приказом Минфина России от 25.11.11 № 160н на территории РФ введены в действие 63 документа МСФО. Это полный комплект международных стандартов и их разъяснений, действующих в отношении финансовой отчетности за 2012г. В статье рассмотрено значение перехода отечественной системы на нормы МСФО и приведены соответствия МСФО и ПБУ.

Ключевые слова: Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ), Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), консолидированная отчетность

Общемировая тенденция к созданию единого экономического пространства и целенаправленное развитие национальных экономик ведут к объективной необходимости унификации бухгалтерского учета и приведению основных принципов ведения бизнеса в соответствие с международными стандартами. Россия, как один из крупнейших мировых торговых партнеров, после вступления в ВТО вплотную подошла к повсеместному внедрению стандартов МСФО.

Введение МСФО является важнейшим шагом обеспечения информационной инфраструктуры рынка капитала в России, создания благоприятного инвестиционного климата и, соответственно, экономического роста.

В условиях рыночных отношений нормальное функционирование конкурентного рынка капитала возможно только при условии, что его участники обеспечены достоверной качественной информацией об объектах инвестиций. Основным источником такой информации является бухгалтерский учет, а точнее, бухгалтерская (финансовая) отчетность организации.

Сейчас еще нельзя утверждать, что Россия полностью перешла на МСФО. Требование о составлении, представлении и публикации финансовой отчетности по международным стандартам распространяется лишь на часть организаций, причем оно ограничено только применением в отношении консолидированной отчетности. В то же время именно консолидированная отчетность котирующихся компаний, а также банков и страховщиков – это тот продукт, который на рынке востребован инвесторами в первую очередь. Для составления именно этой отчетности применение МСФО имеет принципиальное значение.

За последние полвека в мировой практике бухгалтерского учета формировались такие требования к бухгалтерской отчетности, которые делают ее максимально полезной и удобной для принятия экономических решений неограниченным кругом пользователей. МСФО стали тем инструментом, с помощью которого эти требования формализуются с начала 70-х годов прошлого века. К сегодняшнему дню МСФО оказались наиболее распространенной и широко признанной в мире основой для обеспечения качества представляемой в отчетности информации и ее полезности для принятия экономических решений.

Первая попытка систематизации проблем адаптации МСФО в России была предпринята еще в середине 90-х годов прошлого века. Так как проблематика привязки МСФО к нашим условиям связана с решением целого ряда задач, которые требуют предварительной систематизации, была предпринята попытка формирования общей блок-схемы проблем адаптации МСФО в России. Было выделено семь групп, или блоков, проблем (рисунок 1).

Конечно, МСФО — это не идеал. Однако МСФО сегодня — это международный язык бизнеса. Чтобы получать выгоды от вовлеченности в мировую экономику, российский бизнес должен уметь говорить на этом языке.

В 1998 г. была принята «Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с МСФО», согласно которой целью реформирования учета было признано его приведение в соответствии с МСФО. По этой программе банковская сфера, как один из наиболее важных общественно-значимых институтов, была переведена на МСФО в соответствии с директивами Центробанка с 1 января 2004 г., а с 2005 г. все кредитные организации обязаны подготавливать отчетность в соответствии с нормами МСФО.



Рисунок 1 – Общая схема проблем адаптации МСФО в России (предлагаемой в середине 90-х гг. прошлого века)

Законодательной основой принятия МСФО в России стал Федеральный закон от 27.07.10 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности». В силу этого закона общественно значимые российские организации должны готовить, аудировать, представлять и публиковать годовую консолидированную финансовую отчетность, которая должна быть составлена в соответствии с МСФО.

Во исполнение Закона о консолидированной финансовой отчетности постановлением Правительства РФ от 25.02.11 № 107 утверждено Положение, в котором детально расписан механизм признания МСФО для применения на территории нашей страны. При разработке этого механизма использовался опыт принятия МСФО в других неанглоязычных странах, в частности, в Европейском Союзе.

В феврале 2011 г. вышло «Положение о признании международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» (Постановление Правительства РФ от 25.02.2011 №107).

В ноябре 2011 г. вышел Приказ «О введении в действие международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» (от 25 ноября 2011г. №160н).

Почти все представители финансовой и экономической сферы не раз слышали об этих стандартах, но не все знают и понимают, что они из себя представляют, как их применять, с какими трудностями можно столкнуться и к чему приведет переход на МСФО в России.

В таблице 1 приведены соответствия МСФО и ПБУ.

В настоящее время некоторые положения по бухгалтерскому учету содержат прямые ссылки на МСФО для решения отдельных вопросов. Например, п. 22 ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов» и п. 20 ПБУ 24/2011 «Учет затрат на освоение природных ресурсов» предписывают применять МСФО в вопросах обесценения внеоборотных активов, регулируемых этими положениями.

Таблица 1 – Соответствия МСФО и ПБУ

№	МСФО (IAS, IFRS)	ПБУ
1	2	3
1	МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности»	ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»
2	МСФО (IAS) 2 «Запасы»	ПБУ 5/01 «Учет материально-производственных запасов»
3	МСФО (IAS) 7 «Отчеты о движении денежных средств»	ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 23/2011 «Отчет о движении денежных средств»
4	МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских расчетах и ошибки»	ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности»
5	МСФО (IAS) 10 «События после отчетной даты»	ПБУ 7/98 «События после отчетной даты»
6	МСФО (IAS) 11 «Договоры подряда»	ПБУ 2/2008 «Учет договоров строительного подряда»
7	МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль»	ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций»
8	МСФО (IAS) 14 «Отчетность по сегментам»	ПБУ 12/2010 «Информация по сегментам»
9	МСФО (IAS) 16 «Основные средства»	ПБУ 6/01 «Учет основных средств»
10	МСФО (IAS) 17 «Аренда»	нет
11	МСФО (IAS) 18 «Выручка»	ПБУ 9/99 «Доходы организации» ПБУ 10/99 «Расходы организации»
12	МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам»	нет
13	МСФО (IAS) 20 «Учет государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи»	ПБУ 13/2000 «Учет государственной помощи»
14	МСФО (IAS) 21 «Влияние изменений валютных курсов»	ПБУ 3/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте»
15	МСФО (IAS) 23 «Затраты по займам»	ПБУ 15/2008 «Учет расходов по займам и кредитам»
16	МСФО (IAS) 24 «Раскрытие информации о связанных сторонах»	ПБУ 11/2008 «Информация о связанных сторонах»
17	МСФО (IAS) 26 «Учет и отчетность по пенсионным планам»	нет

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1	2	3
18	МСФО (IAS) 27 «Консолидированная и индивидуальная финансовая отчетность»	нет
19	МСФО (IAS) 28 «Учет инвестиций в ассоциированные компании»	нет
20	МСФО (IAS) 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции»	нет
21	МСФО (IAS) 30 «Раскрытие информации в финансовой отчетности банков и аналогичных финансовых учреждений»	нет
22	МСФО 31 «Финансовая отчетность об участии в совместной деятельности»	ПБУ 20/03 «Информация об участии в совместной деятельности»
23	МСФО (IAS) 32 «Финансовые инструменты: раскрытие и представление информации»	ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений»
24	МСФО (IAS) 33 «Прибыль на акцию»	нет
25	МСФО (IAS) 34 «Промежуточная финансовая отчетность»	ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации»
26	МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов»	ПБУ 21/2008 «Изменение оценочных значений»
27	МСФО (IAS) 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы»	ПБУ 8/01 «Условные факты хозяйственной деятельности»
28	МСФО (IAS) 38 «Нематериальные активы»	ПБУ 14/2007 «Учет нематериальных активов»
29	МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»	ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений»
30	МСФО 40 «Инвестиционная собственность»	нет
31	МСФО (IAS) 41 «Сельское хозяйство»	нет
32	МСФО (IFRS) 1 «Первое применение МСФО»	нет
33	МСФО (IFRS) 2 «Выплаты долевыми инструментами»	нет
34	МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса»	нет
35	МСФО (IFRS) 4 «Договоры страхования»	нет
36	МСФО (IFRS) 5 «Выбытие внеоборотных активов, удерживаемых для продажи, и прекращенная деятельность»	ПБУ 16/02 «Информация по прекращаемой деятельности»
37	МСФО (IFRS) 6 «Разведка и оценка запасов полезных ископаемых»	ПБУ 24/2011 «Учет затрат на освоение природных ресурсов»
38	МСФО (IFRS) 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации»	нет
39	МСФО (IFRS) 8 «Операционные сегменты»	ПБУ 12/2010 «Информация по сегментам»
40	Нет	ПБУ 17/02 «Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы»

Наиболее важная, можно сказать фундаментальная, ссылка на МСФО содержится в ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации». В соответствии с п. 7 этого документа, если по конкретному вопросу в нормативных правовых актах

не установлены способы ведения бухгалтерского учета, то при формировании учетной политики организацией осуществляется разработка соответствующего способа, исходя из норм ПБУ 1/2008 и иных положений по бухгалтерскому учету, а также Международных стандартов финансовой отчетности. При этом иные положения по бухгалтерскому учету применяются для разработки соответствующего способа в части аналогичных или связанных фактов хозяйственной деятельности, определений, условий признания и порядка оценки активов, обязательств, доходов и расходов.

Применение других ПБУ ограничено аналогичными или связанными фактами. В большинстве случаев в учете неурегулированных ситуаций придется обращаться к МСФО. Хочется обратить внимание на то, что приведенная норма не просто разрешает, а предписывает обращаться к МСФО. Иными словами, российские организации должны применять правила МСФО во всех случаях, не урегулированных ПБУ.

Данное требование действует с 2009г. Однако появление такой, можно сказать, «революционной» нормы до сих пор оставалось практически незамеченным. И действительно, отсылка к документам, выпускаемым частной иностранной организацией на иностранном языке, доступ к которым возможен лишь на платной основе, мало кем могла восприниматься всерьез. До их официального принятия МСФО не являлись легитимной частью нормативной базы Российской Федерации.

До настоящего времени Минюст России неоднократно регистрировал отсылки к МСФО, причем не только в нормах, направленных на решение отдельных вопросов, как в ПБУ, но и требования составления финансовой отчетности по МСФО в целом. Например, серия приказов ФСФР России (от 15.12.04 № 04-1245/пз-н, 09.10.07 № 07-102/пз-н (зарегистрирован в Минюсте России 14.11.07 № 10489), 28.12.10 № 10-78/пз-н (зарегистрирован в Минюсте России 25.03.11 № 20295)) содержит требования к российским эмитентам ценных бумаг для включения в котировальные списки определенных уровней на российских биржах представлять финансовую отчетность по МСФО или по ОПБУ США (US GAAP). Банк России также выпускал нормативные документы, требующие от кредитных организаций составления отчетности по МСФО с 2004г. Все указанные требования выпускались при отсутствии самих текстов МСФО. И, конечно, до официального принятия этих текстов в легитимности таких требований оставались сомнения, несмотря на регистрацию документов в Минюсте России.

Переход на МСФО можно сравнить со вступлением России в ВТО. Медленными, но верными шагами Россия достигла все-таки своей цели, хотя были и остаются как противники вступления, так и сторонники. Но, в любом случае, Россия является частью мировой экономики, поэтому и необходимо стремиться к интернациональным единым стандартам и требованиям.

Сложность перехода на МСФО в России заключается в том, что МСФО составляются зарубежным комитетом в Великобритании. Наша правовая база меняется нашими законодателями, изменения же Комитета по МСФО должны будут автоматически приняты российским законодательством, что ставит Рос-

сию в полную зависимость от решений британского органа. И даже в случае принятия, будет иметь место временное отставание, так как существует определенный временной лаг между утверждением изменений Комитетом по МСФО и утверждением новых требований в национальном законодательстве.

При переходе на МСФО компании приобретут иностранные инвестиции, высокую информативность отчетности и полезность для пользователей. Также это необходимо для дочерних компаний с иностранным капиталом для включения трансформированной финансовой отчетности в консолидированную отчетность материнских компаний.

Иностранные инвесторы зачастую побаиваются и не готовы всерьез прийти на российский рынок, пока не увидят улучшений в части корпоративной прозрачности.

В России отчетность формируется, в основном, для государственных органов, в частности для налоговых и статистических. Отчетность согласно МСФО отвечает интересам рыночной экономики. Отчетность по РСБУ четко стандартизирована, а по МСФО – в каждом финансовом институте уникальна и неповторима. Поэтому, можно сказать: то, что понятно государству как регулирующему органу, то не поймет инвестор.

МСФО, с одной стороны, не являются жесткими и строгими стандартами и позволяют принимать решения самим бухгалтерам, но в то же время они несут в себе глубокий смысл.

Естественно, переход на МСФО – это затратная часть бюджета компании, которая будет включать в себя и переобучение сотрудников, и программное обеспечение, и аудит отчетности. Но затраты на начальном этапе могут принести большие доходы в будущем.

Переход российских компаний на МСФО важен не только инвесторам, но и руководству компаний и государству.

Государству это важно, так как организации, применяющие МСФО, будут привлекать иностранных клиентов, соответственно, это оживит российскую экономику и увеличит поступления в бюджет.

Руководство компаний будет получать достоверную, полную и объективную информацию финансовой отчетности, не прибегая к дополнительным аналитическим операциям.

Результаты опроса, проведенного среди руководителей организаций о введении обязательного предоставления финансовой отчетности в соответствии с МСФО, представлены на рисунке 2:

Минфин России заключил с Фондом МСФО соглашение, по которому последний передал в Минфин России тексты документов МСФО на русском языке. Была проведена экспертиза их применимости в РФ специально выбранным для этого экспертным органом. Подтверждена применимость всех представленных на экспертизу документов. Конечно, результаты экспертизы были вполне ожидаемы, поскольку Россия является не первой страной, в правовую систему которой вводятся МСФО. Вряд ли у нас можно отыскать такие специфические факторы, которые препятствовали бы внедрению или требовали кор-

ректировки МСФО при условии, что в других странах в отношении их не нашлось препятствий для внедрения или необходимости корректировок.

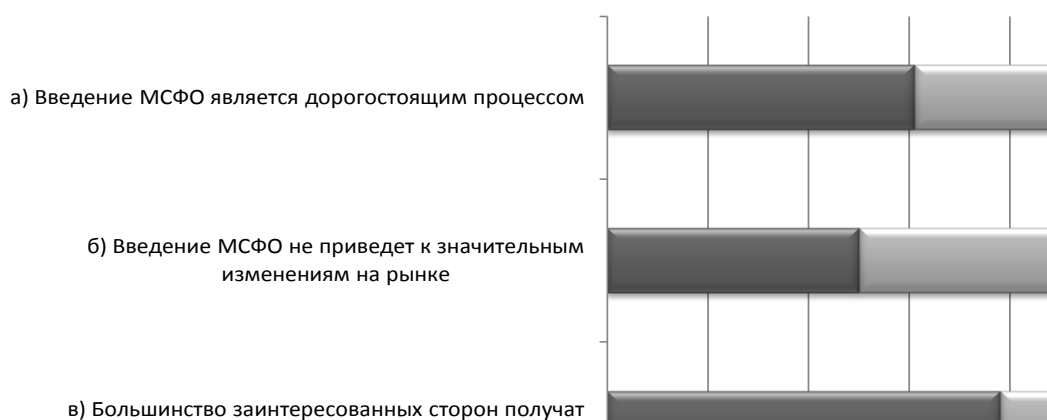


Рисунок 2 – Результаты опроса руководителей организаций о введении обязательного предоставления финансовой отчетности в соответствии с МСФО

Каждый новый поступающий от Фонда МСФО стандарт, разъяснение или поправка в действующие стандарты будет подвергаться такой же доскональной проверке на их применимость в России, какой был подвергнут первый пакет. Только на основе результатов экспертизы Минфин России по согласованию с Банком России и Федеральной службой по финансовым рынкам РФ принимает приказ о введении в действие в нашей стране документов МСФО.

Переход на МСФО является важнейшим шагом на пути реформирования российского бухгалтерского учета, превращения его в эффективный инструмент создания качественной, полезной и востребованной информации.

Список литературы:

1. Федеральный Закон «О консолидированной финансовой отчетности» от 27.07.10 № 208-ФЗ. [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

2. Постановление Правительства РФ «Положение о признании международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» от 25.02.2011 №107. [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

3. Приказ «О введении в действие международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации» от 25 ноября 2011 г. №160н. [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской

науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

4. Шнейдман, Л.З. Новый закон о бухгалтерском учете: правовая основа регулирования учета и применения МСФО в стране [Текст] / Л.З.Шнейдман // Бухгалтерский учет. – 2012. - № 2. – С.6-10;

5. Сухарев, И.Р. Значение введения МСФО в России [Текст] / И.Р.Сухарев // Бухгалтерский учет. – 2012. - № 3. – С.7-13.

***Звягинцева Юлия Александровна**
студентка 4 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: julia-zvyaginцева@mail.ru*

***Федорова Татьяна Владимировна**
к.э.н., доцент кафедры финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: tatiyana.72@mail.ru*

УДК 005.21:334.012.64

Н.А. Илюхина, К.Н. Кривченкова

ОПТИМИЗАЦИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Данная статья посвящена стратегическому менеджменту как концепции, не так давно появившейся в практике менеджмента. В первую очередь стратегический менеджмент рассматривает проблемы роста и выживания крупных организаций. Но в настоящее время, когда малые предприятия играют столь существенную роль, их потребности в стратегическом менеджменте уже нельзя игнорировать. Статья направлена на формирование концептуальных подходов к определению позиции стратегического менеджмента на малых предприятиях.

Ключевые слова: стратегический менеджмент, малое предприятие, бизнес-стратегия.

Стратегический менеджмент – это концепция, не так давно появившаяся в практике менеджмента. В первую очередь стратегический менеджмент рассматривает проблемы роста и выживания крупных организаций, но в настоящее время, когда малые предприятия играют столь существенную роль, их потребности в стратегическом менеджменте уже нельзя игнорировать.

С исследовательских, аналитических позиций можно выделить четыре периода эволюции теорий стратегического менеджмента.

1. Ранний этап (большое внимание уделяется внутренним факторам);
2. Экономика организации промышленности;

3. Организационная экономика;
4. Ресурсный подход.

В стратегическом менеджменте доминирующая парадигма характеризуется двумя основными принципами: формирование стратегии и ее применением. Стратегия представляет собой унифицированный всеобъемлющий план и интегрированный план, который соотносит стратегические преимущества компании с вызовами и возможностями ее внешней деловой среды. Он строится таким образом, чтобы его должное исполнение обеспечивало достижение целей компании. Существует четыре подхода к стратегии: классический, процессный, эволюционный, системный [1].

Для того чтобы быть эффективным, особенно на малых предприятиях, процесс стратегического менеджмента не всегда должен придерживаться строго формального порядка. Как показывают исследования, компании, которые часто прибегают к стратегическому менеджменту, как правило, действуют более успешно, нежели те, кто им не пользуются. Стратегический менеджмент позволяет организации действовать превентивно, предпринимать профилактические действия, не ограничиваясь только ответными шагами, повышает ее готовность с уверенностью встретить как поддающиеся контролю, так и неконтролируемые ситуации. Стратегический менеджмент обеспечивает четкое стратегическое видение и придает смысл миссии компании. Наличие ясного видения создает синергию и объединяет в один поток всю энергию организации. Это помогает эффективно доносить до всех работников планы организации, тем самым, обеспечивая их готовность решать организационные задачи.

Стратегический менеджмент позволяет оценить сильные и слабые стороны организации и сосредоточиться на стратегически важных направлениях. Оценивая эффективность реализации стратегии, организация получает необходимую информацию о том, насколько стратегия соответствует внешним условиям среды; это позволяет понять природу происходящих во внешней деловой среде изменений и привнести в стратегический процесс этические аспекты и корпоративную социальную ответственность.

Существуют три уровня стратегии [2]:

1. Стратегия корпоративного уровня. Это стратегия для компании, действующей в нескольких сферах бизнеса; она определяет общие параметры бизнеса с точки зрения рынков и продуктов. В нее включаются все стратегии бизнеса и функциональные стратегии компании.

2. Уровень бизнес-стратегии. Бизнес-стратегии направлены на создание конкурентного преимущества в каждом из независимых стратегических подразделений компании.

3. Стратегия функционального уровня компании. Функциональная стратегия связана с такими функциональными сферами фирмы, как производственные процессы, маркетинг, финансовые и человеческие ресурсы, исследования и разработки.

Разработка и формирование стратегии, естественно, представляют собой одну из основных задач менеджеров. Это особенно верно применительно к ма-

лому бизнесу, где управляющий или владелец-руководитель изначально ответственны за разработку бизнес-стратегий: именно они занимаются принятием стратегических решений. Таким образом, необходимо изучать, как руководители малых предприятий разрабатывают и реализуют бизнес-стратегии.

Как стадию стратегического менеджмента разработку стратегии часто называют стратегическим планированием или планированием на долгосрочную перспективу; эта стадия связана с разработкой миссии, целей и стратегий. Ряд исследователей предполагают, что процесс формирования стратегии в организации включает три основных элемента: разработку стратегического видения и миссии бизнеса, разработку стратегических целей организации и разработку бизнес-стратегий.

На первом этапе разработки стратегии определяется корпоративная миссия. Четко сформулированная миссия способствует распространению среди сотрудников чувства общих ожиданий и служит формированию и распространению имиджа фирмы в сознании важных заинтересованных лиц, которые тем или иным образом могут влиять на цели компании. Стратегическое видение определяет то, чем компания должна стать в будущем, тогда как миссия отражает главное ее намерение в настоящем и объясняет причины ее существования, природу бизнеса, в котором она действует, а также указывает, каких именно потребителей она стремится привлечь, обслужить и удовлетворить. Принимая эту точку зрения, можно утверждать, что миссия – обобщенная формулировка главной цели или намерения фирмы, фундаментальных причин ее присутствия в данном бизнесе.

На втором этапе формирования стратегии определяют достижимые цели. Предполагается, что владелец-управляющий малого предприятия должен установить цели своей фирмы на основе текущих и прогнозируемых возможностей. Эти цели должны обеспечить направление будущей деятельности и инвестиций. Указанные исследователи утверждают также, что следует сформулировать стратегии, определить порядок процедур и установить бюджет, причем все это должно быть направлено на поддержку достижения поставленных целей фирмы. Без установленных целей стратегии малых предприятий не смогут выбрать правильное направление. В этом смысле цели могут рассматриваться как конечный результат планируемой деятельности.

Именно цели бизнеса приводят формулировку миссии в плоскость конкретных задач, определяющих направление и суть деятельности фирмы. Практически во всех случаях цели превращают общие места формулировок миссий в конкретные обязательства фирмы. В целом же цели бизнеса могут быть достигнуты как в долгосрочной перспективе, так и в средне- и краткосрочной. К числу целей можно отнести прибыльность, удовлетворенность персонала своей работой, производительность труда, организационную эффективность, удовлетворение клиентов, социальную ответственность и разработку технологий.

Некоторые делают упор на составление списка количественных и измеримых целей, тогда как другие предпочитают фиксировать сочетание количественных и качественных показателей. Следует подчеркнуть, что в настоящее

время существуют некоторые цели, которые трудно измерить количественно; к их числу можно отнести удовлетворенность персонала своей работой и организационную эффективность. Однако независимо от природы целей для малых предприятий очень важно разработать формулировку миссии и в соответствии с ней определить перечень целей. Цели фирмы должны отражать ее миссию. Миссия и стратегическое видение должны учитывать сильные и слабые стороны фирмы, возможности и фактические или потенциальные угрозы, с которыми она сталкивается.

Стратегические цели фирмы должны включать в себя ответы на четыре основных вопроса: что? кто? когда? сколько именно? Иначе говоря, цели должны включать выходы и результаты (что?), ясно указывать на целевые группы или рынки (кто?), соответствовать условиям и временным ограничениям (когда?) и, наконец, устанавливать стандарты и критерии оценки эффективности действий (сколько именно?). В малом бизнесе цели должны быть сфокусированными на приоритетах бизнеса [3].

Итак, третий этап процесса формулирования стратегии – разработка самой стратегии. После того как стратеги компании сумели разработать формулировку миссии и установить стратегические цели в свете проведенного анализа деловой окружающей среды, они могут приступать непосредственно к разработке стратегий бизнеса. Разработка стратегии, как правило, связана с определением того, насколько фирма соответствует своей деловой среде. Этот процесс заключается в определении возможностей фирмы и одновременно – потребностей отрасли, так, чтобы фирма могла их удовлетворить, хорошо вписываясь в деловую среду.

Разработка стратегии представляет собой довольно трудную задачу. Ее решение требует осознания и осмысления деловой окружающей среды и детального анализа текущего состояния деловой окружающей среды и детального анализа текущего состояния самой фирмы, особенно управляющим (руководителем); впрочем, как и все другие управленческие навыки, этот развивается с приобретением опыта практической деятельности. Для малых предприятий окончательное решение по стратегиям принимает владелец-руководитель или управляющий. Было установлено, что осмысление руководителем малого предприятия деловой окружающей среды в стратегическом плане может иметь большое значение для разработки успешной стратегии.

Исследователи обнаружили, что когда руководителю малого предприятия не хватало умения стратегически осмыслить деловую окружающую среду, его фирма, как правило, действовала с низкой эффективностью. Чтобы разработать эффективную стратегию, специалисту по стратегиям следует ответить на ряд базовых вопросов. Процесс разработки стратегии связан с поиском ответов на десять основных вопросов, выходящих за пределы SWOT-анализа [4]:

1. Какой именно продукт предлагает на продажу ваша фирма?
2. На каких потребителей и на какой рынок рассчитана ваша продукция?
3. Почему покупатели нуждаются в предлагаемом вами обслуживании?
4. Кто ваши основные конкуренты? Какова их доля рынка?

5. В чем заключаются главные сильные стороны ваших конкурентов?
6. Каковы основные слабые стороны ваших конкурентов?
7. Каковы технические альтернативы вашего продукта (услуги)?
8. В чем заключается сила вашей фирмы?
9. В чем состоит ее слабость?

10. В свете ответов на предыдущие вопросы, какие стратегии следует применить, чтобы наиболее полно использовать ваши сильные стороны и воспользоваться преимуществом слабости ваших конкурентов?

В интересах разработки адекватной стратегии стратег МСП должен найти ответы на данные вопросы, учитывая результаты отраслевого анализа, ресурсы фирмы, а также принимая во внимание стратегические цели малого предприятия. Ответы на эти вопросы могут служить для специалистов по стратегиям руководством, помогающим в их практике.

Стратегическое планирование имеет важное значение для долгосрочного роста развития мелких высокотехнологичных компаний. У фирм, применяющих формальные и неформальные процессы стратегического планирования, наблюдается улучшение основных показателей деятельности по сравнению с фирмами, не осуществляющими стратегическое планирование. Это касается оборота, темпов роста, успехов в достижении целевой прибыли и корпоративных целей. Планирование помогает стратегу малого предприятия выявлять сильные стороны и компетенции и создавать своей фирме конкурентное преимущество. Выявление сильных и слабых сторон бизнеса помогает владельцу-управляющему разрабатывать альтернативные стратегии для конкуренции в пределах своей отрасли. Кроме того, планирование также создает оперативные инструменты, предназначенные для достижения организационных и финансовых целей малого бизнеса. Например, при помощи одного из инструментов планирования можно спрогнозировать будущее малого бизнеса по объему продаж или производства. Другой пример инструмента планирования – прогнозирование посредством разработки сценариев, что включает рассмотрение набора возможных планов развития на будущее, предназначенных для различных прогнозируемых ситуаций.

Процесс бизнес-планирования определяет, как владельцы и руководители бизнеса трансформируют свои личные цели в бизнес-цели и затем стараются достичь их, следуя логически последовательному процессу. Первый шаг бизнес-планирования показывает, как личные цели владельца-руководителя или управляющего малого предприятия наряду с корпоративными целями выявляются в процессе обсуждений и оценки. Затем управляющие малым бизнесом осуществляют анализ внешней и внутренней окружающей среды деятельности компании, чтобы выявить сильные и слабые стороны фирмы, возможности и угрозы внешней среды (т.е. проводят SWOT-анализ). Его результаты помогают определить место фирмы на рынке, а также сильные и слабые стороны ее конкурентов.

В свете полученных результатов стратегии малого предприятия могут определить компетенции и конкурентные преимущества своего бизнеса. На

следующем шаге проводится анализ потребителей, позволяющих определить целевые рынки фирмы и целевые группы потребителей. В соответствии с этим фирма должна разработать свою маркетинговую стратегию и составить комплекс мероприятий маркетинга. Маркетинговый комплекс показывает, что представляет собой продукт и (или) услуга компании. Каковы методы ценообразования и тактика продвижения? Где фирма намеревается действовать и каким образом она собирается продавать свои товары и услуги? Следующий шаг – разработка операционного маркетингового плана и, наконец, определение операционных потребностей. Бизнес-план подобен дорожной карте и инструменту, он указывает путь от исходной точки до конечного пункта. Процесс планирования бизнеса можно уподобить чтению карты: сначала определить свои координаты, затем место, где вы хотите находиться, а затем уже приступить к прокладыванию маршрута. Процесс планирования бизнеса связан с решением трех основных проблем [5]:

1) понять, где вы находитесь в данный момент (т.е. каково нынешнее положение фирмы);

2) решить, где следует находиться (т.е. какое положение желательно занять фирме в будущем);

3) спланировать, как добраться к месту назначения (т.е. составить план мероприятий, направленных на достижение желаемого положения).

Всякий раз, когда мы обращаемся к долгосрочному планированию бизнеса, это означает, что мы занимаемся стратегическим планированием. Стратегическое планирование – это постоянный процесс, посредством которого руководители малого бизнеса разрабатывают бизнес-стратегии и поддерживают конкурентоспособность своей фирмы на рынке. В принципе использование стратегического планирования в малом бизнесе более или менее ограничено. Несмотря на это, ряд специалистов утверждают, что руководители и управляющие малым бизнесом обязаны осуществлять процесс стратегического планирования. Одна из важных причин этого заключается в том, что, как правило, владелец-руководитель малого предприятия считается главным стратегом своей фирмы и ему принадлежит последнее слово в принятии важных решений. Хотя в процесс подготовки бизнес-плана должны быть вовлечены многие сотрудники на разных уровнях фирмы, только владелец-руководитель МСП ясно представляет себе перспективы своего бизнеса, несет ответственность за постановку целей, обладает полной информацией из внешних и внутренних источников, наконец, именно этот человек делает окончательный выбор бизнес-стратегии фирмы.

Применение стратегического менеджмента в малом бизнесе может определяться влиянием как организационных факторов, так и факторов воздействия внешней деловой среды. Стратегический менеджмент развивающейся фирмы определяется влиянием пяти основных факторов [6, 7]:

– времени, которое стратегический менеджер может уделить данному процессу;

– потребности в принятии решений;

– направления внутренней политики фирмы;

- неопределенности внешней деловой среды деятельности;
- видения предпринимателя-руководителя фирмы.

Некоторые ученые даже предполагают, что именно тщательный учет этих факторов обеспечивает эффективность стратегического менеджмента в малом бизнесе. В общем, несмотря на критику, ряд специалистов подобного подхода все модели стратегического планирования, предназначенные для малого бизнеса, разделяет на два основных теоретических направления: рациональные модели и модели интуитивной разработки стратегии. Рассмотрим теоретические основы обоих направлений.

Рациональная модель стратегии рассматривает процесс разработки стратегии как формальный вид деятельности, в рамках которой основное внимание уделяется связи между внешней средой бизнеса и организацией. Эта модель рассматривает достижение так называемого «стратегического соответствия» (условиям внешней и внутренней деловой окружающей среды) как одну из важных задач, которые призван решать стратег.

Вторая модель – это модель интуитивной разработки стратегии. Модель интуитивной разработки стратегии сосредоточена на внутренних параметрах организации, таких как культура, стиль руководства, политика в отношении человеческих ресурсов. В соответствии с этой моделью формальное стратегическое планирование со временем утрачивает свое значение, преимущественно из-за динамичности внешней среды, когда ключевыми условиями для выживания компании становятся способность к инновативности и гибкости.

В заключение можно сказать, что стратегическое планирование – это одна из функций управления, которая представляет собой процесс выбора целей организации и путей их достижения. Стратегическое планирование обеспечивает основу для всех управленческих решений, функции организации, мотивации и контроля, ориентированных на выработку стратегических планов.

Список литературы:

1. Альтшулер, И. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации [Текст] /И. Альтшулер. - М.: Вершина, 2009 – 254 с.
2. Внедрение сбалансированной системы показателей [Текст] /Horvath & Partners.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 – 484 с.
3. Котельников, В.Ю. Стратегическое управление. Принципиально новые подходы для эпохи быстрых перемен [Текст] / В.Ю. Котельников. - М.: Эксмо, 2010. – 176 с.
4. Миддлтон, Дж. Библиотека избранных трудов о стратегии бизнеса: Пятьдесят наиболее влиятельных идей всех времен [Текст] /Дж. Миддлтон. – М.: Олимп-Бизнес, 2009 – 216 с.
5. Репин, В.В. Бизнес-процессы: Регламентация и управление [Текст] / В.В.Репин, Е.Г. Елиферов– М.: ИНФРА-М, 2008- 559 с.: ил.
6. Томпсон-мл., А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации [Текст] /А.А.Томпсон-мл., Ш. А. Дж. Стрикленд - М.: Вильямс, 2011– 386 с.

7. Хамел, Г. Конкурируя за будущее: Создание рынков завтрашнего дня [Текст]: учебное пособие. / Г.Хамел, К. Прахалад – М.: Олимп-Бизнес, 2011. – 480 с.

Илюхина Наталия Александровна

к.э.н., доцент кафедры финансового учета

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: ilyukhina.orel@mail.ru

Кривченкова Кристина Николаевна

студентка 4 курса факультета управления

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: kristofer_r@mail.ru

УДК 001.895:339. 564

Е. Ю. Подделкова, Н.А. Лытнева

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ В УПРАВЛЕНИИ ЭКСПОРТОМ ТОВАРА ЧЕРЕЗ ПОСРЕДНИКОВ В СИСТЕМЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

Большинство экспортных сделок совершается с участием посреднических организаций. Данная форма продажи основана на отношениях представительства, предусматривающих оказание экспортерам доверенными лицами услуг по продвижению их товаров на внешний рынок. Рассмотрим особенности инновационных подходов в управлении экспортных операций, организаций малого бизнеса, осуществляемых через посредников: поверенных, комиссионеров или агентов.

Ключевые слова: посредники, привлечение посредников, компании-экспортеры, распределение, дистрибьюторы, экспортная деятельность, оценка посредников, внешний рынок, зарубежные рынки, сбытовая деятельность, сбыт, привлечение посредников

Большинство экспортных сделок совершается с участием посреднических организаций. Проблемы привлечения посредников компаниями-экспортерами и взаимодействия с ними на внешних рынках имеют весьма важное значение с позиции обеспечения эффективности управления экспортом.

В международной торговле с участием посредников осуществляется более половины международного товарообмена. Посредником называется юридическое или физическое лицо, стоящее между продавцом и покупателем товара, оказывающее определенные услуги продавцу или покупателю на основании заключенного между ними договора. К посредническим услугам относятся поиск иностранного контрагента, подготовка и совершение сделки, транспортно-экспедиторские услуги, страхование, кредитно-финансовое обслуживание, выполнение таможенных формальностей, осуществление мероприятий по продвижению товара на внешний рынок и др.

Компании, которые занимаются экспортной деятельностью либо планируют ею заниматься, стоят перед выбором: кому доверить важные экспортные функции — собственным сотрудникам или сотрудникам других компаний (компаний-посредников, с которыми в таком случае заключаются контракты).

К основным экспортным функциям относятся:

- стимулирование сбыта, получение заказов, исследование рынков;
- выполнение кредитных исследований, проведение платежей и инкассации поступлений;
- организация грузоперевозок за границу;
- поддержка персонала компании, которая занимается сбытом и рекламированием.

Обычно труд посреднических организаций оплачивается довольно высоко, поэтому компании-экспортеры нередко практикуют привлечение посредников лишь на начальном этапе своей экспортной активности. Впоследствии многие компании в состоянии создать свое собственное подразделение, которое будет выполнять соответствующие функции, однако на начальном этапе сделать это бывает достаточно проблематично. Сторонние специалисты могут принести значительную пользу при подготовке экспортной и таможенной документации, выборе оптимального варианта транспортирования экспортной продукции и др.

Принимая решение о том, что будет целесообразнее: продавать товары собственными силами или привлечь стороннюю организацию, — необходимо опираться на следующие факторы:

- характер экспортируемой продукции;
- размеры компании-экспортера;
- прежний опыт и практика компании-экспортера;
- особенности конъюнктуры зарубежных рынков, на которые ориентируется компания-экспортер;
- степень важности контроля экспортной деятельности.

Если предприятию пришлось прибегнуть к помощи сторонних посредников, то его руководству следует проводить непрерывный мониторинг объемов продаж, чтобы определить момент, когда компания сможет самостоятельно распределять свою продукцию. Переход к прямому (силами самой компании) распределению обусловлен не только объемом продаж, но и другими обстоятельствами.

К одному из таких обстоятельств относится характер товара. Если товар имеет высокую цену, характеризуется высокой технологичностью и требует эксплуатационного обслуживания (к примеру, самолеты), то желательно наладить прямой контакт с потребителем. Здесь можно прибегнуть к помощи иностранного партнера для установления наиболее оптимальных направлений продаж при осуществлении торговых операций на международном уровне.

Встречаются ситуации, когда компания предлагает потребителям по всему миру сложную продукцию. К примеру, она продает автомобильные узлы

одной и той же компании, производящей автомобили в разных странах. Такой сбыт может быть прямым, т.е. в этом случае производитель узлов реализует их напрямую «глобальному покупателю».

Таким образом, переход компании к распределению своими силами обычно диктуется такими обстоятельствами, как:

- 1) достижение высоких объемов продаж;
- 2) необходимость прямого контакта с потребителями в связи с особым характером продукции;
- 3) наличие покупателей предлагаемой компанией продукции во многих странах;
- 4) наличие возможности получения конкурентных преимуществ;
- 5) избавление от сложностей работы с посредниками.

Тем не менее, из-за небольшого опыта внешнеэкономической деятельности и других причин российские организации осуществляют экспортные операции через посреднические организации, привлекая внешнеторговых посредников, заключая с ними договоры поручения, комиссии или агентирования. Сравнительная характеристика посреднических договоров представлена в таблице 1. Общим для вышеуказанных форм посредничества является то, что поверенный, агент и комиссионер выполняют юридические действия для экспортера за его счет. Однако между ними существует ряд отличий. Так, комиссионер совершает в пользу экспортера более узкий круг юридических действий (только сделки по продаже товаров на внешнем рынке). Поверенному могут быть поручены и другие услуги, например предъявление иска импортеру от имени экспортера и т.д.

Специфика заключаемых договоров оказывает влияние на порядок ведения бухгалтерского учета экспортных операций. Несмотря на осуществление операций через посредников, первичными документами, отражающими экспорт продукции, являются: накладные, счета-фактуры и иные документы, которые свидетельствуют о приобретении сырья, материалов, работ, услуг, используемых для производства продукции на экспорт, контракт купли-продажи с иностранным покупателем, счет-фактура российского продавца, грузовая таможенная декларация (декларация на товары); транспортные накладные, подтверждающие передачу товаров перевозчику (международные авиа-, авто-, железнодорожные накладные, коносамент).

Посредник, исполнив поручения экспортера, обязан представить ему отчет с указанием времени перехода права собственности на отгруженные товары к иностранному покупателю (в случае, если грузоотправителем выступает посредник); сумм полученной экспортной выручки (авансов) и времени их зачисления на транзитный валютный счет (в случае, если посредник принимает участие в расчетах с иностранным покупателем); сумм произведенных расходов, подлежащих возмещению экспортером.

Для своевременного отражения в бухгалтерском учете организации-экспортера своих обязательств, расходов, доходов целесообразно устанавливать в договоре срок передачи отчета не реже одного раза в месяц.

Независимо от грузоотправителя экспортной продукции иностранному покупателю причитающиеся от него денежные средства полностью принадлежат организации-экспортеру, которая должна признать доход от продажи на всю сумму экспортной выручки на синтетическом счете 90 «Продажи», субсчет 1 «Выручка», на открытом для учета экспортных операций аналитическом счете «Экспортная выручка».

Инструкцией Банка России от 30.03.2004 N 111-И «Об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке Российской Федерации» (далее - Инструкции) установлено, что валютная выручка, поступившая по сделкам на транзитные валютные счета посредников, подлежит идентификации ими с обязательным представлением в уполномоченные банки справки, указанной в п. 3.4 Инструкции. Кроме того, она может быть списана (за вычетом комиссионного вознаграждения посредников) с транзитных валютных счетов посредников на транзитные или текущие валютные счета резидентов-комитентов и принципалов.

Посредники могут оплачивать со своих транзитных валютных счетов следующие расходы в иностранной валюте:

- 1) расходы на транспортировку, страхование и экспедирование грузов;
- 2) комиссионные вознаграждения кредитным организациям, а также за исполнение функций агентов валютного контроля и др.

Суммы комиссионного вознаграждения посредников по договорам, заключенным с резидентами-комитентами и принципалами, зачисленные на транзитные валютные счета посредников, перечисляются на текущие валютные счета посредников. Сравнительная характеристика посреднических сделок представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика посреднических сделок

Признак	Виды договоров		
	Договор поручения	Договор комиссии	Агентский договор
1	2	3	4
Наименование экспортера	Доверитель	Комитент	Принципал
Наименование посредника	Поверенный	Комиссионер	Агент
Предмет договора	Юридические действия	Сделка (одна или несколько)	Юридические или иные действия
Срок договора	Определенный или неопределенный	Определенный	Определенный или неопределенный
Возмездность договора	Возмездный, если иное не предусмотрено договором	Возмездный	Возмездный
Способ оформления полномочий посредника	Доверенность, договор	Договор	Договор

1	2	3	4
Участие посредника в расчетах с импортером	Не участвует	Вопрос решается в договоре комиссии	Вопрос решается в агентском договоре
Ответственный по сделке перед импортером	Доверитель	Комиссионер	Агент или принципал
Ответственность посредника перед экспортером за действия импортера	Не возникает	Возникает при условии поручительства комиссионера перед комитентом	Вопрос решается в агентском договоре
Отчет посредника	Обязан представить отчет с приложением оправдательных документов	Обязан представить отчет	Обязан представить отчеты

Таким образом, при осуществлении экспортной операции через посредника совершаются две сделки: продажа товаров импортеру и продажа посреднической услуги экспортеру, стоимость которой является доходом для одной стороны (посредника) и расходом для другой (экспортера). Оставляя посреднику часть денежных средств, экспортер тем самым расплачивается за приобретенную услугу без уменьшения своей выручки.

Проанализируем экспортные операции по договорам комиссии у комитента. Комиссионер на основании договора комиссии заключает контракт с иностранным покупателем от своего имени, но за счет комитента. Права и обязанности по контракту приобретает комиссионер. Расчеты с иностранным покупателем проводит комиссионер, экспортная выручка зачисляется на его транзитный валютный счет. При этом расходы, связанные с экспортом товаров (перевозка, страховка, экспедирование, хранение в пути, погрузка, разгрузка, перевалка, таможенное оформление и т.п.), могут оплачиваться в иностранной валюте как комиссионер, так и комитент, в зависимости от условий договора комиссии.

Комитент, который в соответствии с Гражданским Кодексом Российской Федерации (далее ГК РФ) остается собственником экспортного товара, отражает в бухгалтерском учете операции по движению продукции и ее продаже, а также расчеты с комиссионером за поставленный товар. Комиссионер как контрактодержатель ведет учет расчетов с иностранным покупателем, а также расчетов с комитентом. Поскольку, согласно ГК РФ, к нему не переходит право собственности на экспортируемую продукцию, он не является собственником и экспортной выручки. Поэтому выручка от экспорта продукции принадлежит комитенту, и комиссионер должен отдать комитенту все полученное по сделке за исключением комиссионного вознаграждения и тех сумм, которые он уплатил в связи с реализацией товара за счет комитента. Кроме того, комиссионер отражает в учете реализацию на сумму комиссионного вознаграждения.

Выручка от продажи продукции, согласно п. п. 5 и 6 Положения по

бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99, утвержденного Приказом Минфина России от 06.05.1999 N 32н, у комитента является доходами от обычных видов деятельности, которые принимаются к бухгалтерскому учету в сумме, исчисленной в денежном выражении, равной величине поступления денежных средств и иного имущества и (или) величине дебиторской задолженности. В бухгалтерском учете выручка признается при возникновении условий, установленных п. 12 ПБУ 9/99, одним из которых является переход права собственности на продукцию к покупателю.

После исполнения комиссионером принятого на себя поручения у комитента возникает обязанность по начислению и уплате комиссионного вознаграждения. Согласно п. 5 Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99, утвержденного Приказом Минфина России от 06.05.1999 N 33н, к расходам по обычным видам деятельности относятся расходы, связанные с изготовлением продукции и продажей продукции, приобретением и продажей товаров, и соответственно они подлежат учету на счетах учета затрат. Расходы организации на уплату комиссионного вознаграждения, в соответствии с п. 5 ПБУ 10/99, также являются расходами по обычным видам деятельности, так как они непосредственно связаны с процессом продажи продукции.

На основании ст. 1001 ГК РФ комитент обязан, помимо уплаты комиссионного вознаграждения, возместить комиссионеру расходы, понесенные им при исполнении договора комиссии (например, за перевозку и хранение товаров до и после границы Российской Федерации, таможенные пошлины и сборы, акцизы, комиссионные за банковские переводы, таможенное оформление, курсовые разницы и т.д.). Расходы, связанные с исполнением контракта, распределяются между обеими сторонами в соответствии с условиями контракта.

При получении экспортной выручки (когда по условиям контракта не предусмотрен аванс, предоплата) в учете комитента в связи с уменьшением или увеличением курса валюты, установленного Банком России на дату возникновения дебиторской задолженности (дату перехода права собственности к покупателю) и дату получения денежных средств от покупателя, согласно п. 11 Положения по бухгалтерскому учету, утвержденного Приказом Минфина России от 27.11.2006 № 154н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006), может возникнуть отрицательная или положительная курсовая разница. В аналогичном порядке в учете комитента отражается пересчет задолженности перед комиссионером за оказанные услуги по договору комиссии, если договор заключен в иностранной валюте. На основании п. 7 ПБУ 9/99 и п. 11 ПБУ 10/99 возникающие курсовые разницы отражаются в составе прочих доходов или расходов.

Согласно ст. ст. 223 – 224 ГК РФ момент реализации (передачи товаров) определяется моментом перехода права собственности на товар от поставщика

к покупателю. Этот момент устанавливается партнерами по сделке при заключении контракта. До момента реализации отгруженная экспортная продукция, в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета, учитывается на счете 45 «Товары отгруженные».

Проанализируем экспортные операции по договорам поручения у доверителя. Кроме договора комиссии, организация-экспортер и посредник могут заключить между собой договор поручения. При заключении сторонами такого договора организация-экспортер выступает в роли доверителя, а посредник – в роли поверенного. Посредник берет на себя обязательство найти покупателя для экспортера и заключить с ним контракт от имени экспортера и за его счет. Сторонами контракта становятся экспортер (он же поставщик) и иностранная фирма – покупатель. В соответствии с п. 1 ст. 971 ГК РФ поверенный всегда действует от имени и за счет доверителя, то есть все права и обязанности по сделке возникают у доверителя (экспортера). Он же проводит и расчеты с иностранным покупателем. За исполнение договора поручения посреднику причитается вознаграждение. Таким образом, экспортный контракт заключается напрямую между доверителем и иностранным покупателем, а функции поверенного (посредника) сводятся к исполнению поручений доверителя – поиску покупателя, организации переговоров, а также, возможно, организации исполнения экспортной сделки.

Рассмотрим экспортные операции по агентским договорам у принципала. В соответствии с агентским договором одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершить по поручению другой стороны (принципала) юридические и иные действия от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала (п. 1 ст. 1005 ГК РФ).

Вывозя товары через агента, экспортер может наделить его более широкими полномочиями, чем при иных формах посредничества. В частности, агент совершает в интересах экспортера не только юридические, но и фактические действия, не влекущие для экспортера правовых последствий.

Чаще всего экспортер ставит перед агентом общую задачу по продаже своих товаров, при этом имея в виду не только заключение внешнеторгового контракта, но и проведение рекламной кампании, осуществление мероприятий по изучению (освоению) рынка и др.

Агент может действовать от своего имени или от имени экспортера в зависимости от условий договора. Следовательно, если сделка совершается агентом от своего имени, то он приобретает права и становится обязанным по ней. В противном случае права и обязанности возникают непосредственно у экспортера.

Поскольку отношения между экспортером и агентом строятся либо по модели договора поручения, либо по модели договора комиссии, при их урегулировании используются правила, указанные выше для соответствующего договора.

Аналитический учет по счету 45 «Товары отгруженные» следует вести таким же образом, как и при прямых поставках: по товарным партиям в

соответствии с паспортом сделки, поскольку таможенный и валютный контроль за поступлением экспортной выручки основан на партионном прохождении товаров через таможенную границу Российской Федерации. В случае отгрузки товаров посреднику к счету 45 следует открывать дополнительный субсчет «Экспортируемые товары на складах посредников».

Аналитический учет расчетов с иностранными покупателями необходимо организовать по трем основным направлениям: по каждому покупателю, каждому платежу (партии) и валюте платежа. Таким образом, при осуществлении внешнеэкономической деятельности, в том числе экспортных операций, организация может заключать различные договоры с посредником, порядок бухгалтерского учета операций по которым определяется содержанием этого договора

Деятельность посредников подлежит постоянному контролю, анализу и регулированию, со стороны компаний-экспортеров. При тщательном отборе посредников для компании-экспортера контроль их деятельности становится менее значимым. В то же время нельзя полностью отменять контроль, поскольку его качественное проведение обеспечивает своевременное выявление и устранение имеющихся проблем и недостатков и, следовательно, помогает добиться большей эффективности работы. Контролировать посредников можно посредством показателей, которые способны характеризовать деятельность каждого участника распределения. Такие наборы показателей оговариваются в контрактах, заключаемых компанией-экспортером и посредниками. К ним принято относить:

- показатели объема продаж за определенный период и его роста (темпы роста в процентах);
- показатели внедрения на рынок инновационной продукции;
- показатели, характеризующие уровень обслуживания иностранных покупателей;
- показатели степени выполнения оговоренных и принятых сторонами обязательств.

Контроль подразумевает сопоставление данных, отражающих фактические итоги работы посредников, с теми показателями, достижение которых предусмотрено в контрактах. Если имеют место отклонения, то появляется повод для проведения анализа посреднической деятельности.

После установления отклонений в результатах работы посредников (несоответствие фактических показателей запланированным) требуется выяснить причины возникновения данных отклонений. Иногда причиной становятся экономический спад, либо обострение конкурентного противостояния, либо иные факторы, не имеющие отношения к деятельности посредников. Подобные факторы никогда не следует исключать, поэтому возможность их возникновения необходимо предусматривать в контрактах. Однако, если результаты работы посредников в течение длительного времени остаются неудовлетворительными, желательно пересмотреть контракты. В отдельных случаях контракты могут быть даже аннулированы.

Организации-экспортеру необходимо регулировать деятельность посредника, так как в процессе функционирования на внешних рынках возможно возникновение разного рода конфликтов, многие из которых имеют непосредственное отношение к деятельности посредников. Можно выделить следующие причины возникновения конфликтов:

- столкновение интересов некоторых участников распределительных каналов, стремящихся к получению наибольшей прибыли;
- несогласованность в работе некоторых посредников;
- невысокий квалификационный уровень отдельных посредников;
- наличие фактов принуждения со стороны одних участников распределительного канала по отношению к другим;
- возникновение личных конфликтов между менеджерами компаний-партнеров.

Необходимо предусматривать вероятность возникновения подобных конфликтов, для этого следует разработать механизм их рассмотрения и выработать способы устранения. Основные аспекты управления деятельностью посредников на внешних рынках можно разделить на два блока согласно степени их близости по функциональному критерию (рис. 1).

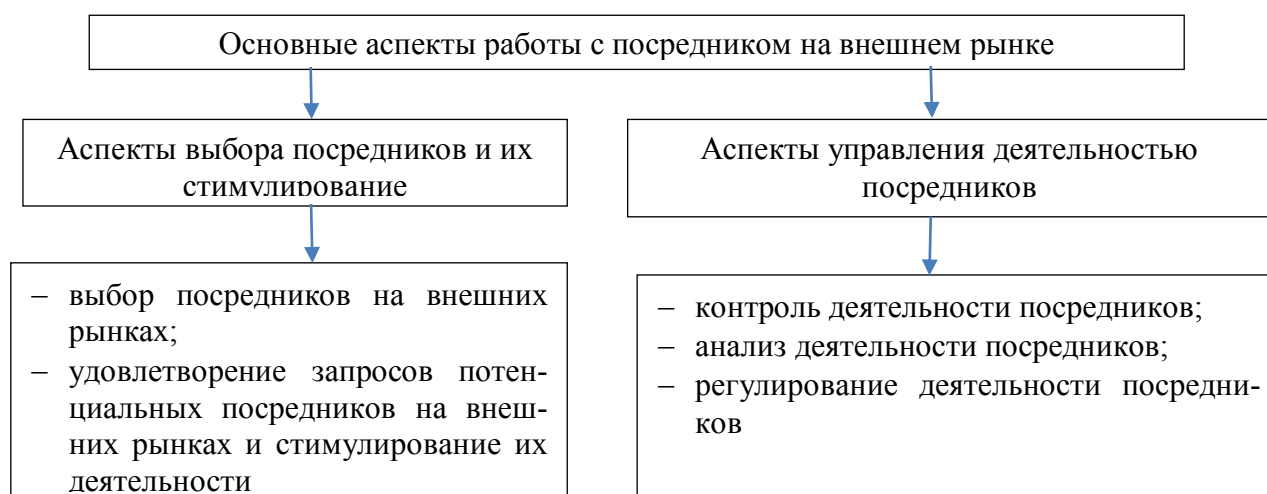


Рисунок 1 – Основные вопросы управления деятельностью посредников на внешних рынках

Привлечение посредника для реализации товара за границу выгодно, поскольку, как правило, такие фирмы имеют более богатый опыт работы на внешнем рынке. Комиссионное вознаграждение посредника нередко оказывается меньше тех издержек, которые в обычной практике несет экспортер, если самостоятельно осуществляет экспорт.

Товары, реализованные на экспорт, облагаются НДС по нулевой ставке (пп. 1 п. 1 ст. 164 НК РФ). Продавая товары через посредника, экспортер также имеет право применить эту ставку, при этом НДС, который был предъявлен поставщиками, он может принять к вычету.

Экспорт через посредника происходит практически так же, как и обычный экспорт товаров. Однако все же имеется ряд особенностей.

Так, необходим иной перечень документов, которые должны быть представлены в налоговую инспекцию, чтобы подтвердить экспорт товаров через посредника, а именно (п. 2 ст. 165 НК РФ):

1) договор комиссии, договор поручения либо агентский договор экспортера с посредником (или его копия);

2) контракт (копия контракта) посредника, осуществляющего экспорт товаров, с иностранной организацией;

3) банковская выписка (ее копия), подтверждающая фактическое поступление выручки от иностранного покупателя на счет экспортера или посредника в российском банке.

4) Если с фирмой-экспортером рассчитался не сам покупатель, а третье лицо, тогда в налоговую службу, помимо выписки банка, нужно представить договор поручения по оплате экспортных товаров, заключенный между иностранным покупателем и организацией, уплатившей деньги.

5) Если контракт был оплачен наличными деньгами, то в налоговую инспекцию нужно сдать копии приходных кассовых ордеров, подтверждающих внесение денег в кассу налогоплательщиком или посредником, а также банковскую выписку, подтверждающую внесение денег на расчетный счет.

6) Грузовая таможенная декларация (ее копия) и копии транспортных, товаросопроводительных документов. Требования к этим документам такие же, как и при экспорте товаров.

Если товары помещены под таможенный режим свободной таможенной зоны, то в налоговую инспекцию дополнительно нужно сдать контракт с резидентом свободной экономической зоны и копию свидетельства о его регистрации.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс РФ Часть первая. Федеральный Закон №51 – ФЗ от 30.11.1994г. (в редакции Федерального Закона от 28.11.2011 №337-ФЗ) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

2. Налоговый кодекс РФ Часть вторая. Федеральный Закон от 05.08.2000 №117-ФЗ. (в ред. от 02.10.2012 №162-ФЗ) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

3. Положению по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006). Утверждено Приказом Минфина России от 27.11.2006 №154н (в ред. Приказов Минфина РФ от 24.12.2010 №186н) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

4. Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99). Утверждено Приказом Минфина России от 06.05.1999 N32н (в ред. При-

казов Минфина РФ от 27.04.2012) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

5. Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99). Утверждено Приказом Минфина России от 06.05.1999 N33н (в ред. Приказов Минфина РФ от 27.04.2012) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

6. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. N94н «Об утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению» (в ред. Приказов Минфина РФ от 08.11.2010) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

7. Инструкция Банка России от 30.03.2004 N111-И «Об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке Российской Федерации» (в ред. от 29.03.2006) [Электронный ресурс] / Программа информационной поддержки Российской науки и образования Консультант плюс: Высшая школа; Windows 98 /ME/ NT 4/2000/ XP.

8. Лытнева, Н.А., Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций [Текст]: учеб. пособие/ Н. А. Лытнева, Е. А. Боброва, Т. В. Федорова. – М. : Форум, 2012. – 319 с.

9. Лытнева, Н.А. Методология развития инновационных подходов в механизме управления расходами торговых организаций [Текст] /Н.А Лытнева, Н.В.Пьянова //Вестник ОрелГИЭТ. -2012. - №2 (20). -С. 117-125

10. Лытнева, Н.А. Исследование стратегического управления прибылью в инновационной среде [Текст] / Н.А.Лытнева, О.Н.Сысоева //Вестник ОрелГИЭТ. -2012. - №3 (21). – С. 112-117.

11. Семенихин, В.В., Внешнеэкономическая деятельность [Текст] /В.В. Семенихин. –М.: Эксмо, 2012. -234с.

12. Авдеев, В. Экспорт товаров через посредников у посредников [Текст] / В.Авдеев, О.Берг. // Российский бухгалтер. -2011, -№ 8.

13. Акулич, М.В. Проблемы привлечения посредников на внешних рынках и взаимодействия с ними компаний-экспортеров [Текст] / М.В. Акулич //Управление продажами. – 2011. - №02(57). –С. 45-50.

Подделкова Елена Юрьевна

*студентка 5 курса факультет учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail ukap-lytneva@yandex.ru*

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор, зав кафедрой финансового учета,
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail ukap-lytneva@yandex.ru*

УДК 640.41:657

Е. В. Находкина, Е. А. Тюхова, О. А. Шапорова

ОТРАЖЕНИЕ ВЫРУЧКИ ОТ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ПО ПРОЖИВАНИЮ В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

В настоящей статье рассмотрены не только основополагающие принципы учета выручки от проживания, порядок ее признания в бухгалтерском и налоговом учете, но и некоторые особенности, которые на практике остаются зачастую без внимания бухгалтеров. При этом в конечном итоге они могут весьма существенно сказаться как на доходах гостиницы, так и повлечь за собой налоговые санкции.

Ключевые слова: выручка, услуги, договор, гостиница

Согласно Плану счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению, утвержденному приказом Минфина России от 31 октября 2000 г. № 94н [1] (далее - План счетов), для отражения выручки от оказания услуг предусмотрен счет 90 субсчет 1 «Выручка». При признании в бухгалтерском учете сумма выручки от оказания услуг отражается по кредиту счета 90 «Продажи» и дебету счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками».

Применение счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» необходимо при расчетах не только с юридическими, но и с физическими лицами. Физическими лицами в данном случае являются те гости, которые размещаются в гостинице самостоятельно от своего имени и осуществляют расчеты либо наличными денежными средствами, либо по кредитным картам.

Неприменение счета 62 при расчетах с физическими лицами (по аналогии с розничной торговлей) недопустимо. И вот почему. В абсолютном большинстве гостиниц все расчеты за проживание осуществляются на условиях предоплаты. Поэтому поступление средств в кассу гостиницы от гостя за несколько суток вперед (тут неважно, по какой дате признается выручка) означает, что он вносит аванс. Отследить данный факт без применения счета 62 практически нереально. Более того, неприменение в данном случае счета расчетов с покупателями и заказчиками означает, что в бухгалтерском учете появится запись по дебету счета 50 «Касса» (или, если расчеты осуществляются по кредитным картам, дебету счета 57 «Кредитные карты») и кредиту счета 90-1 «Выручка». Что, в свою очередь, означает нарушение принципа отражения выручки по «отгрузке», так как в бухгалтерском учете вся сумма, полученная в кассу гостиницы, будет признана выручкой. А она таковой не является.

Данный факт не повлияет ни на налоговые обязательства гостиницы по НДС, ни на налог на прибыль, ни уж тем более на бухгалтерскую отчетность только в том случае, если вся сумма полученных средств будет отработана гос-

тиницей в этом же отчетном периоде. А если не будет? Как показывает практика, гостиницы, придерживающиеся указанного подхода при отражении выручки, не отслеживают поступление средств в отчетном периоде за проживание в следующем. Что и понятно, ведь это очень трудоемкий и кропотливый процесс.

Рассмотрим пример. Пример 1. Например, гость заселяется 28 сентября и планирует проживать до 20 октября 2012 г.. В день размещения гость готов оплатить гостинице всю стоимость проживания. Номер, забронированный гостем, стоит 4000 руб. в сутки.

Итак, гость готов внести в кассу гостиницы единовременно 88 000 руб. Однако в связи с тем, что гостиница не применяет счет 62 и не сможет отследить данную сумму в будущем, она готова принять денежные средства только в размере 8000 руб. Оставшуюся сумму она просит гостя внести через два дня. Не исключено, что гость будет вносить оставшуюся сумму уже частями или вообще досрочно покинет гостиницу.

Если бы гостиница приняла всю сумму сразу и отразила бы ее в составе выручки от оказания услуг, то она не только переплатила бы налог на прибыль, но и исказила бы бухгалтерскую отчетность. Не исключено, что данная гостиница может переплачивать налоги постоянно и в конечном итоге нести реальные потери.

В случае применения счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» у гостиницы не возникло бы вопроса: принимать деньги от гостя или ждать еще два дня? Сумма, приходящаяся на октябрь, просто попала бы в «Авансы полученные» и с нее благополучно был бы исчислен налог на добавленную стоимость. Налог на прибыль также не был бы завышен.

Учитывая, что счет 62 обычно применяется гостиницей для расчетов как с юридическими, так и с физическими лицами необходимо подумать о правильной аналитике или субсчетах к указанному счету.

На практике широко применяется следующий порядок организации аналитического учета. К счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» открываются субсчета 1 «Расчеты с покупателями и заказчиками - юридические лица», 2 «Расчеты с покупателями и заказчиками - физические лица». Далее к каждому из указанных субсчетов открываются субсчета второго порядка по видам валют, в которых будут осуществляться расчеты. Аналогично разрабатывается аналитика по счету 62-2 «Авансы полученные».

Что касается расчетов с юридическими лицами, то учет, как правило, организуется в разрезе контрагентов и договоров.

Счета контрагентам выставляются гостиницей в зависимости от схемы работы: либо на дату выезда клиента, либо на дату расчетов, установленную в договоре. В момент выставления счета в бухгалтерском учете гостиницы появляется запись по дебету счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками - юридические лица» и кредиту счета 90-1 «Выручка от оказания услуг по проживанию».

Если гостиница признает выручку ежедневно, то в счете должны быть указаны все даты проживания и суммы выручки за каждый прожитый гостем день с учетом НДС. В случае, если дата признания выручки установлена гостиницей по выезду гостя, то в бухгалтерском учете появляется аналогичная запись в этот день.

В налоговом учете выручка за оказанные услуги по проживанию отражается в составе доходов от реализации в соответствии с пунктом 1 статьи 271 НК РФ, то есть аналогично бухгалтерскому учету.

В части аналитики к счету 90-1 «Выручка» гостинице необходимо как можно более подробно вести учет по видам оказываемых ею услуг. Это связано не только с тем, что, как правило, данные бухгалтерского учета являются основой при формировании данных управленческого учета, но и с тем, что различные виды доходов по-разному учитываются при исчислении НДС или налога на прибыль. Самым ярким примером здесь может послужить учет и налогообложение посреднических услуг и услуг, оказываемых самой гостиницей.

В части исчисления НДС по услугам по проживанию действующим законодательством особенностей не предусмотрено. В соответствии со статьей 146 НК РФ они признаются объектом обложения по НДС.

Как мы уже говорили, в соответствии с пунктом 13 Правил предоставления гостиничных услуг плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с единым расчетным часом - с 12 часов текущих суток по местному времени.

При размещении до расчетного часа (с 0 до 12 часов) плата за проживание не взимается.

Если гость задерживается, то порядок взимания платы следующий:

- не более 6 часов после расчетного часа - почасовая оплата;
- от 6 до 12 часов после расчетного часа - плата за половину суток;
- от 12 до 24 часов после расчетного часа - плата за полные сутки (если нет почасовой оплаты).

Не всегда гостиницы придерживаются указанного порядка взимания платы в случае задержки гостя. Как правило, устанавливается плата в размере 50% независимо от времени задержки. Однако такой подход при расчетах с клиентами содержит риски гражданского характера, может возникнуть конфликт непосредственно с клиентом. А вот неотражение в учете стоимости доплаты в составе выручки от проживания - это уже вполне реальные бухгалтерские и налоговые риски.

Или аналогичная по сути плата за ранний заезд. В последнее время достаточно распространенным явлением среди гостиниц стало взимание платы не только за поздний выезд, но и за ранний заезд. Речь идет о ситуациях, когда гость заезжает, например, в 6 часов утра или в 3 часа ночи. Взимание данной платы обусловлено тем, что гостиница в соответствии с Правилами предоставления гостиничных услуг обязана разместить гостя с 12 часов дня, то есть в

расчетный час. Ранний заезд потребует дополнительных затрат от гостиницы (например, уборка номера в незапланированное время и т.п.). Стоимость такой платы обычно составляет от 30 до 50% от стоимости номера в сутки.

Оба упомянутых вида платежей, получаемые гостиницей от клиентов, должны быть отражены в составе выручки от оказания услуг по проживанию. Открывать по ним отдельный субсчет нет необходимости, так как они поступают в рамках расчетов за проживание и не могут считаться дополнительной услугой.

Обращаем ваше внимание на то, что гостиница не может при взимании платы за ранний заезд или поздний выезд подходить избирательно, то есть при равных условиях с кого-то из гостей взимать указанные платежи, а про кого-то «забывать».

Дело в том, что в соответствии с пунктом 1 статьи 426 ГК РФ договор оказания гостиничных услуг является публичным договором, то есть договором, который заключен коммерческой организацией и устанавливает ее обязанности по оказанию услуг, которые такая организация по характеру своей деятельности должна осуществлять в отношении каждого, кто к ней обратится.

Таким образом, если гостиница взимает платежи за ранний заезд и поздний выезд, она не может оказывать предпочтение одним гостям перед другими.

В то же время такое предпочтение может быть обусловлено ценовой или маркетинговой политикой гостиницы. Так, гостиница может предоставить клиентам скидку в размере стоимости раннего заезда или позднего выезда в случае, если этими клиентами будут выполнены определенные условия. Например, объем выбираемых клиентом услуг превысит 100 000 рублей в месяц, или клиент одновременно разместит группу численностью не менее 100 человек и т.д. Но и при этом гостиница должна помнить, что скидка должна быть предоставлена любому клиенту, который выполняет условия, предусмотренные ценовой или маркетинговой политикой гостиницы.

Но ведь гость может не только задержаться и выехать позже установленного расчетного часа. Он также может опоздать и приехать не в расчетный час, а гораздо позже.

Пример 2. Клиент забронировал полулюкс на двое суток с 23 по 25 сентября 2012 г. Согласно заявке время заезда и выезда 12 часов. Однако гость заехал 24 сентября в 8 часов утра.

Что в этом случае гостиница должна взять с гостя: плату за ранний заезд или полную стоимость номера за сутки, то есть за период с 23 по 24 сентября? Учетной политикой гостиницы установлено ежедневное признание выручки.

Обратимся к Правилам предоставления гостиничных услуг. Как сказано в пункте 13 этого документа, плата за проживание в гостинице взимается в соответствии с единым расчетным часом - с 12 часов текущих суток по местному времени. А пунктом 6 тех же Правил установлено, что при опоздании более чем на сутки, броня аннулируется.

Таким образом, в нашем примере броня должна была быть аннулирована только 24 сентября в 12 часов дня. До 12 часов этого дня гость мог заехать в любое удобное для него время. Заплатить же он должен был не за ранний заезд, а полную стоимость номера в сутки.

Следовательно, в бухгалтерском учете в составе выручки бухгалтер гостиницы должен отразить полную стоимость номера за сутки. НДС также будет исчислен со стоимости всего номера. Для целей налога на прибыль в доходы от оказания услуг также должна быть включена полная стоимость забронированного номера.

В последнее время у гостиниц появились клиенты, которые пользуются услугами в течение длительного времени. При этом с ними оформляется так называемый договор предоставления номерного фонда под длительное (долгосрочное) проживание.

По сути, это и есть договор оказания гостиничных услуг, но с учетом индивидуальных требований, которые предъявляет клиент, намеревающийся поселиться на длительное время, договор может иметь некоторые особенности.

В зависимости от уровня гостиницы может быть выделен специальный этаж (или часть этажа), на котором расположены только номера, приспособленные под длительное проживание. Такие номера, как правило, относятся к категории «апартаменты». Апартамент - это номер в средстве размещения площадью не менее 40 кв. м, состоящий из двух и более жилых комнат (гостиной/столовой, спальни), имеющий кухонное оборудование. Такая формулировка содержится в Положении о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения, утвержденном приказом Минэкономразвития России от 21 июня 2003 г. № 197 (далее - Положение о системе классификации средств размещения) [2].

Таковыми услугами гостиниц обычно пользуются дипломатические и иностранные представительства или крупные компании, приобретающие услуги для размещения своих сотрудников. При этом в договоре устанавливается стоимость номера за сутки, однако расчеты осуществляются, как правило, по итогам месяца.

Иногда такой договор путают с договором аренды или найма, что некорректно. И вот почему. В соответствии с пунктом 1 статьи 650 ГК РФ по договору аренды здания или сооружения (помещения) арендодатель обязуется передать во временное владение и пользование или во временное пользование арендатору здание или сооружение.

В соответствии с пунктом 1 статьи 671 ГК РФ по договору найма жилого помещения одна сторона - собственник жилого помещения или управомоченное им лицо (наймодатель) - обязуется предоставить другой стороне (нанимателю) жилое помещение за плату во владение и пользование для проживания в нем.

Арендатор же (наниматель) обязуется своевременно оплатить арендную плату за пользование имуществом (плату за жилое помещение) в соответствии с

условиями договора. По договору аренды каждая из сторон несет обязанности по содержанию помещений. По договору оказания гостиничных услуг (в том числе и при длительном проживании гостя) клиенту гостиница не просто передает помещение для владения и пользования, а будет производить смену белья, уборку номера и оказывать ряд других услуг. И все это входит в стоимость номера.

Как правило, цена номера, предоставляемого для проживания на длительное время, отличается от цены «от стойки», что должно быть предусмотрено маркетинговой и ценовой политикой гостиницы.

Как уже было отмечено выше, при заключении договора на длительное проживание стороны обычно договариваются, что цена за номер устанавливается за сутки, при этом расчеты будут осуществляться по итогам месяца. В этом случае счета за проживание выставляются гостиницей ежемесячно на 30-е (31-е) число расчетного месяца с указанием дат проживания.

В случае, если в счете одной строчкой указывается «за январь» (месяц, а не даты проживания), сумма, выставляемая за проживание в январе, не должна совпадать с суммой, выставляемой в феврале. Данный момент принципиален для гостиницы, поскольку если цена установлена за сутки, то и расчет по итогам месяца должен быть произведен исходя из количества суток в этом месяце.

Кроме того, для исключения риска признания данной услуги «незавершенкой» для целей налогового учета (если учетной политикой гостиницы датой признания выручки установлена дата выезда гостя) в договоре, по нашему мнению, можно указать, что расчеты будут осуществляться ежемесячно, а акты оказанных услуг составляться на 30-е (31-е) число каждого расчетного месяца.

В части отражения выручки в бухгалтерском учете здесь нет никаких особенностей. Наверное, единственное, что в таком случае не нужно будет отслеживать бухгалтеру, так это время выезда гостя для начисления доплаты за поздний выезд. Конечно, данное утверждение справедливо только в случае, если гость не выехал в расчетном месяце.

В случае, если договор расторгнут сторонами до окончания полного месяца, бухгалтеру необходимо выставить счет или акт оказанных услуг только на то количество суток, которые прожил гость в расчетном месяце. При этом время выезда будет приниматься в расчет так же, как при выезде любого другого гостя.

Еще одна особенность гостиничного бизнеса - это предоставление гостям скидок в виде размещения их в номера более высокой категории, чем было оплачено гостем (без взимания дополнительной оплаты). Основания для такого размещения могут быть самые разные.

Например, гостя поселили в ранее забронированный им номер, однако потом выяснилось, что этот номер не обеспечен выходом в Интернет. Гость утверждает, что при бронировании обсуждал необходимость наличия в номере возможности выхода в Интернет. В результате гостиница берет на себя убытки и размещает гостя в том номере, который отвечает его потребностям, без взимания доплаты, поскольку по вине службы бронирования гостю была предоставлена неполная информация об услугах гостиницы. Или другая, более рас-

пространенная ситуация. Клиента разместили в номере, в котором, как выяснилось, не работает кондиционер. При этом в гостинице на момент размещения гостя все остальные номера той же категории заняты. В результате гость недоволен и его переводят в более дорогой номер.

Предоставляя, таким образом, своим гостям максимум удобств с одной лишь целью - не испортить репутацию отеля и увидеть этого гостя у себя снова и снова, гостиница несет реальные убытки в результате продажи дорогих номеров по цене средних. Но если последствия с финансовой точки зрения понятны, то что в этом случае происходит в бухгалтерском и налоговом учете? Есть ли реальные угрозы штрафных санкций в результате подобных «недоборов»?

Для целей бухгалтерского учета выручка от оказания услуг по размещению будет отражена по той стоимости, которую гость должен был бы оплатить независимо от того, в каком номере он проживает. Дело в том, что признать выручку исходя из стоимости более дорогого номера, нам не позволяют положения пункта 12 ПБУ 9/99. Ведь гостиница не имеет права на получение дохода по большей стоимости, которое должно вытекать из конкретного договора. Также у гостиницы нет уверенности в том, что в результате оказания этой услуги произойдет увеличение экономических выгод организации. Скорее, как раз наоборот.

В отношении налогообложения необходимо отметить следующее. В соответствии со статьей 40 НК РФ налоговые органы при осуществлении контроля за полнотой исчисления налогов вправе проверять правильность применения цен по сделкам лишь в случае отклонения более чем на 20% в сторону повышения или в сторону понижения от уровня цен, применяемых налогоплательщиком по идентичным (однородным) услугам в пределах непродолжительного периода времени.

В случае выявления указанного отклонения налоговый орган вправе вынести мотивированное решение о доначислении налога и пени, рассчитанных таким образом, как если бы результаты этой сделки были оценены исходя из применения рыночных цен на соответствующие услуги.

При этом должны учитываться скидки, обычные при заключении сделок между независимыми лицами. Например, указанной статьей предлагается учитывать такие скидки, которые вызваны сезонными и иными колебаниями потребительского спроса на товары (работы, услуги); потерей товарами качества или иных потребительских свойств; истечением (приближением даты истечения) сроков годности или реализации товаров; маркетинговой политикой, в том числе при продвижении на рынки новых товаров, не имеющих аналогов, а также при продвижении товаров (работ, услуг) на новые рынки; реализацией опытных моделей и образцов товаров в целях ознакомления с ними потребителей.

Наверное, из всего предложенного Налоговым кодексом РФ в нашей ситуации больше всего подойдет потеря товаром качества или потребительских свойств, даже несмотря на то, что в данном случае речь идет об услугах. Ведь услуга по предоставлению номера для проживания подразумевает в первую очередь предоставление качественного номера (по крайней мере, с оборудова-

нием, которое должно находиться в рабочем состоянии). Это подтверждается и Правилами предоставления гостиничных услуг, согласно пункту 14 которых материально-техническое обеспечение гостиницы, перечень и качество предоставляемых услуг должны соответствовать требованиям присвоенной ей категории.

В этом случае необходимо, чтобы техническая служба гостиницы оформила служебную записку на имя генерального директора или управляющего гостиницей. В этой записке нужно указать, что на основании заявления гостя был произведен осмотр такого-то оборудования (например, кондиционера) и установлено, что оно неисправно. Кроме того, необходимо указать, что устранение поломок потребует нескольких дней. По нашему мнению, этого будет достаточно для того, чтобы разместить гостя в другой номер. А служба бронирования, в свою очередь, подтвердит, что на момент претензии гостя номера такой же категории в наличии не было.

Таким образом, риск признания налоговыми органами реализации по ценам ниже рыночных, конечно, присутствует, однако существуют и основания, доказывающие правоту гостиницы.

Список литературы:

1. Об Утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и инструкции по его применению. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakonprost.ru/content/base/100060/>. Дата обращения: 02.08.2012
2. Об утверждении положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения. Приказ МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РФ от 21 июня 2003 г. №197. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/92260/>. Дата обращения: 02.08.2012
3. Каморджанова, Н.А. Бухгалтерский учет в гостиничном бизнесе [Текст] / Н.А. Каморджанова, Д.Р. Каморджанов, Д.М.Конопляник – СПб.: Питер, 2004. – 448 с.

Находкина Екатерина Валерьевна

*студентка 5 курса факультет учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:katrinosic@gmail.com*

Тюхова Елена Анатольевна

*к.э.н., старший преподаватель кафедры финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:katrinosic@gmail.com*

Шанорова Ольга Александровна

*д.э.н., профессор кафедры управленческого учета и аудита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail:katrinosic@gmail.com*

УДК 336.221.24(470)

А.А. Акимова, Е.А. Боброва

ОСОБЕННОСТИ И ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ УПРОЩЕННОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, УКРАИНЫ И РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Упрощенная система налогообложения применима в ряде стран, однако в каждой из них данный режим имеет свои отличительные особенности. В статье рассматриваются особенности одного из вида специальных налоговых режимов таких стран, как Россия, Беларусь и Украина.

Ключевые слова: упрощенная система налогообложения, налогоплательщик, ставка налога, налоговая база, налоговый (отчетный) период, отчетность.

Упрощенная система налогообложения (УСН) является популярным режимом налогообложения, применяемым рядом стран, в том числе Россией, Беларусью и Украиной. Данный режим применим в основном для малых предприятий и индивидуальных предпринимателей (ИП), который дает своему налогоплательщику ряд преимуществ:

- замена единым налогом, уплачиваемых налогоплательщиком, применяемым УСН ряд налогов и сборов;
- упрощенная система ведения учета и составления отчетности;
- минимизация документооборота;
- в некоторых странах альтернатива выбора налоговой базы
- иные преимущества, в зависимости от принятого налогового законодательства страны.

Однако, несмотря на данные преимущества, воспользоваться данной системой имеют право организации и ИП, отвечающие определенным критериям для перехода на данный режим налогообложения.

Особенности и отличительные черты упрощенной системы налогообложения России, Украины и Беларуси рассмотрены в таблице 1.

Таблица 1 -Отличительные черты и особенности УСН России, Украины и Беларуси

Россия	Украина	Беларусь
1	2	3
Регулирование		
Налоговый Кодекс Российской Федерации, (часть вторая) от 05.08.2000 г. №117-ФЗ (ред. от 02.10.2012 г.)	Закон Украины «О внесении изменений в Налоговый кодекс Украины и некоторых других законодательных актов Украины относительно упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности», принятый Верховной Радой Украины 4.11.2011 г. №4014-IV	Налоговый кодекс Республики Беларусь (особенная часть), одобренный Советом Республики 29.12.2009 г. №71-3

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1	2	3
Освобождение от следующих видов налогов и сборов при уплате единого налога		
<ul style="list-style-type: none"> – Налог на прибыль – НДС (за исключением НДС, подлежащего уплате с товара, ввозимого на территорию РФ) – Налог на имущество 	<ul style="list-style-type: none"> – налог на прибыль предприятий; – налог на доходы физических лиц – налог на добавленную стоимость с операций по поставке товаров, работ и услуг; – земельный налог, кроме земельного налога за земельные участки, не используемые ими для осуществления хозяйственной деятельности; – сбор за осуществление некоторых видов предпринимательской деятельности; – сбор на развитие виноградарства, садоводства и хмелеводства. 	<ul style="list-style-type: none"> – налоги, сборы (пошлины) и отчисления в бюджет или государственные внебюджетные фонды; – арендной платы за земельные участки, находящиеся в государственной собственности.
Налогоплательщики		
<p>Организация имеет право перейти на данную систему, если по итогам 9 месяцев того года, в котором организация подает заявление о переходе на упрощенную систему налогообложения, доходы, определяемые в соответствии со статьей 346.12 НК РФ, не превысили 45 млн. рублей. Остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов не более 100 млн. рублей. Средняя численность работников составляет не более 100 человек.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – I группа: физические лица — предприниматели без наемных работников, объем дохода которых в течение календарного года не более 150000 гривень; – II группа: физические лица — предприниматели. Количество наемных работников не превышает 10 человек, а объем дохода не более 1 млн. гривень. – III группа: физические лица — предприниматели. Количество наемных работников не более 20 человек, а объем дохода не более 3 млн. гривень; – IV группа: юридические лица. Среднеучетное количество работников не более 50 человек; объем дохода не более 5 млн. гривень. – V группа — физические лица — предприниматели. Количество наемных работников не более 20 человек; а объем дохода не более 20 млн. гривень; – VI группа — юридические лица. Среднеучетное количество работников не более 50 человек, а объем дохода не более 20 млн. гривень. 	<ul style="list-style-type: none"> – Применять данную систему вправе при одновременном соблюдении следующих критериев: – в течение первых 9 месяцев года, предшествующего году, с которого претендуют на ее применение, организации с численностью работников в среднем за указанный период не более 100 человек, – ИП, если размер их валовой выручки составляет не более 2 861 250 000 белорусских рублей

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1	2	3
Налоговая база		
<ul style="list-style-type: none"> – Доходы; – Доходы, уменьшенные на величину расходов 	<ul style="list-style-type: none"> – Минимальная заработная плата – Доход 	Валовая выручка
Порядок определения налоговой базы		
<p>Датой получения доходов являются день поступления средств на счета денежных средств, а также получения иного имущества (работ, услуг) и (или) имущественных прав.</p>	<p>Датой получения дохода признается дата поступления средств в денежной (наличной или безналичной) форме, а также дата подписания акта приема-передачи бесплатно полученных товаров (работ, услуг).</p>	<p>Выручка от реализации товаров (работ, услуг), определяется:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организациями – исходя из поступлений за реализованные товары (работы, услуги), имущественные права в денежной и (или) натуральной формах;
<p>При определении объекта налогообложения учитываются следующие доходы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – доходы от реализации, определяемые в соответствии со статьей 249 НК РФ; – внереализационные доходы, определяемые в соответствии со статьей 250 НК РФ. <p>Расходами налогоплательщика признаются затраты после их фактической оплаты.</p> <p>При определении объекта налогообложения возможен вариант уменьшения полученных доходов на произведенные расходы, к которым относят:</p> <ul style="list-style-type: none"> – материальные расходы – расходы на оплату труда – расходы по оплате стоимости товаров, приобретенных для дальнейшей реализации – расходы на приобретение (сооружение, изготовление и т.д.) основных средств, а также расходы на приобретение нематериальных активов, – прочие расходы, определяемые в соответствии со статьей 346.16 НК РФ 	<p>В состав дохода, не включаются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – суммы НДС; – суммы средств, полученных по внутренним расчетам между структурными подразделениями; – суммы финансовой помощи, предоставленной на возвратной основе, полученной и возвращенной в течение 12 календарных месяцев со дня ее получения, и суммы кредитов; – суммы средств целевого назначения, от Пенсионного фонда и других фондов общеобязательного государственного социального страхования, из бюджетов или государственных целевых фондов; – суммы средств и стоимость имущества, внесенные учредителями или участниками в уставный капитал организации; – прочие доходы, определяемые в соответствии со статьей 292.11 НК РФ 	<ul style="list-style-type: none"> – ИП – после исчисления и уплаты – ы подоходного налога с физических лиц. – В валовую выручку не включаются: – выручка от продажи иностранной валюты; – суммы НДС, уплачиваемые из выручки от реализации товаров (работ, услуг), а также уплаченные (удержанные) в иностранных государствах в соответствии с законодательством этих государств; – выручка ИП от реализации товаров (работ, услуг) при осуществлении деятельности, по которой уплачивается единый налог с ИП и иных физических лиц.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1	2	3
Ставки		
<p>– 6 % - объект налогообложения «доходы»</p> <p>– 15 % - объект налогообложения «доходы, уменьшенные на величину расходов»</p>	<p>– для I группы плательщиков — от 1 до 10 % размера минимальной оплаты труда;</p> <p>– для II группы плательщиков — от 2 до 20 % размера минимальной оплаты труда.</p> <p>Для III и IV групп плательщиков единого налога:</p> <p>– 3 % дохода — в случае уплаты НДС;</p> <p>– 5 % дохода — в случае включения НДС в состав единого налога.</p> <p>Для V и VI групп плательщиков единого налога:</p> <p>– 7 % дохода — в случае уплаты НДС;</p> <p>– 10 % дохода — в случае включения НДС в состав единого налога.</p>	<p>– 15% – для организаций и ИП, использующих в качестве налоговой базы валовой доход;</p> <p>– 8% – для организаций и ИП, не уплачивающих НДС;</p> <p>– 6% – для организаций и ИП, уплачивающих НДС;</p> <p>– 3% – для организаций и ИП в отношении выручки от реализации товаров за пределы Республики Беларусь.</p>
Порядок исчисления налога		
Налог рассчитывается как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы.	Исчисляется как произведение налоговой базы и ставки налога.	Исчисляется нарастающим итогом с начала налогового периода как произведение налоговой базы и ставки налога.
Налоговый (отчетный) период		
<p>Налоговым периодом является календарный год.</p> <p>Отчетными периодами являются первый квартал, полугодие и девять месяцев календарного года.</p>	<p>Для I группы налоговый (отчетный) период является календарный год.</p> <p>Для II — VI групп налоговый (отчетный) период является календарный квартал.</p>	<p>Налоговым периодом является календарный год.</p> <p>Отчетным периодом является:</p> <p>– календарный месяц – для организаций и ИП, применяющих данную систему с уплатой НДС ежемесячно;</p> <p>– календарный квартал – для организаций и ИП, применяющих упрощенную систему без уплаты НДС либо с уплатой НДС ежеквартально.</p>
Отчетность при применении упрощенной системы		
Для учета доходов и расходов обязаны вести книгу учета доходов и расходов организаций и ИП, применяющих упрощенную систему налогообложения. Предоставление налоговой декларации и статистической отчетности.	<p>– I, II, V группы обязаны вести книгу учета доходов;</p> <p>– III группа – книгу учета доходов и расходов;</p> <p>– IV и VI группы обязаны использовать данные упрощенного бухгалтерского учета по доходам и расходам.</p> <p>Предоставление всеми группами налоговой декларации.</p>	Обязаны вести учет в книге учета доходов и расходов организаций и ИП. Составляют упрощенную государственную статистическую отчетность.

Применение УСН в каждой рассмотренной стране имеет свои особенности и различия по сравнению друг с другом. В основном, это зависит от экономического состояния стран, а именно от развития экономики и усовершенствования программ по поддержке малого бизнеса. УСН предназначено для упрощения деятельности организаций и ИП, простоты исчисления налога и ведения учета. Однако с разработкой «простых» законодательств в сфере специальных налоговых режимов необходимо разрабатывать и способы проверки достоверности данных, предоставляемых налогоплательщиками, а также строгие санкции за несоблюдение налогового законодательства и сокрытие реально полученной прибыли.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 05.08.2000г. №117-ФЗ. (ред. от 02.10.2012) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 28.08.2012.
2. Тимохин, Р. Как составить и сдать новые бухгалтерские формы, по которым нужно отчитаться за 2011 год [Текст] / Р. Тимохин // Главбух. – 2012. - №2. – С. 23-25;
3. Налоговый кодекс Украины 2011 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://pravoved.in.ua/section-kodeks/184-newnku.html>. Дата обращения 28.08.2012.
4. Упрощенная система налогообложения в Украине, актуальные данные на 2012 год [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://fnews.com.ua/biznes/chp/uproshhennaya-sistema-nalogooblozheniya-v-ukraine.html>. Дата обращения 28.08.2012.
5. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Общая часть и особенная часть НК РБ) [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://qq.by/13153-nalogovuj-kodeks-respubliki-belarus-obshhaya-chast-i-osobennaya-chast-nk-rb.html>. Дата обращения 28.08.2012.
6. Упрощенная система налогообложения (УСНО) [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.snezhana.ru/usno>. Дата обращения 28.08.2012.

Акимова Анна Андреевна
студентка 3 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: annaakimova@mail.ru

Боброва Елена Александровна
к.э.н., доцент кафедры финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: bobrova77@bk.ru

УДК 657.44:657.442.8

А. И. Ковалева, Т. В. Федорова

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ НАЛОГОВОГО УЧЕТА МАТЕРИАЛЬНЫХ РАСХОДОВ ОРГАНИЗАЦИИ

Налоговый учет затрат имеет важнейшее значение в системе налогового учета. Налогоплательщик вправе установить разные способы списания стоимости по отдельным группам материальных ценностей. Материальные расходы должны быть экономически обоснованы, а также подтверждены документами, оформленными в соответствии с российским законодательством.

Ключевые слова: Налоговый учет, материальные расходы, затраты, запасы, налогоплательщик, методы оценки

Проблема учета расходов для целей налогообложения прибыли остается одной из важнейших проблем в спорах между налогоплательщиками и налоговыми органами. В налоговом учете материальные расходы считаются расходами, связанными с производством и реализацией. Весь список материальных затрат приведен в п. 1 ст. 254 НК РФ. К этим расходам относится стоимость любых использованных налогоплательщиком материальных ценностей, имеющих вещественную форму, кроме основных средств. Объекты стоимостью менее 20 000 руб., введенные в эксплуатацию после 1 января 2008г., амортизируемым имуществом не считаются. В составе материальных расходов отражаются затраты на материалы, используемые как для производственных, так и для общехозяйственных нужд.

В подпункте 5 п. 1 ст. 254 НК РФ установлено, что в состав материальных расходов входят затраты предприятия на приобретение топлива, воды и энергии всех видов, расходуемых на технологические цели, выработку (в том числе самим налогоплательщиком для производственных нужд) всех видов энергии, отопление зданий, а также расходы на трансформацию и передачу энергии. С принятием Федерального закона от 22.07.2008 № 158-ФЗ этот перечень дополнен расходами на производство и (или) приобретение мощности.

К материальным расходам относятся:

- затраты на рекультивацию земель и иные природоохранные мероприятия;
- потери от недостачи и (или) порчи материально-производственных запасов (МПЗ) в пределах норм естественной убыли;
- технологические потери при производстве и (или) транспортировке;
- затраты на горно-подготовительные работы при добыче полезных ископаемых, эксплуатационные вскрышные работы на карьерах и нарезные работы при подземных разработках в пределах горного отвода горнорудных предприятий.

Материальные расходы являются экономически обоснованными и оформлены в соответствии с российским законодательством. По общему пра-

вилу, изложенному в п. 2 ст. 272 Налогового кодекса РФ, момент признания в налоговом учете материальных расходов в отношении материально-производственных запасов совпадает с датой передачи этих ценностей в производство. Стоимость работ и услуг производственного характера уменьшает налоговую базу в момент подписания налогоплательщиком акта приемки-передачи. Более подробная информация о дате признания материальных расходов и подтверждающих их документах приведена в табл. 1.

Таблица 1 - Виды материальных расходов и момент их признания в налоговом учете

Вид расхода	Момент списания в расходы	Норма НК РФ	Подтверждающий документ
1	2	3	4
Сырье (материалы) — основа или компонент, необходимый при производстве товаров (выполнении работ, оказании услуг)	Дата передачи в производство	П. 2 ст. 272	Лимитно-заборная карта (форма № М-8) требование-накладная (форма № М-11), накладная на отпуск материалов № М-15), акт расхода материалов
Комплектуемые изделия, полуфабрикаты, подвергающиеся монтажу или дополнительной обработке			
Материалы для упаковки и иной подготовки товаров (включая предпродажную подготовку)			
Материалы для других производственных нужд (проведение испытаний, контроль, содержание, эксплуатация основных средств и т.д.)			
Материалы для общехозяйственных и управленческих нужд	Дата составления акта расхода материалов или дата составления накладной	П. 1 ст. 272	Требование-накладная, накладная на отпуск материалов на сторону, акт расхода материалов
Инструменты, приспособления, инвентарь, приборы, оборудование	В момент ввода в эксплуатацию	Пп. 3 п. 1 ст. 254	Требование-накладная, накладная на отпуск материалов на сторону
Спецодежда и другие средства индивидуальной защиты	В момент ввода в эксплуатацию	П.п. 3 п. 1 ст. 254	Ведомость учета выдачи спецодежды, спецобуви и предохранительных приспособлений (форма № МБ-7), личная карточка учета выдачи средств индивидуальной защиты

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

1	2	3	4
Топливо, вода, энергия всех видов, расходуемые на технологические цели, расходы на отопление зданий, трансформацию и передачу энергии	Дата подписания налогоплательщиком акта оказанных услуг	П. 2 ст. 272	Акт оказанных услуг
Работы и услуги производственного характера (отдельные операции по производству продукции, выполнению работ, оказанию услуг, обработке сырья и материалов, контроль над соблюдением установленных технологических процессов и т.д.)	Дата подписания налогоплательщиком акта выполненных работ (оказанных услуг)	П. 2 ст. 272	Акт приемки-передачи выполненных работ (услуг)
Работы и услуги производственного характера (услуги по перевозкам грузов внутри организации)	Дата подписания налогоплательщиком акта выполненных работ (оказанных услуг)	П. 2 ст. 272	Товарно-транспортные накладные (форма № 1-Т), путевые листы (формы № 4-С и 4-П), акт приемки-передачи
Расходы на содержание и эксплуатацию имущества природоохранного назначения	Дата подписания налогоплательщиком акта оказанных услуг	П. 2 ст. 272	Акт приемки-передачи выполненных работ (услуг), бухгалтерская справка-расчет
Расходы на рекультивацию земель и иные природоохранные мероприятия (за исключением затрат на освоение природных ресурсов)			
Потери от недостачи или порчи при хранении и транспортировке материально-производственных запасов в пределах норм естественной убыли	Дата поступления материальных ценностей в организацию, дата акта инвентаризации	П. 1 ст. 272	Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке ТМЦ (форма № ТОРГ-2) сличительная ведомость результатов инвентаризации ТМЦ (форма № ИНВ-19)
Технологические потери при производстве и транспортировке	Дата поступления материальных ценностей в организацию, дата отпуска в производство	П. 1 ст. 272	Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке ТМЦ, технологические карты, сметы технологического процесса, отраслевые нормативные акты, заключения, расчеты технологических служб и т.д.
Расходы на горно-подготовительные работы при добыче полезных ископаемых, по эксплуатационным вскрышным работам на карьерах и нарезным работам при подземных разработках в пределах горного отвода горнорудных предприятий	Дата подписания налогоплательщиком акта выполненных работ и оказанных услуг	П. 2 ст. 272	Акт приемки-передачи выполненных работ

Лимитно-заборными картами оформляют отпуск материалов, систематически используемых для изготовления продукции (выполнения работ и оказа-

ния услуг). В первичных учетных документах на отпуск материала в производство отражают назначение его использования: наименование заказа (изделия, продукции) или вид затрат.

Иногда при передаче ценностей отдельным подразделениям в накладной не приводят конкретного назначения материалов. Как правило, так оформляют передачу материальных запасов на общехозяйственные и управленческие нужды. В подобной ситуации на фактически израсходованные материалы подразделение-получатель составляет акт расхода материалов. На основании акта стоимость использованных материальных ценностей учитывается при налогообложении прибыли.

К расходам на хозяйственные нужды относятся, в частности, затраты на приобретение хозяйственных товаров и бытовой химии. Стоимость таких материальных ценностей уменьшает налогооблагаемую прибыль, если названные затраты отвечают критериям ст. 252 НК РФ. Аналогичная позиция изложена в письме Минфина России от 11.04.2007 № 03-03-06/1/229.

В материальные расходы включаются затраты на содержание и эксплуатацию объектов, прием, хранение и уничтожение отходов, очистку вод и иные аналогичные затраты. К данной группе материальных расходов относятся платежи за предельно допустимые выбросы в природную среду загрязняющих веществ. Также при налогообложении прибыли не учитываются суммы платежей за сверхнормативные выбросы загрязняющих веществ в окружающую природу (п. 4 ст. 270 НК РФ).

Потери от недостачи и порчи при хранении и транспортировке материалов списываются в пределах норм естественной убыли. Нормы устанавливаются в порядке, предусмотренном Правительством РФ. До их появления налогоплательщики могут применять нормы, ранее утвержденные соответствующими федеральными органами (ст. 7 Федерального закона от 06.06.2005 № 58-ФЗ).

Нормы технологических потерь при производстве и транспортировке материальных ценностей налогоплательщики устанавливают самостоятельно. В материальные расходы текущего месяца не включаются стоимость остатков материально-производственных запасов, переданных в производство, но необработанных (п. 5 ст. 254 НК РФ).

Если материальные затраты относятся в налоговом учете к прямым расходам, налогоплательщик может распределять их между незавершенным производством и готовой продукцией способом, учтенным в налоговой учетной политике. Данные об остатках прямых расходов находятся в специальном налоговом регистре. Сумма косвенных материальных расходов в полном объеме уменьшает налоговую базу текущего отчетного (налогового) периода (п. 2 ст. 318 НК РФ).

Даты признания прямых и косвенных расходов установлены в п. 2 ст. 318 НК РФ. Прямые расходы уменьшают налоговую базу отчетного (налогового) периода по мере реализации продукции, работ, услуг, в стоимости которых они учтены. Косвенные расходы отражаются в отчетном (налоговом) периоде, в котором они возникли.

Минфин России указывает, что налоговое законодательство не использу-

ет понятие экономической целесообразности и не регулирует порядок и условия ведения финансово-хозяйственной деятельности. Значит, обоснованность расходов нельзя оценивать с точки зрения их целесообразности, рациональности, эффективности или полученного результата (письма Минфина России от 22.05.2009 № 03-03-06/1/339 и от 14.04.2009 № 03-03-06/2/81). Обоснованность надо оценивать с учетом обстоятельств, свидетельствующих о намерениях налогоплательщика получить экономический эффект от деятельности. И эти намерения должны быть очевидны налоговым инспекторам.

В налоговом учете стоимость материальных ценностей формируется в момент их поступления к налогоплательщику согласно п. 2—4 ст. 254 НК РФ. Она формируется исходя из цен покупки МПЗ, комиссионных вознаграждений посреднических организаций, ввозных таможенных пошлин и сборов, расходов на транспортировку, безвозвратную тару и иных затрат, непосредственно связанных с приобретением ценностей. В стоимости сырья и материалов не учитываются суммы предъявленного поставщиками налога на добавленную стоимость, за исключением случаев, перечисленных в п. 2 ст. 170 НК РФ.

Суммы таможенных пошлин и сборов, уплаченные при ввозе импортируемых сырья и материалов, включаются в состав прочих расходов, связанных с производством и реализацией (подп. 1 п. 1 ст. 264 НК РФ). Однако на основании п. 2 ст. 254 НК РФ таможенные платежи и сборы могут быть учтены в стоимости приобретения материальных ценностей, если это предусмотрено учетной политикой для целей налогообложения на соответствующий год.

Все затраты на покупку МПЗ должны быть подтверждены первичными документами (товарными накладными, отчетами комиссионера, таможенными декларациями, актами оказанных услуг и т.д.).

Чтобы обобщать информацию о движении поступивших на предприятие партий сырья и материалов, целесообразно формировать специальный налоговый регистр. В нем отражаются операции по поступлению и отпуску МПЗ в производство.

Важный момент: в налоговом учете существует три вида расходов, которые могут быть непосредственно связаны с приобретением материально-производственных запасов, но при этом не увеличивают их стоимость. Речь идет о процентах по долговым обязательствам, привлеченным для покупки материальных ценностей, а также о суммовых и курсовых разницах. Данные затраты учитываются при налогообложении прибыли в составе внереализационных расходов (подп. 2, 5 и 5.1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Если налогоплательщик самостоятельно изготавливает материально-производственные запасы для собственного потребления, их стоимость определяется аналогично стоимости готовой продукции (п. 4 ст. 254 НК РФ).

Сумма материальных расходов уменьшается на стоимость возвратных отходов (п. 6 ст. 254 НК РФ). Это остатки сырья, материалов, полуфабрикатов, теплоносителей и других материальных ресурсов, образовавшиеся в процессе производства товаров, выполнения работ или оказания услуг. К возвратным отходам относятся ценности, частично утратившие потребительские качества исходных ресурсов (химические или физические свойства) и вследствие этого ис-

пользуемые с повышенными расходами (пониженным выпуском продукции) или не используемые по прямому назначению.

Не следует путать возвратные отходы с остатками материально-производственных запасов, которые в соответствии с технологическим процессом передаются в другие подразделения в качестве полноценного сырья (материалов). Не относится к возвратным отходам и попутная (сопряженная) продукция, получаемая в результате технологического процесса.

Способ оценки возвратных отходов зависит от их дальнейшего использования. В случае если отходы передаются в основное или вспомогательное производство, их стоимость формируется по цене исходного материального ресурса (цене возможного использования).

Стоимость отходов, реализуемых на сторону, налогоплательщик определяет по цене реализации. Позиция Минфина России (письмо от 24.08.2007 № 03-03-06/1/591) такова: «Величина материальных расходов уменьшается на стоимость проданных возвратных отходов, которая определена в порядке, предусмотренном в ст. 40 НК РФ (по рыночной стоимости)». По мнению автора, при реализации возвратных отходов на сторону их стоимость нужно оценивать в составе расходов исходя из фактической цены реализации.

Сумма возвратных отходов уменьшает величину материальных расходов в период их возникновения.

Нередко затраты на приобретение материалов связаны с поступлением различных групп материальных ценностей. Например, транспортная организация за одну поездку доставляет налогоплательщику сырье нескольких наименований. Расходы на перевозку распределяются между разными видами материально-производственных запасов. Способ распределения налогоплательщик выбирает самостоятельно и закрепляет его в учетной политике для целей налогообложения. Затраты можно разделить пропорционально покупной стоимости материальных ценностей либо на основании других экономически обоснованных показателей.

В особом порядке оценивают излишки МПЗ, выявленные в результате инвентаризации. Их стоимость, признаваемая в составе материальных расходов, равна сумме налога на прибыль, исчисленного с величины внереализационного дохода, соответствующего рыночной стоимости выявленных излишков (п. 2 ст. 254 НК РФ). Аналогично формируется стоимость имущества, полученного при демонтаже или разборке выводимых из эксплуатации основных средств.

Из материальных расходов текущего месяца вычитается стоимость МПЗ, переданных в производство, но не подвергшихся обработке. Остатки материально-производственных запасов оцениваются так же, как при списании их в производство.

Сырье и материалы, списываемые при производстве товаров (выполнении работ, оказании услуг), оцениваются одним из четырех методов (п. 8 ст. 254 НК РФ):

- по стоимости единицы запасов;
- по средней стоимости;

— по стоимости первых по времени приобретений (ФИФО);

Налогоплательщик закрепляет выбранный способ в учетной политике для целей налогообложения прибыли.

Метод оценки по стоимости единицы запасов подходит для учета уникальных материальных ценностей, которые невозможно заменить другими запасами. Для остальных видов сырья и материалов целесообразно использовать метод оценки по средней стоимости. Существует два варианта применения этого метода.

Первый вариант — средневзвешенная оценка. Средняя стоимость единицы списанных в производство запасов определяется как частное от деления общей себестоимости данного вида запасов на их количество. В расчет принимаются себестоимость и количество остатка материальных ценностей на начало месяца, а также поступивших за месяц запасов. Полученная себестоимость единицы умножается на количество запасов данного вида, списанных за месяц.

При среднескользящей оценке себестоимость единицы запасов, отпущенных в производство, определяется так же, как и при средневзвешенной. Различие в том, что себестоимость списанной партии запасов рассчитывается в момент их отпуска в производство, то есть учитываются только стоимость и количество запасов, ранее поступивших в соответствующем месяце.

При использовании любого из вариантов оценки по средней себестоимости из расчета исключаются количество и стоимость материальных ценностей, возвращенных в течение месяца поставщикам.

Метод ФИФО предполагает оценку материалов по ценам первых закупок. Стоимость запасов, поступающих в производство первыми, соответствует себестоимости первого по времени приобретения с учетом себестоимости материальных ценностей, числящихся на начало месяца. Обычно такой способ оценки применяется, если предприятие ожидает значительного снижения цен на используемое сырье и материалы.

Предприятие применяет систему налогового учета, к которой относится и метод оценки сырья и материалов, последовательно от одного налогового периода к другому (ст. 313 НК РФ). Изменить используемый способ оценки запасов можно только с начала нового налогового периода. Если в законодательство о налогах и сборах внесены изменения, связанные с учетом материальных запасов, то дополнения в учетную политику можно вносить и в течение года после вступления поправок в силу.

Налогоплательщик вправе установить разные способы списания стоимости по отдельным группам материальных ценностей. Это не противоречит нормам действующего законодательства. Расчет стоимости сырья, материалов, списанных в отчетном периоде, ведется в специальном регистре.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Федеральный закон от 05.08.2000г. №117-ФЗ. (ред. от 02.10.2012) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 28.07.2012.

2. Положение по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на при-

быль организаций» (ПБУ 18/2002) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 28.07.2012.

3. Авдеев, В. Ю. Глава 25 Налогового кодекса РФ. Налоговый и бухгалтерский учет: сходства и различия [Текст] / В. Ю. Авдеева. – М.: Статус-Кво 97, 2003. – 176 с.

4. Захарьин, В. Р. Налоговый учет [Текст] : учеб.пособие / В. Р. Захарьин. – М.: ГроссМедиа, 2006. – 368 с.

Ковалева Анна Ивановна

*студентка 5 курса факультет учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
т.:89092262771*

Федорова Татьяна Владимировна

*к.э.н., доцент кафедры финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: tatiyana.72@mail.ru*

УДК 65:636.08

Т. С. Старцева, Е. А.Тюхова, О. А. Шапорова

ДОКУМЕНТАЛЬНОЕ ОФОРМЛЕНИЕ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЖИВОТНЫХ НА ВЫРАЩИВАНИИ И ОТКОРМЕ

Животноводство является одной из крупных отраслей сельского хозяйства, поэтому бухгалтерский учет и правильное оформление хозяйственных операций имеет большое значение как для данной отрасли, так и для экономики в целом. Благодаря грамотной организации и постановке учета на предприятиях сельского хозяйства осуществляется постоянный контроль за изменениями движения и сохранностью молодняка животных и откормочного поголовья, что является немаловажным при достижении поставленных целей на предприятиях АПК.

Ключевые слова: животные на выращивании и откорме, учет молодняка животных, учет поголовья скота

В настоящее время повышенное внимание в нашей стране уделяют ведению бухгалтерского учета в сельском хозяйстве. Это связано с тем, что потребители все большее предпочтение стали отдавать отечественной продукции и, как следствие, сельскохозяйственные предприятия стали постепенно выходить из сложившейся в последние годы кризисной ситуации. Молодняк животных и животные, находящиеся на откорме, представляют специфическую группу оборотных средств. Процесс их выращивания и откорма сопровождается затратами живого труда, расходом денежных и материальных средств. Для учета движения молодняка животных в бухгалтерском учете предназначен счет 11 «Животные на выращивании и откорме». Направления движения скота на данном счете можно представить в виде рисунка 1.

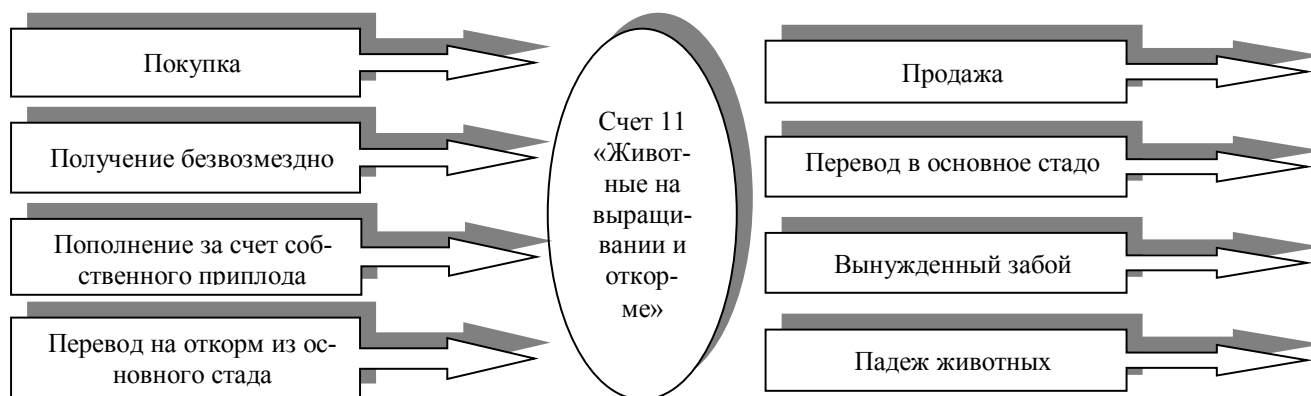


Рисунок 1 – Направления движения молодняка и откормочного поголовья

Немаловажным в бухгалтерском учете является своевременное документальное отражение всех представленных изменений. Одним из основных первичных документов, которым оформляют приплод большинства животных, является акт на оприходование приплода животных (форма СП-39). Он составляется в двух экземплярах работниками фермы с участием зоотехника и ветеринарного врача в день получения приплода отдельно по каждому виду. В данном документе указывают: фамилию, имя, отчество работника, за которым закреплены животные, кличку и номер матки, количество, массу и пол родившихся животных, присвоенные им инвентарные номера, делают отметки об отличительных признаках. Один экземпляр акта остается у материально-ответственного лица, второй передается в бухгалтерию.

Покупку молодняка у сторонних организаций оформляют и приходят счетом-фактурой, а на племенных животных должно быть приложено племенное свидетельство. В случае приобретения скота у населения составляют акт на передачу (продажу), закупку скота и птицы по договорам с гражданами (форма СП-46). Приплод птицы, полученный в инкубаторе хозяйства, оформляют на основе отчета о процессах инкубации (форма СП-29).

При переводе молодняка животных в основное стадо или из одной возрастной группы в другую, а так же при переводе скота на откорм вследствие их выбраковки из основного стада составляют акт на перевод животных из группы в группу (форма СП-47). В этом документе фиксируют данные, характеризующие переводимых животных, а также указывают работников, за которыми они были закреплены. Составляет акт животновод при обязательном участии зоотехника и ветеринарного врача.

Отправку молодняка и откормочного поголовья (железнодорожным, автомобильным или иным транспортом) на заготовительные пункты предприятия оформляют товарно-транспортной накладной на отправку животных и птиц (форма СП-32). Этот документ составляют на каждую партию скота и птицы и обязательно прилагают ветеринарное свидетельство. При доставке скота автомобильным транспортом данную накладную выписывают в четырех экземплярах. Схема предназначения и направления в этом случае товарно-транспортной накладной представлена на рисунке 2. При отправке скота железнодорожным транспортом ведут путевой журнал следования скота, отправленного по железной дороге (форма СП-49).

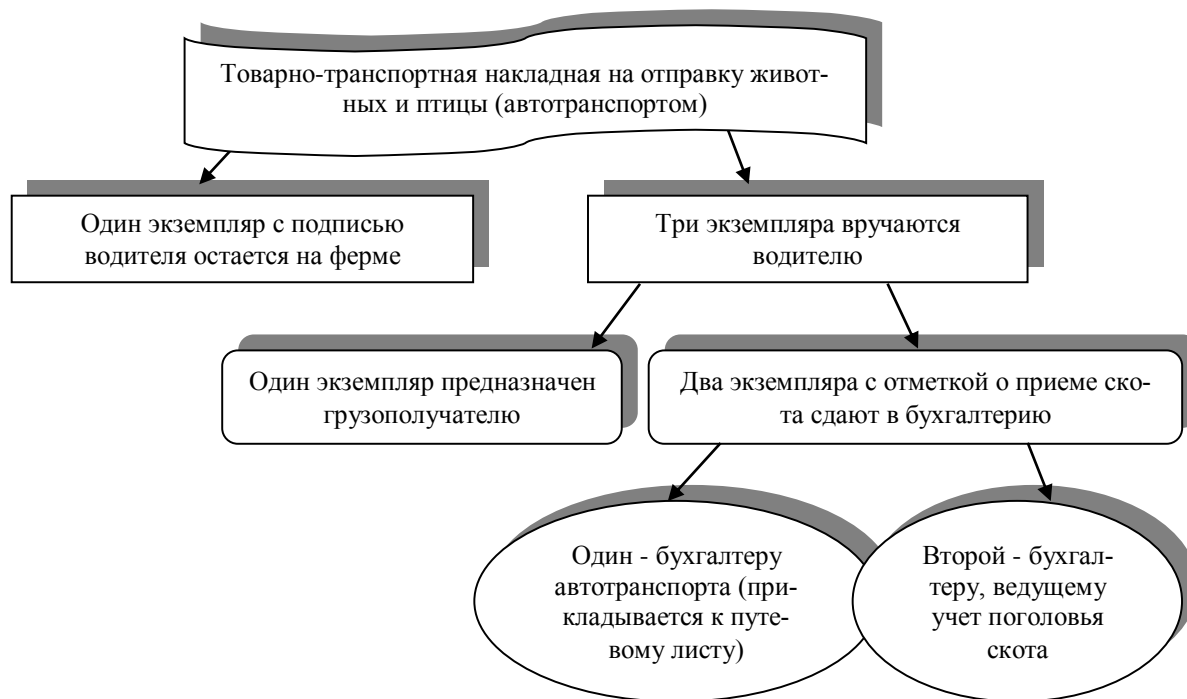


Рисунок 2 – Направления движения товарно-транспортной накладной на отправку животных и птиц

При продаже племенного молодняка сторонним организациям выписывают счет-фактуру и прилагают племенное свидетельство установленной формы. В случае падежа, забоя и ликвидации скота в день выбытия животного составляют акт на выбытие животных и птицы (форма СП-54), в котором приводят характеристику выбывшего животного и указывают причину. На оборотной стороне документа перечисляют виды и количество полученной продукции и её назначение.

Животные, которые находятся на выращивании и откорме, постоянно увеличивают свою массу, а значит, что и стоимость их тоже возрастает. Для того чтобы определить полученный прирост и дооценить скот, необходимо систематически взвешивать животных. Результаты данной процедуры учитывают в ведомости взвешивания животных (форма СП-43).

Все зафиксированные в первичных документах изменения находят своё отражение в книге учета движения животных и птицы, итоги которой переносят в отчет о движении скота и птицы на ферме (форма СП-51).

Счет 11 «Животные на выращивании и откорме», на котором ведут учет соответствующих животных, является активным. По дебету данного счета отражают наличие молодняка и откормочного поголовья, а также их дооценку вследствие прироста живой массы, а по кредиту учитывают уменьшение животных. Поступление скота в бухгалтерском учете отражают следующими проводками:

- оприходован приплод крупного рогатого скота
- Дебет 11 «Животные на выращивании и откорме»
- Кредит 20 «Основное производство», субсчет «Животноводство»
- Аналогичной проводкой оформляют привес живой массы скота.

— принят к учету поступивший от населения молодняк

Дебет 11 «Животные на выращивании и откорме»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

— оприходован скот, приобретенный у сторонней организации

Дебет 11 «Животные на выращивании и откорме»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

На сумму НДС, предъявленной по счет-фактуре делается следующая запись:

Дебет 19 «НДС по приобретенным ценностям»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

— принят к учету скот, полученный безвозмездно

Дебет 11 «Животные на выращивании и откорме»

Кредит 98 «Доходы будущих периодов»

— принято на откорм по первоначальной стоимости, выбракованное из основного стада, животное продуктивного скота

Дебет 11 «Животные на выращивании и откорме»

Кредит 01 «Основные средства»

— принят на откорм по остаточной стоимости, выбракованный из основного стада, рабочий скот

Дебет 11 «Животные на выращивании и откорме»

Кредит 91 «Прочие доходы и расходы»

Предварительно должна быть определена остаточная стоимость животного. В бухгалтерском учете это оформляется следующими проводками:

— определена остаточная стоимость животного

Дебет 02 «Амортизация основных средств»

Кредит 01 «Основные средства»

— списана остаточная стоимость животного

Дебет 91 «Прочие доходы и расходы»

Кредит 01 «Основные средства»

Перемещение животных из одной возрастной группы в другую оформляется внутренними проводками по счету 11 «Животные на выращивании и откорме».

При достижении животных определенного возраста их переводят в основное стадо, при этом бухгалтер делает следующие проводки:

— определена остаточная стоимость животного на откорме

Дебет 08 «Вложения во внеоборотные активы»

Кредит 11 «Животные на выращивании и откорме»

— оприходовано животное в составе основного стада

Дебет 01 «Основные средства»

Кредит 08 «Вложения во внеоборотные активы»

Продажу молодняка и откормочного поголовья оформляют бухгалтерскими записями:

— списана себестоимость выбывшего животного

Дебет 90 «Продажи», субсчет «Себестоимость продаж»

Кредит 11 «Животные на выращивании и откорме»

— отражена выручка от продажи

Дебет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»

Кредит 90 «Продажи», субсчет «Выручка»

— начислен НДС от реализации

Дебет 90 «Продажи» субсчет «НДС»

Кредит 68 «Расчеты по налогам и сборам»

Далее определяется финансовый результат от продажи животного. В случае прибыли составляют проводку:

Дебет 90 «Продажи» субсчет «Прибыль/убыток от продаж»

Кредит 99 «Прибыли и убытки»

Если в результате реализации был получен убыток, то на его сумму будет составлена обратная проводка.

Выбытие животных в случае падежа, забоя или стихийных бедствий отражается следующими бухгалтерскими записями:

— отражен падеж скота

Дебет 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей»

Кредит 11 «Животные на выращивании и откорме»

В случае падежа по вине материально-ответственного лица сумма, отраженная ранее по дебету счета 94 «Недостачи и потери от порчи ценностей», списывается на счет 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям», субсчет «Расчеты по возмещению материального ущерба». Если же лицо, виновное в падеже, не установлено, то эту сумму списывают по дебету счета 20 «Основное производство». При этом продукция, годная для использования, отражается следующей проводкой:

Дебет 43 «Готовая продукция»

Кредит 20 «Основное производство»

При потере животных в результате эпидемий или стихийных бедствий стоимость может списываться на потери предприятия, а если животное было застраховано, то на страховое возмещение. В бухгалтерском учете будут сделаны следующие записи:

— стоимость животного списана на убытки

Дебет 99 «Прибыли и убытки»

Кредит 11 «Животные на выращивании и откорме»

— списана стоимость застрахованного животного

Дебет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Кредит 11 «Животные на выращивании и откорме»

Для обеспечения сохранности животных их периодически, в установленные на предприятии сроки, а также при смене материально-ответственных лиц пересчитывают в натуральных показателях. Результаты инвентаризации оформляют соответствующими актами и описями и отражают на счетах бухгалтерского учета.

В бухгалтерской отчетности начиная с 2012 г. животные на выращивании и откорме отражаются в бухгалтерском балансе по строке 1210 «Запасы» и не выделяются в отдельную строку, в отличие от предыдущей формы, где данный вид активов отражался в составе запасов по отдельной строке 212 «Животные на выращивании и откорме».

Молодняк животных и животные на откорме по своей экономической характеристике относятся к предметам труда и входят в состав оборотных средств. В процессе содержания животных на выращивании и откорме предприятие расходует средства и получает продукцию в виде прироста живой массы. Бухгалтерский учет помогает осуществить контроль над производством продукции животноводства, вскрыть внутренние резервы отрасли.

Немаловажным является обеспечение контроля над сохранностью поголовья скота и его движением, особенно за поступлением приплода в своем хозяйстве и реализацией откормленного поголовья. Бухгалтерский учет должен своевременно представлять достоверные сведения об увеличении живой массы поголовья, о своевременности перевода животных из одной возрастной группы в другую. Он должен объективно отражать оценку животных на выращивании и откорме, поступающих как со стороны других организаций, так и от приплода в своем хозяйстве.

Список литературы:

1. Пизенгольц, М.З. Бухгалтерский учет в с/х [Текст]: учебник. Ч1: Бухгалтерский финансовый учет / М.З. Пизенгольц. 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2002.-480с.
2. Постановление Госкомстата РФ от 29 сентября 1997 г. N 68 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету сельскохозяйственной продукции и сырья» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 18.07.2012.
3. Приказ Минсельхоза России от 2 февраля 2004 г. № 73 «Об утверждении методических рекомендаций по учету затрат в животноводстве».) [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 16.07.2012.
4. Учет молодняка животных и животных на выращивании и откорме [Электронный ресурс] – Режим доступа. <http://www.legpromsme.ru/content/document> . Дата обращения 07.07.2012.
5. Чечеткин А. Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве [Электронный ресурс] – Режим доступа. http://stankewic.narod.ru/Bux_uz/glawal2.html. Дата обращения 07.07.2012.

Старцева Татьяна Сергеевна

*студентка 4курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: tatyanaSt92@yandex.ru*

Тюхова Елена Анатольевна

*к.э.н., старший преподаватель кафедры финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: tuhova1310@mail.ru*

Шапорова Ольга Александровна

*д.э.н., профессор кафедры финансового учета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: tuhova1310@mail.ru*

УДК 658.14/17

А.А. Микитухо

НЕОБХОДИМОСТЬ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АНАЛИЗА И ДИАГНОСТИКИ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ (БАНКРОТСТВА)

В статье рассматриваются отдельные аспекты обоснования необходимости и информационного обеспечения экономического анализа и диагностики несостоятельности (банкротства).

Ключевые слова: анализ, банкротство, информационное обеспечение, признаки банкротства, финансовое состояние, эффективность

Успешное развитие любого экономического субъекта определяется своевременной диагностикой его финансового состояния, анализом тенденций и перспектив развития финансово-хозяйственной деятельности и реализацией управленческих задач, нацеленных на эффективное функционирование производства и системы менеджмента. Диагностика, выявление признаков возможного банкротства организации на начальных его стадиях позволяет вовремя определить комплекс мероприятий, направленных на финансовое оздоровление и укрепление платежной дисциплины. Основным диагностическим и предупредительным инструментом в процессе прогнозирования вероятности банкротства выступает экономический анализ.

Вопросы организации процедуры несостоятельности (банкротства) в России регулируются законодательными документами.

Отношения, связанные с несостоятельностью (банкротством), регулируются федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002г. №127-ФЗ в ред. Федерального закона от 28.07.2012 N 144-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Согласно ст. 3 «признаки банкротства» ФЗ от 26.10.2002 г. №127-ФЗ юридическое лицо считается неспособным удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если соответствующие обязательства и (или) обязанность не исполнены им в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены. Т.е., основным признаком банкротства является неисполнение обязательств в течение 3 месяцев. Состав и размер денежных обязательств и обязательных платежей определяются на дату подачи в арбитражный суд заявления о признании должника банкротом (ст. 4 Закона).

Дела о банкротстве рассматриваются арбитражным судом (п. 1 ст. 6 Закона). При этом производство по делу о банкротстве может быть возбуждено арбитражным судом при условии, что требования к должнику - юридическому лицу в совокупности составляют не менее ста тысяч рублей (п.2. ст. 6 Закона). Правом на обращение в арбитражный суд с заявлением о признании должника

банкротом обладают должник, конкурсный кредитор, уполномоченные органы (п.1 ст. 7 Закона).

В деле о банкротстве назначается арбитражный управляющий (п.1 ст. 20 Закона). Арбитражным управляющим признается гражданин Российской Федерации, являющийся членом одной из саморегулируемых организаций арбитражных управляющих. Арбитражный управляющий является субъектом профессиональной деятельности и осуществляет профессиональную деятельность, занимаясь частной практикой.

При рассмотрении дела о банкротстве организации применяются следующие процедуры (п.1 ст. 27 Закона): наблюдение; финансовое оздоровление; внешнее управление; конкурсное производство; мировое соглашение. До момента подачи в арбитражный суд заявления о признании должника банкротом принимают меры, направленные на восстановление платежеспособности должника (п. 3 ст. 30 Закона). Учредителями (участниками) должника, собственником имущества должника - унитарного предприятия, кредиторами и иными лицами в рамках мер по предупреждению банкротства должнику может быть предоставлена финансовая помощь в размере, достаточном для погашения денежных обязательств и обязательных платежей и восстановления платежеспособности должника. Эта процедура получила название санация (ст. 31 Закона).

Согласно п. 1 ст. 62 Закона в результате рассмотрения арбитражным судом обоснованности заявления о признании должника банкротом вводится процедура наблюдения и назначается временный управляющий. Одной из обязанностей временного управляющего является проведение анализа финансового состояния должника.

Анализ финансового состояния должника проводится в целях определения достаточности принадлежащего должнику имущества для покрытия расходов в деле о банкротстве, в том числе расходов на выплату вознаграждения арбитражным управляющим, а также в целях определения возможности или невозможности восстановления платежеспособности организации (п. 1 ст. 70 Закона).

В ходе наблюдения должник вправе обратиться к арбитражному суду с ходатайством о введении финансового оздоровления (п.1 ст. 76 Закона). Административный управляющий действует с даты его утверждения арбитражным судом до прекращения финансового оздоровления.

На основании п. 1 ст. 92 Закона арбитражный суд по итогам рассмотрения результатов проведения финансового оздоровления вправе вынести определение о введении внешнего управления. С даты введения внешнего управления прекращаются полномочия руководителя организации, управление делами должника возлагается на внешнего управляющего. Внешний управляющий вправе предпринять следующие меры по восстановлению платежеспособности должника согласно плану внешнего управления (ст. 109 Закона): репрофилирование производства; закрытие нерентабельных производств; взыскание дебиторской задолженности; продажа части имущества должника; уступка прав требования должника; увеличение уставного капитала должника за счет взносов участников и третьих лиц; размещение дополнительных обыкновенных ак-

ций должника; продажа предприятия должника; замещение активов должника и иные меры.

Вынесение арбитражным судом определения о переходе к расчетам с кредиторами является основанием для начала расчетов со всеми кредиторами в соответствии с реестром требований кредиторов (п.1. ст.120). Расчеты осуществляет внешний управляющий.

Принятие арбитражным судом решения о признании должника банкротом влечет за собой открытие конкурсного производства. Конкурсное производство вводится на срок до шести месяцев (п.1,2 ст.124 Закона) и его осуществляет конкурсный управляющий. Все имущество должника, имеющееся на дату открытия конкурсного производства и выявленное в ходе конкурсного производства, составляет конкурсную массу (п. 1 ст. 131 Закона).

После рассмотрения арбитражным судом отчета конкурсного управляющего о результатах проведения конкурсного производства арбитражный суд выносит определение о завершении конкурсного производства, а в случае погашения требований кредиторов - определение о прекращении производства по делу о банкротстве (п. 1 ст. 149 Закона).

На любой стадии рассмотрения арбитражным судом дела о банкротстве должник, его конкурсные кредиторы и уполномоченные органы вправе заключить мировое соглашение (п.1 ст. 150 Закона). Решение о заключении мирового соглашения принимается собранием кредиторов.

Таким образом, законодательство о банкротстве определяет необходимость проведения анализа финансового положения организации – потенциального банкрота на разных этапах процесса банкротства.

Порядок проведения анализа финансового состояния организации – должника в процессе рассмотрения дела о банкротстве регулируется другими нормативными документами.

Финансовый анализ является основной процедурой для выявления, диагностики и прогнозирования банкротства. В последние годы появилось достаточное количество авторских работ, посвященных проблемам анализа и управления несостоятельностью (банкротством) организации. В числе авторов, рассматривающих в своих работах проблемы проведения анализа финансового состояния и платежеспособности должника, следующие российские ученые: К.В. Балдин, В.В. Белугина, С.Н. Галдицкая, Г.Н. Грекова, Л.Д. Кокорев, И.И. Передеряев, Н.А. Старикова, И.Н. Турчаева, Г.В. Федорова, М.В.Чернова и др.

Ряд российских авторов в своих работах по комплексному экономическому анализу или анализу финансовой отчетности затрагивает вопросы методики анализа несостоятельности (банкротства) и определения системы критериев оценки. В их числе В.Р. Банк, С.В. Банк, Л.С. Васильева, А.Ф. Ионова, Н.В. Парушина, М.В. Петровская, Н.Н. Селезнева, А.В. Тараскина, А.Д. Шеремет.

Однако в научных исследованиях основой акцент сделан на методику анализа несостоятельности (банкротства) организации должника, имеющей проблемы с платежеспособностью. Для предупреждения банкротства и разработки комплекса эффективных управленческих решений, направленных на

своевременное оздоровление организации, возникает необходимость формирования методики диагностики, предупреждения и финансовой оптимизации платежей и расчетов. И соответственно будут различаться цель и задачи проведения экономического анализа и прогнозирования вероятности банкротства (рис. 1).



Рисунок 1 – Цель и задачи экономического анализа для предупреждения и диагностики банкротства

Анализ и прогнозирование несостоятельности (банкротства) осуществляется с использованием различных источников информации (рис. 2).

В первую группу включаются нормативно-правовые документы, законы, постановления, положения, приказы, инструкции, методически указания и рекомендации, письма. Перечень нормативных документов, которые используются в целях анализа и прогнозирования банкротства, может изменяться в зависимости от цели и содержания аналитических процедур. Знание и использование нормативных документов в процессе анализа является обязательным условием, так как выводы по результатам анализа должны быть объективными, качественными и обоснованными.

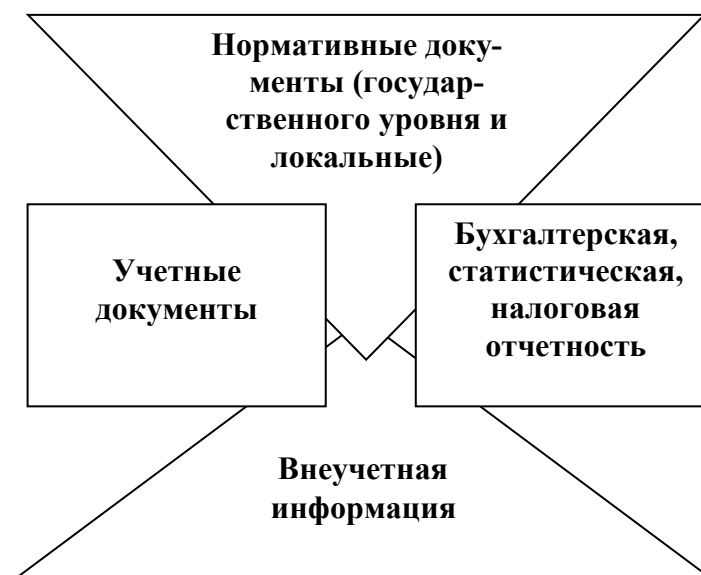


Рисунок 2 – Информационное обеспечение экономического анализа для предупреждения и диагностики банкротства

В процессе анализа финансового состояния в деле о банкротстве или в процессе его диагностики и предупреждения могут использоваться следующие нормативно-правовые источники информации:

- Об утверждении правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа. Постановление Правительства Российской Федерации от 25 июня 2003 г. №367;
- Об утверждении временных правил проверки арбитражным управляющим наличия признаков фиктивного и преднамеренного банкротства. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 декабря 2004 г. №855;
- О несостоятельности (банкротстве). Федеральный закон Российской Федерации от 26 октября 2002 г. №127-ФЗ;
- Об акционерных обществах. Федеральный закон Российской Федерации от 26 декабря 1995 г. №208-ФЗ.

Вторую группу формируют внутренние нормативные документы организации, регулирующие организацию и процессы производства, труда, бухгалтерского учета и др. К ним, в частности, относятся учредительные документы, бизнес-планы, коллективный договор, положение об оплате труда, учетная политика для целей бухгалтерского и налогового учета, инструкции, письма, положения головной (основной) организации, планово-нормативная документация, проектно-техническая документация (технические паспорта, технологические карты и др.), юридические документы, которые фиксируют отношения с инвесторами, поставщиками, покупателями, заемщиками, эмитентами и вкладчиками.

Третью группу формируют учетные документы - это первичные учетные документы, которые подтверждают факт выполнения хозяйственной операции, законность их документального оформления. На каждом этапе экономического анализа эффективности процессов и явлений определяются те первичные доку-

менты, которые будут необходимы для анализа. Также анализируются регистры аналитического и синтетического учета по счетам, позволяющие оценить организацию бухгалтерского учета, проанализировать эффективность и достоверность сделок, экономических и финансовых процессов и операций.

Бухгалтерская, налоговая и статистическая отчетность исследуются как четвертая группа источников информации, отражающие финансовое состояние, налоговые обязательства, имущество и обязательства.

Бухгалтерская отчетность позволяет реализовать программу проведения углубленного анализа финансового состояния и финансовой устойчивости организации, которая представлена следующими разделами:

1. Построение аналитического баланса.
2. Оценка и анализ активов и пассивов, экономического потенциала.
 - 2.1. Оценка имущественного положения и структуры капитала.
 - 2.2. Анализ финансового положения: оценка ликвидности, платежеспособности, оценка финансовой устойчивости.
3. Оценка и анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности:
 - 3.1. Анализ оборачиваемости.
 - 3.2. Анализ рентабельности.
4. Разработка мероприятий по улучшению финансового состояния организации.

В пятую группу включаются внеучетные источники информации, которые регулируют хозяйственную деятельность организаций, эффективность совершения операций и сделок.

Метод экономического анализа определяется содержанием и особенностями изучаемого предмета, теми конкретными целями, задачами и требованиями, которые ставятся перед ним. Под методом экономического анализа понимается диалектический способ подхода к изучению хозяйственных процессов и явлений в их становлении и развитии

В процессе диагностики и анализа финансовой устойчивости субъекта экономики используются различные методы. Условно их можно разделить на общие и специальные.

К общим методам относятся общенаучные методы, которые основываются на общепринятых подходах к анализу: анализ, синтез, индукция, дедукция, аналогия, моделирование, абстрагирование, конкретизация, наблюдение, измерение, эксперимент, формализация, системный и комплексный подход.

Специальные методы можно разделить на три группы:

- традиционные;
- экономико-математические;
- инновационные методы анализа.

Традиционные методы анализа используются для изучения и оценки функциональной зависимости между показателями. Основными традиционными методами являются сравнение, средние и относительные величины, балансовый метод, приёмы элиминирования (цепных подстановок, абсолютных и относительных разниц), индексный метод, группировки, приём долевого участия.

Экономико-математические методы исследования используются при изучении стохастических систем, в которых связь между анализируемыми факторами и результатным показателем носит вероятностный, корреляционный характер. В экономическом анализе используются приёмы корреляции, регрессии, математического программирования, теории игр, теории массового обслуживания, матричные и прогнозные методы анализа и др.

Инновационные методы анализа включают балльно-рейтинговую оценку, комплексный анализ факторов ценности организаций, эвристические (креативные) методы, компьютерные технологии.

Таким образом, для проведения полноценного и глубокого анализа финансового состояния организации при наличии признаков банкротства необходимо использование системы методов и источников информации для достижения поставленных предупредительных целей и задач.

Список литературы:

1. О несостоятельности (банкротстве). Федеральный закон Российской Федерации от 26 октября 2002 г. №127-ФЗ. [Электронный ресурс] - Режим доступа: [http:// base.consultant.ru](http://base.consultant.ru). Дата обращения: 28.08.2012.
2. Балдин, К.В. Банкротство предприятия: анализ, учет и прогнозирование [Текст]: учебное пособие. /К.В. Балдин, В.В. Белугина, С.Н. Галдицкая. – 4-е изд.-М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К» -2012. – 376 с.
3. Грекова, Г.Н. Учет и анализ банкротств [Текст] /Г.Н. Грекова, Л.Д. Старикова. – М.: Экономика, 2011. – 367 с.
4. Кокорев, Н.А. Учет и анализ банкротств [Текст] /Н.А. Кокорев, И.Н. Турчаева. – М.: Кнорус, 2010. – 192 с.
5. Парушина, Н.В. Теория и практика управления интегрированными образованиями [Текст] /Н.В. Парушина. //Вестник ОрелГИЭТ. - 2008.- №4 - С.16-23.
6. Парушина, Н.В. Основные направления анализа и прогнозирования финансового состояния по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций [Текст] /Н.В. Парушина // Международный бухгалтерский учет. – 2012. -№2. –С. 55-63.
7. Федорова, Г.В. Учет и анализ банкротств: учебник [Текст] / Г.В. Федорова. – 2-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2011. – 284 с.
8. Чернова, М.В. Банкротство учет, анализ и аудит в конкурсном производстве [Текст] : учебное пособие /М.В. Чернова. -М.: Дело и сервис -2008. – 256 с.

*Микитухо Анна Андреевна
соискатель кафедры экономического анализа и статистики
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: mikityho@yandex.ru*

УДК 330.322:06.036

С.А. Орлова, Н. Н. Каширкина

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ПРЕИМУЩЕСТВ И НЕДОСТАТКОВ ИНВЕСТИЦИЙ В НЕДВИЖИМОСТЬ

Со временем любой человек задается вопросом - куда вкладывать деньги? В данной статье рассмотрены вложения в недвижимость, преимущества и недостатки такого вида инвестиций, а также проблемы вклада инвестиций в недвижимость.

Ключевые слова: вложения в недвижимость, инвестор, инвестиции.

Согласно статье 130 Гражданского кодекса Российской Федерации [1] недвижимость определяют как земельные участки, обособленные водные объекты и недра земли, то есть то, что неразрывно связано с земельным участком. К ним относятся многолетние насаждения, в том числе и леса, строения и здания. Однако в более приемлемом виде понятие недвижимости воспринимается как строение или часть строения на земельном участке.

Инвестиции в недвижимость становятся все более популярными на протяжении последних лет и являются обычным механизмом инвестиций. Хотя на этом рынке есть много возможностей для создания больших доходов, покупка и владение недвижимостью является более сложным способом вложения денег, чем приобретение акций и облигаций.

Однако в условиях экономической нестабильности, во времена обесценивания денежных активов инвестиции в недвижимость остаются самым надежным и безопасным видом вложения финансовых средств, который приносит постоянный доход и сохраняет капитал. Стоимость недвижимости в значительно меньшей степени подвержена изменениям, чем стоимость акций, и обеспечивает получение прибыли не только от прироста капитальной стоимости, но от аренды.

Кроме того, недвижимость, в отличие от многих других активов, может приносить доход от вложения денег сразу по двум направлениям: непосредственно в результате роста цен и благодаря сдаче ее в аренду.

Ликвидная недвижимость в России за последние пятнадцать лет превратилась в составную часть рынка инвестиций. Почти каждого владельца свободных финансовых активов интересуют выгодные денежные вклады. Так сложилось, что в России наиболее популярным и прибыльным способом вложения финансовых средств являются инвестиции в недвижимость. Вне зависимости от политической и экономической ситуации инвестирование в недвижимость представляется наиболее рентабельным и перспективным.

Многие знают, что основной приток финансов сосредотачивается именно на недвижимости. В условиях финансового кризиса для бизнесменов самым прибыльным делом сейчас является строительство, а также инвестиции. Что касается зарубежных капиталовложений в недвижимость России, то их объем не настолько значительный, несмотря на всю перспективность российского рынка

все последние годы.

Самая главная причина такого скептического отношения зарубежных инвесторов – это хаотичность и непоследовательность развития российского инвестиционного рынка. Именно поэтому мало кто из инвесторов примет такое решение – сделать серьёзные и долгие капиталовложения. Российский рынок – это именно та сфера, где можно получить отличную плоскость и почву для «мгновенных» доходов. В начале 2012 г. подводились итоги по работе строительной отрасли, в частности ввод жилья в России, где можно было наблюдать разнонаправленные векторы (табл. 1).

Таблица 1. -Топ-15 городов по вводу в эксплуатацию жилой недвижимости в 2011 г. [10]

Город Российской Федерации	Ввод жилья, тыс. кв.м
Москва	2'360
Санкт-Петербург	2'705
Краснодар	1'075
Екатеринбург	1'050
Новосибирск	1'029
Казань	943
Ростов-на-Дону	890
Челябинск	752
Самара	747
Омск	747
Красноярск	695

Во время рассмотрения отчета по вводу жилья стала известна специфика строительства и ценообразования в недвижимости по городам России. В целом по итогам 2011 г., в строительной отрасли наблюдается спад, ожидается, что количество жилья введено на треть меньше чем планировалось. Положительная динамика наблюдается только в городах Краснодаре и Ростове-на-Дону, на Урале (Екатеринбург и Уфа) и Сибири (Новосибирск, Барнаул) - там жилая недвижимость растет и по объемам ввода и по уровню цены.

Гораздо интереснее выглядит ситуация со столичными городами: Москвой и Санкт-Петербургом. Они относятся к наиболее высокодоходным городам мира в плане жилья. Наравне с Лондоном, Парижем или Нью-Йорком прирост стоимости здесь достаточно высок. Хотя инвестиционный риск удерживает Москву и Санкт-Петербург едва ли не на последнем месте в списке городов, пользующихся инвестиционной привлекательностью.

Губернаторы и главы администраций РФ, а также органы исполнительной власти, отвечающие за строительство, заявили, что в России стремительно увеличивается объём инвестиций в крупных городах – например, только в первом полугодии больше 16% инвестиций произошло в России [11].

Главной причиной увеличения объёмов данных капиталовложений была производительная активность в отрасли строительства. Как утверждает Госкомитет России, инвестиции населения в жилищное строительство индивидуальных домов с января по июнь 2012 г. составили 2 млрд. р., или 5% от общего ко-

личества инвестиций, имеющихся в основном капитале [12].

Когда инвестор вкладывает средства в покупку готового жилья, он просто защищает свои сбережения от обесценивания.

При вложении денежных средства в объект, который находится на ранней стадии строительства, инвестиции увеличиваются в среднем на 12-15% в год (в зависимости от площади и других характеристик квартиры), а к концу строительства стоимость за квадрат возрастет на 25-30%, так как дом в среднем строится 2 года [13].

Если инвестор решит оформить право собственности на квартиру, цена увеличится еще на 10 %. Такая квартира представляет собой уже объект из ряда «новой вторички», которая считается одним из самых дорогих предложений на рынке. Но есть один недостаток, если недвижимость находится в собственности менее 3х лет, то при продаже будет взиматься налог с полученного дохода, который равен разнице между уплаченной за квартиру суммой при строительстве и ценой продажи.

Нынешняя ситуация в полной мере благоприятствует тому, чтобы иностранные инвесторы могли получать в России быстрый доход. Для сегодняшнего положения дел характерны наибольший процент риска и максимальные доходы. Но существует и другая «сторона медали», которая приносит «ложку дёгтя в бочку мёда» - нестабильность, а также так называемая, «дикость» российского рынка, неправильная государственная стратегия и политика. Это настораживает и, как следствие, отпугивает большие и влиятельные зарубежные компании.

Например, в начале марта 2012 г. английская компания Oxford Business Group, которая изучает восточноевропейские рынки, предостерегала потенциальных инвесторов о ненадёжном бизнесе капиталовложений в российскую недвижимость. Исходя из этого можно сказать, что ситуация довольно спорная, и главное, чтобы влияние иностранных компаний на другие не заставило их отказаться от капиталовложений в инвестиционный рынок России.

Главным преимуществом вложений в недвижимость является получение постоянного дохода, практически не уделяя внимания этому финансовому активу. Даже если недвижимость просто простаивает, она все равно растет в своей стоимости. Причиной этого является та же самая инфляция, которая из года в год прибавляет объекту вложения стоимости. Кроме того, объект недвижимости легко сдавать во временное пользование (аренду), что влечет за собой новую прибыль. Среднерыночная стоимость аренды квартиры в России лишь немного не дотягивает до прожиточного минимума и трети средней зарплаты, что конечно не может оставить равнодушным. Деньги лишними не бывают - таков закон жизни. Постоянный рост стоимости - еще одна отличительная черта инвестиций в недвижимость, к примеру, вложения в акции, цена которых изменяется с течением времени и других ситуаций, которые складываются в мире. Кроме прочего, к плюсам такого вида вложений относят возможность усовершенствования инструмента инвестиций, что добавляет его стоимость. То есть основными преимуществами вложений в недвижимость являются:

- постоянный рост актива инвестиций;
- возможность получения дополнительного заработка от сдачи в наем недвижимости;
- возможность усовершенствования объекта инвестиций, чем достигается рост его стоимости.

Недостатки инвестиций в недвижимость.

Наверное, главным недостатком подобного вложения денег является его низкая ликвидность. Это означает, что при необходимости вывода денег из предмета вложения придется подождать, пока найдется достойный покупатель. Или же, если деньги нужны срочно, можно потерять достаточно серьезную сумму от рыночной стоимости недвижимости. Конечно, в этом компоненте инвестиции в недвижимость, несомненно, проигрывают таким инструментам вложений, как банковский депозит или вложение денег в акции, но тут уж каждый выбирает сам. Также недостатком вложений в недвижимость являются некоторые неудобства, которые связаны с процессом купли-продажи.

К ним относят:

- затраты, которые придется нести в виде комиссионных риэлторам;
- вложения в недвижимость требуют постоянного слежения за предметом инвестиций, что при недостатке свободного времени превращается в серьезную проблему;
- если инвестиции в недвижимость связаны с покупкой за рубежом, следует внимательно изучить законодательство той страны, в которой собирались покупать недвижимость, или же доверить это дело профессиональному юристу, что также повлечет за собой финансовые издержки.

Так, к примеру, в Германии, недвижимость, сданная в аренду, по закону не может быть модернизирована без согласия жильцов, также невозможно повысить арендную плату без их согласия.

Не секрет, что мировая экономика развивается циклами. Цикл спада следует за циклом роста и наоборот. Точно также циклы грандиозного спада, который сейчас наблюдаем, чередуется с циклом сильнейшего роста. Учитывая законы технического анализа, закономерно покупать недвижимость именно в моменты спада, который наблюдаем сейчас. То есть сегодня самый благоприятный момент вложить инвестиции в недвижимость. До тех пор пока не активизируется кредитование покупки жилья, вложение в недвижимость имеют максимальную прибыльность, поскольку цены находятся на минимально низком уровне. Вспомнив о том, сколько стоила недвижимость в середине 2008 г. и сейчас, несложно догадаться, что, сделав инвестиции в недвижимость сейчас, за 4-5 лет можно получить прибыль от вложения в инвестиции в недвижимость до 200-500%! Такую прибыльность не сможет обеспечить ни один банковский депозит.

Рассмотрим восемь типов недвижимости, которые всегда готовы сохранить и приумножить деньги вкладчиков:

1. Коммерческая недвижимость. Она представлена самым широким «раз-

летом» ценового диапазона. Выкупили одну комнату, переделанную под офис, или десятиэтажный, только что отстроенный офисный центр, - такая недвижимость всегда обеспечит регулярной прибылью.

2. Торговые центры – очень капиталоемкие, но весьма прибыльные объекты для того, кто готов вложить деньги в недвижимость. К грандиозной, всегда востребованной торговой площадке присоединяются рестораны, спортивные и развлекательные арены, которые привлекают дополнительное количество как покупателей, так и, соответственно, арендаторов имущества.

3. Доходные дома как жемчужина инвестиционной коллекции появились еще в Древнем Риме. Такой вид деятельности был весьма популярен в дореволюционной России, Германии и Великобритании. Доходный дом включает в себя от 6 до 20 квартир. Его лучше покупать за границей, например в Западной Европе, где около 62% населения традиционно живут в съемных, а не частных жилищах. Выбираются промышленные, быстро развивающиеся в экономическом отношении города, население которых постоянно увеличивается и, как «горячие пирожки», захватывает любое индивидуальное жилье достойного уровня. Примеры таких городов, где рента будет расти быстрее банковского депозита, - это Гамбург, Мюнхен, Люблин, Брюссель или Щецин.

4. Квартиры – еще один доходный вид инвестиции в недвижимость. Ее всегда можно сдать в аренду и обеспечить стабильный денежный ручеек. В той же Германии считают, что обладатель уже шести квартир, сдающий их в аренду, вполне может рассчитывать на обеспеченную старость. Пожелание 21-ого столетия к такому типу собственности – квартира должна обладать какой-либо изюминкой. Это может быть размещение в старинной, культурно нагруженной, части города. Хорошо, если рядом находится речка, озеро или море с благоустроенной набережной и видом из окон на причал для персональной яхты. Подходят и романтические цепи гор, полускрытые утренним туманом. Идеально, если природный ландшафт вокруг собственности сочетает в себе все вышеперечисленные достоинства, а сама квартира отличается современной планировкой и стильным дизайном. Такие инвестиции в недвижимость можно сделать в Сочи, Ялте, Женеве или Монте-Карло. К тому же такая красота отличается высоким уровнем ликвидности – квартиру всегда можно быстро продать.

5. Индивидуальные дома, коттеджи или таунхаузы - менее предпочтительные объекты для потенциальных инвесторов. Спрос на аренду такого товара весьма изменчив. Здесь важно все – в городе или за его чертой расположен дом? В России или за рубежом решили пристроить средства? Какой метраж, идея архитектурного разрешения и цена на данную недвижимость? Коттеджи, если только они не расположены на первой линии вдоль морского берега теплого моря, имеют низкую степень ликвидности и высокий уровень затрат.

6. Отели – это, несомненно, самые интересные инвестиционные объекты. Покупая отель в Хургаде, Валь Торансе или Анапе, нужно быть готовым к тому, он точно будет заполнен лишь в определенный сезон. А вот собственность гостиничного типа в историческом центре Кракова, Парижа, Кельна, Санкт-Петербурга или Праге будет стоить недешево, но и работать, а, соответственно,

и приносить доход будет бесперебойно. Эксперты оценивают рентабельность такой недвижимости в 8-12% годовых в зависимости от ее географического положения.

7. Дома для престарелых – это необычный для России вид пассивного бизнеса, который быстро набирает популярность за рубежом. Те самые европейцы, все вышеупомянутые 62%, которые раньше жили в арендованных квартирах, но достигли пенсионного возраста и не желают тратить заработанные деньги на собственный дом, предпочитают селиться в своеобразной коммуне, среди своих ровесников. Учитывая особенности демографической ситуации в Европе, в которой уже преобладают люди старшего возраста, инвестиция в подобное частное заведение считается очень перспективным и гуманным способом сохранения и приумножения денег.

8. Земля – это классическое, не раз описанное в литературе место для тех, кто настроен вложить деньги в недвижимость. При рассмотрении вопроса о покупке земельного участка следует четко решить, что от него ждете – надежного сохранения или быстрого приумножения своих средств.

Несмотря на последствия кризиса, объекты недвижимости являются актуальным предметом для инвестиций. В перспективе ситуация будет сохраняться: по убеждениям экспертов, цены на недвижимость будут только расти. Интересными являются и жилые, и коммерческие объекты. Главное – правильное соотношение характеристик. В приоритете – крупные и развивающиеся российские города. Интересными также являются новые для России доходные дома.

Подводя итоги, хочется отметить, что инвестиционная деятельность – это самый популярный и гарантированный вид обогащения и сохранения собственных денег. Вкладывая деньги в «родных пенатах», легко можно отследить состояние и динамику развития имущества. Инвестируя в зарубежные жилые и коммерческие объекты, нужно выбирать страны со стойкой политической системой и прогнозируемым ходом экономического развития.

В заключение хотелось бы добавить, что вложения в недвижимость достаточно сложный инструмент инвестирования и заниматься этим без предварительного сбора всей доступной информации не стоит. Если же нет возможности самому этим заняться, то лучше проконсультироваться у специалиста. Это сохранит время, деньги и, что немаловажно, нервы.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения 16.06.2012.
2. Тарасевич, Е.И. Финансирование инвестиций в недвижимость [Текст] / Е.И. Тарасевич. –М., 2010. -319с.
3. Организация и финансирование инвестиций [Текст]: учебное пособие. /Я.С. Мелкумов. –М., 2009. - 248 с.
4. Инвестиции [Текст]: курс лекций /Е.Р. Орлова .- М.: Омега-Л, 2009. -192 с.
5. Игошин, Н.В. Инвестиции: организация управления и финанси-

ния [Текст]: учебник. /Н.В. Игошин. М., 2009. - 542с.

6. Инвестиции [Текст]: учебное пособие. /Я.С. Мелкумов. –М.,2010. -254с.

7. Зеленюк, А.Н. Движение спекулятивного капитала на рынке недвижимости [Текст] /А.Н. Зеленюк.//Российский внешнеэкономический вестник. – 2011г. - № 7.- С.27-39.

8. Предварительный анализ данных по жилой недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. Дата обращения 24.06.12.

9. Инвестиционный блог Инвестконтроль 2.0 Инвестиции и проекты в России 2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.investcontrol.ru>. Дата обращения 24.06.12.

10. Российские и иностранные инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.invest.RIN.RU> Дата обращения 24.06.12.

11. Куда вложить деньги. Об инвестициях и сбережениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://yourwayinvest.ru/>Дата обращения 24.06.12.

Орлова Светлана Анатольевна

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: aspirantura_ogiet@mail.ru

Каширкина Наталья Николаевна

студентка 4 курса финансово-экономического факультета

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: 15Zn54@mail.ru

УДК 657.4:005.63

И.В. Кузнецова, Д. С. Татаркина

НЕОБХОДИМОСТЬ В ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В данной статье приводится оценка рыночной стоимости предприятия. Рыночная стоимость предполагает применение методов трех подходов к оценке. Стоимость объекта оценки рассчитана с использованием затратного, сравнительного и доходного подходов. В рамках затратного подхода методология расчета основывался на методе некорректируемых чистых активов. Сравнительный подход основывался на методе сделок. Доходный подход рассчитывался методом дисконтирования денежных потоком.

Ключевые слова: оценка бизнеса, инвестиционная стоимость, сравнительный подход, доходный подход, затратный подход, залоговая стоимость, восстановительная стоимость, стоимость замещения.

В настоящее время развитие экономики в России является достаточно актуальным и значимым. Вместе с этим, могут возникнуть вопросы, связанные с качественным подходом к этому процессу, который основан на четкой и логичной методологии, она позволяет получить необходимый результат, основан-

ный на важности применения современных технологий оценки, которые позволяют не только фиксировать стоимость бизнеса на конкретном этапе, но и также служить для оценщика инструментарием в части установления для собственника бизнеса рекомендаций по возможному повышению стоимости его бизнеса.

На сегодняшний день для того чтобы принять эффективные управленческие решения, собственникам и руководству предприятия достаточно часто необходима информация о стоимости бизнеса. В проведении оценочных работ имеют заинтересованность и другие стороны: инвесторы и акционеры, государственные структуры, поставщики, кредитные организации, страховые компании. Увеличение стоимости предприятия — это один из показателей роста доходов его собственников. Именно поэтому периодическое проведение оценки стоимости бизнеса возможно применять для анализа эффективности управления предприятием. Традиционные методы финансового анализа заключаются на расчетах финансовых коэффициентов и только на данных бухгалтерской отчетности предприятия. Однако совместно с внутренней информацией в процессе оценки стоимости предприятия нужно проанализировать данные, которые характеризуют условия работы предприятия в регионе, отрасли и экономике в целом.

Оценка предприятия – это один из показателей деятельности любой компании, который очень важен. В процессе независимой оценки предприятия устанавливается не только рыночная стоимость активов и пассивов, но также и проводится общий анализ эффективности предприятия, изучаются основные тенденции рынка, перспективы развития компании и её рост.

Текущая стоимость активов исчисляется приведенной к настоящему моменту стоимостью будущих денежных потоков, которые получают владельцы этих активов. Таким образом, оценка стоимости - это определенный процесс моделирования будущих денежных потоков и возможности принять решения о способах и методах оценки этих потоков. Поскольку финансовое прогнозирование требует много времени и зачастую не отличается точностью, аналитики во многих случаях обращаются к упрощенным методам, которые, как они надеются, приводят к эквивалентным результатам без значительных временных затрат. Альтернативные методы оценки появились также потому, что далеко не всегда будущие денежные потоки, связанные с инвестициями, настолько предсказуемы и прогнозируемы, чтобы эффективно проводить моделирование.

Процесс оценки компаний обычно включает следующие пять шагов:

- выбор и предварительный анализ компаний для определения возможностей приобретения и их соответствия стратегическим целям приобретателя;
- анализ истории развития для определения финансового состояния компании и более детального понимания ее операционной стратегии и бизнес-модели;
- моделирование деятельности приобретаемой компании посредством составления проформ финансовой отчетности. Наиболее важный аспект оценки компании — правильное и точное моделирование ее будущей деятельности. Этот процесс требует детального понимания бизнес-модели приобретаемой

компании, факторов, влияющих на ее доходы и издержки, а также процедуры операционной деятельности;

- оценка операционной стоимости приобретаемой компании после того, как рассчитаны ее свободные денежные потоки и текущая стоимость;

- проведение оценки акционерного капитала приобретаемой компании и анализ чувствительности ключевых предположений, лежащих в основе финансовых прогнозов.

Результаты оценки бизнеса, которые получаются на основе анализа внешней и внутренней информации, важны не только для проведения переговоров о купле-продаже — они существенно влияют на выбор стратегии развития предприятия: в процессе стратегического планирования нужно оценивать будущие доходы предприятия, степень его устойчивости и ценность имиджа; для того чтобы принят обоснованные управленческие решения нужна инфляционная корректировка данных финансовой отчетности, которая является базой для принятия финансовых решений; для обоснования инвестиционных проектов по приобретению и развитию бизнеса важно иметь сведения о стоимости всего предприятия или части его активов, важно иметь всю необходимую информацию.

Все акционерные компании постоянно сталкиваются с важностью создания стоимости для своих акционеров, а большинство провозглашает это основной своей целью.

В настоящее время оценка бизнеса – это процесс, который достаточно сложен и многогранен. Тот, кому действительно необходима информация о реальной, рыночной стоимости компании, не сможет обойтись без участия опытного, квалифицированного оценщика.

Оценка стоимости нужна при акционировании, развитии предприятий, использовании ипотечного кредитования, реорганизации, участии в деятельности фондового рынка.

Результаты оценки стоимости оказывают влияние практически на всех показателях деятельности предприятия. Чтобы достичь успеха в деятельности любой компании, менеджеру для принятия каждого серьезного управленческого решения необходимо высчитать, увеличит ли его реализация стоимость компании.

Итак, чтобы повысить качество управления нужно проанализировать отдельные структурные подразделения, процессы, виды продукции, направления деятельности, в то время как нужно изучить всю структуру в целом и учесть внешние и внутренние взаимосвязи. Предприятие — это достаточно сложная система, которая использует экономические ресурсы и меняется относительно видов выпускаемой продукции, методов ее производства и продажи. Проанализировать все составляющие структуры вместе можно на основе оценки стоимости бизнеса.

Оценка предприятия не есть самоцель, она подчинена решению определенно поставленной задачи. Оценки бизнеса нужна приблизительно при всех трансформациях: при покупке и продаже предприятия, его акционировании, слиянии и поглощении и во многих других ситуациях.

В зависимости от того, занимается ли компания появляющимся или зрелым бизнесом, а также в зависимости от особенностей отрасли, которой она

принадлежит, к ее оценке могут применяться разные подходы. Самые популярные из них можно разделить на две группы — методы относительной оценки и методы прямой оценки. Методы относительной оценки не обеспечивают результатов в абсолютном смысле, то есть определяют не справедливую стоимость акций компании, а их стоимость относительно группы сравнимых компаний. Методы относительной оценки включают оценку с применением коэффициентов доходности и прибыльности, а также оценку с использованием коэффициентов балансовой стоимости. Прямые методы базируются на концепции оценки скорректированной текущей стоимости будущих денежных потоков, которые, в соответствии с ожиданиями, получают собственники компании.

Потребность в оценке стоимости предприятия может возникнуть в следующих случаях:

– Особенности оценки бизнеса в целях купли-продажи предприятий.

Это один из самых распространенных случаев оценки предприятия. На практике достаточно часто совершают сделки по купле–продаже части предприятия, не всего. В данном случае продажная цена отдельной доли зависима не только от стоимости части актива, которая продается, а также и от тех прав, которые предоставляют владение данной долей новому собственнику. В основном продажа предприятия - это крупная сделка, совершение данной сделки не влечет за собой прекращения его предпринимательской деятельности.

– Особенности оценки предприятий в случаях реорганизации, слияния и поглощения.

Рыночная стоимость компании при слиянии формируется в результате взаимодействия цен спроса и предложения, при поглощении – в результате борьбы между конкурентами. Бывают случаи поглощения отдельных частей или активов, а не всей компании. Оценки бизнеса нужна для выбора обоснованного направления реструктуризации предприятия.

– Особенности оценки предприятий при страховании.

В данном случае нужно оценить страховую стоимость предприятия, заключающуюся в установлении размера выплаты по страховому договору в условиях наступления страхового события – потеря или повреждение застрахованного актива. Для того чтобы установить стоимость страхуемых активов компании, используют такие понятия, как восстановительная стоимость и стоимость замещения. Восстановительная стоимость – текущие затраты, которые необходимы на восстановление точной копии всех активов предприятий. Стоимость замещения определяется как величина затрат на замещение данного актива другим того же вида и состояния, способного равным образом удовлетворить пользователя.

– Особенности оценки предприятий для залогового обеспечения по кредиту.

Оценку предприятия нужно рассматривать как залоговую стоимость ее активов, которая соответствует рыночной стоимости залога этой фирмы, её кредитор может получить, продав залог в случае неплатежеспособности фирмы. Другими словами, залоговая стоимость – стоимость компании, которую желает получить кредитор от продажи на торгах в случае банкротства заемщика кредита.

– Осуществление инвестиционного проекта развития компаний.

Согласно международным стандартам оценки инвестиционная стоимость – это субъективное понятие, соотносящее конкретный объект собственности с конкретным инвестором или группой инвесторов, которые имеют определенные цели и критерии инвестирования. Иначе говоря, инвестиционная стоимость – это способность инвестиций принести доход или отдачу и является характеристикой инвестиционного проекта. В данном случае, для инвестора нужно знать исходную стоимость компании.

– Особенности оценки компании как инструмент управления стоимостью.

Управление стоимостью компании – это инструмент, появление которого обусловлено интересами собственника. Для собственников стоимость компании – это единственный критерий оценки его финансового благополучия, дающий комплексное представление об эффективности управления бизнесом. На результатах мировой практики видно, что наиболее конкурентоспособными компаниями, как правило, являются такие компании, в которых основным критерием оценки качества управления служит последующее увеличение стоимости.

– Особенности экономической оценки предприятий при их ликвидации.

Если это происходит при полной или частичной ликвидации компании, распродажи его активов по отдельности, то в данном случае устанавливается ликвидационная стоимость компании. Это есть денежная сумма, которая может быть получена при продаже бизнеса или его активов в сроки, которые слишком коротки для проведения адекватного маркетинга в соответствии с определенным рыночной стоимостью.

Обоснованность и достоверность оценки стоимости бизнеса в основном зависит от того, насколько правильно установлена область использования результатов экономической оценки компаний.

Методы оценки бизнеса представляются тремя главными подходами:

Затратный подход - совокупность методов оценок стоимости компаний, которые основаны на установлении рыночной или иной стоимости активов за вычетом рыночной или иной стоимости обязательств;

Доходный подход - совокупность методов оценок стоимости объектов оценок, которые основаны на установлении ожидаемых от предприятий доходов и последующем их преобразовании в стоимость на дату операции;

Сравнительный подход - совокупность методов оценок стоимости предприятий, которые основаны на сравнении объектов оценок с аналогичными объектами, в отношении которых есть информация о ценах сделок с ними.

Каждый из данных подходов может быть реализован разными методами. Как правило, для того чтобы получить действительно реальную оценку, применимы все три подхода, а затем нужно провести обоснованное обобщение результатов оценки предприятия.

Стоимость услуг по оценке предприятий не зафиксирована и зависима от деятельности компании, времени работы на рынке, величины активов, целей и сроков проведения и других факторов.

Стоимостный подход к пониманию организации в целом и происходящих в ней процессов занимает центральное место в умах менеджеров, а концепция

управления стоимостью это одна из передовых теорий управления организацией. В их основе заложена теория создания стоимости. Согласно этой теории, компания тогда является развивающейся и привлекательной для инвесторов, а также прибыльной для своих стейкхолдеров, когда она создает стоимость в процессе своей деятельности.

Относительно менеджеров это означает способность выработать и воплотить стратегические решения, которые положительно влияют на стоимость фирмы.

Оценка предприятия — это определение в денежном выражении стоимости предприятия, которая учитывает его полезность и затраты, связана с получением этой полезности.

Сегодня для ведения бизнеса становится очевидным, что компания, желающая сохранить долгосрочную конкурентоспособность, должна осуществить корректировку своей текущей деятельности и учесть требования окружающей действительности. Наиболее эффективным инструментом, который позволяет осуществить стратегическую и оперативную трансформацию бизнес - системы, выступает процесс реструктуризации.

Достаточно часто возможно встретить мнение, что реструктуризация нужна только для компаний, которые переживают упадок финансово-хозяйственной деятельности или даже находятся на стадии банкротства. Реструктуризация же как процесс направлена на увеличение эффективности деятельности компании, которая хорошо функционирует.

Необходимость и актуальность подобной деятельности в рамках управления государственной собственностью, а также в рамках проведения работ по управлению стоимостью компаний сомнений не вызывает.

Оценщику в этом процессе отведена значительная роль. Оценщик несет роль не только специалиста фиксирующего стоимость компании на данном этапе, но и профессионального практика консультанта, который способен найти резервы стоимости и в рамках отчета установить основные финансово-экономические механизмы, которые приводят к повышению стоимости компании. Также нужно указать, каким образом и на какую величину может быть увеличена стоимость компании.

Оценщик определяет стоимость компании до реструктуризации, проводит поэлементный анализ объектов имущественного комплекса, вычленяет объекты, формирующие имущественный комплекс компании, определяет объекты, которые подлежат реструктуризации, выбирается методы реструктуризации, метод фиксируется, этот метод оказывает существенное влияние на стоимость компании, рассчитывает итоговый экономический эффект, полученный от реструктуризации.

С целью дальнейшей доработки модели в настоящее время осуществляется работа, которая связана с:

– созданием для предложенного метода оценки информационной базы в части факторов стоимости компаний исходя из отраслевой специфики в разрезе всех отраслей Российской Федерации с учетом стадии жизненного цикла отрасли и компании, а также основанная на анализе аналогичных факторов для западных компаний;

– разработкой методики оценки интеллектуального капитала -значимого и перспективного фактора стоимости в современных российских условиях, при этом на настоящий момент времени проанализированы подходы западных экономистов в части определения и оценки интеллектуального капитала;

– осуществлением оценки стоимости компании на разных временных отрезках;

– тем, что полученные решения задач в части реструктуризации приводят к повышению стоимости компании и могут быть использованы оценщиками в рамках управления стоимостью компании;

– тем, что предлагаемый подход применяется при проведении реструктуризации хорошо функционирующей компании и компаний, которые находятся в кризисном состоянии, то есть по сути этот механизм проведения реструктуризации может являться составляющей процесса антикризисного управления или быть эффективно использованным в рамках управления государственной собственностью;

– концентрированием внимания на получении реальных практических результатов. Методика определения стоимости акцентирует внимание на существующих условиях, при этом предложенные механизмы применимы не только для «крупных» компаний, которые действуют в производственной сфере, но и для компаний с незначительной валютой баланса;

– тем, что предложенные методики реализованы на практике в компаниях, которые действуют в различных отраслях и регионах Российской Федерации, это позволяет говорить не только о практической важности, но и о широкой применимости главных выводов исследования в различных регионах России.

– тем, что на базе полученных результатов с целью систематизации и обобщения информации разработаны практические семинары, которые позволяют четко выстроить логику в части возможности использования современных технологий оценки в процессе управления стоимостью компании.

Итак, для увеличения стоимости акционерного капитала руководство компании должно сосредоточить свое внимание на четырех основных компонентах: взаимоотношениях с акционерами и кредиторами, производственной эффективности, степени интегрированности с рыночной инфраструктурой и прозрачности отчетности. Все эти компоненты могут воздействовать на психологическое восприятие компании участниками рынка, принимая во внимание всю нужную информацию, структуру акционеров, а также собственную роль, также они показывают, стоит ли осуществлять или не осуществлять сделку с акциями или облигациями компании и на каких условиях.

Список литературы:

1. Организации и методы оценки предприятия (бизнеса) [Текст]: учебник /под ред. Кошкина В.И. -М.: «ЭКМОС», 2002. -157 с.

2. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия [Текст]: учеб. пособие для вузов. / под ред. С. В. Валдайцева. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. -185 с.

3. Оценка бизнеса [Текст]: учебник для вузов / под ред. А.Г.Грязновой, М.А. Федотовой. 2-е изд, перераб, и доп. М.: Финансы и статистика, 2006. -736 с.

4. Оценка бизнеса [Текст]: учеб. пособие для студ. вузов / под ред. В.Е.Есипова, Г.А.Маховиковой. 3-е изд. СПб. : Питер, 2010. 512 с.

5. Оценка стоимости предприятия (бизнеса) [Текст]: учеб. пособие / Под ред. Абдулаева Н.А., Колайко Н.А. –М. : ЭКМОС, 2000. -352 с.

Кузнецова Ирина Владимировна

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: kuzma-79@mail.ru

Татаркина Дарья Сергеевна

студентка 5 курса финансово-экономического факультета

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: kuzma-79@mail.ru

УДК 334.758:005.591.43

Ю.П. Соболева, М.В. Скулова

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АЛЬЯНС – ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА ИНТЕГРАЦИИ БИЗНЕСА

Стратегические альянсы, рассматриваемые в данной статье, являются в современной экономике одной из перспективных форм интеграции и одним из важных факторов повышения конкурентоспособности компаний. В настоящей статье исследованы особенности стратегических альянсов; основные их цели и мотивы, в соответствии с которыми компании вступают в альянсы; типы условий, влияющие на процесс формирования стратегических альянсов; преимущества, которые дает формирование альянсов. Большое внимание уделяется понятию конкурентной стратегии альянса, в частности, ее принципам, целям, задачам, инструментам и структуре.

Ключевые слова: стратегические альянсы, конкурентные отношения, конкурентоспособность, интеграция, система, конкурентная стратегия, конкурентные преимущества, коллективная конкуренция.

Перспектива развития компаний всех отраслей во многом зависит от условий развития современной экономики. Сегодня реалии хозяйственной жизни заставляют компании интегрироваться, так как в современных условиях становится все труднее и труднее вести конкурентную борьбу в одиночку.

Одной из перспективных форм интеграции являются стратегические альянсы. В современной экономике наиболее эффективными являются те структуры, которые функционируют на принципах свободной самоорганизации независимых хозяйствующих субъектов. К числу таких организаций и относится стратегический альянс. Образование стратегических альянсов является одним

из важных факторов повышения конкурентоспособности компании и способствует совершенствованию конкурентных отношений.

Стратегический альянс представляет собой долгосрочное соглашение между двумя или большим числом самостоятельных компаний по сотрудничеству в области сбыта продукции, научных исследований и опытно-конструкторских разработок, производства продукции, технологического развития [4]. При этом дополнительные возможности и преимущества рассчитывают получить участники альянса, образуя его.

На сегодняшний день примеров удачных стратегических альянсов известно немало. Опыт участия российских компаний в международных стратегических альянсах не так велик, как в других странах с развитой экономикой. Но при этом можно выявить некоторые специфические особенности, в частности, относящиеся к нефтегазовым корпорациям, которые продвигают экономику России. ООО «КАТКонефть», являющееся совместным предприятием российской НК «ЛУКОЙЛ» и австрийской «САТоil», было создано в сентябре 1991г. Данный стратегический союз был ориентирован на использование прогрессивных и высокоэффективных технологий, высококачественного оборудования, материалов и собственных ноу-хау, основанных на применении эксклюзивных методов работы. Итогом совместной деятельности стало применение нового для России, наиболее эффективного метода по нефтедобыче - гидравлического разрыва пластов (ГРП), что позволило «ЛУКОЙЛу» на своих месторождениях в Западной Сибири добыть на 100 млн. тонн нефти больше [1].

Многие из стратегических альянсов выглядят как совершенно логичные союзы компаний, работающих в одной отрасли, но в разных сегментах рынка. К примеру, содружество Nestle и Coca-Cola в сфере продвижения холодного чая Nestea, разработанного швейцарцами, но реализуемого через громадную розничную сеть американской компании [6].

Стратегические альянсы являются самой перспективной формой объединения компаний. Заключение альянсов представляет собой один из наиболее быстрых и дешевых путей реализации глобальной стратегии.

Деятельность компаний в современной экономике требует больших инвестиций, особенно когда необходимым условием достижения успеха является координация решений, принимаемых в сфере разработки новых продуктов, их производства, распределения и маркетинга, а также в области финансирования всех операций, осуществляемых в других странах мира. При этом может сложиться ситуация, когда компании будут испытывать нехватку внутренних ресурсов, необходимых для эффективного участия в конкурентной борьбе с другими компаниями аналогичного профиля на международном рынке.

Большие затраты на разработку новых продуктов, покрываемые только за счет внутрикорпоративных ресурсов, могут подорвать бюджет компании. В этой связи компании, как правило, идут на поиск компаний-партнеров, с которыми они могли бы разделить такие затраты. Например, один из крупнейших мировых производителей телевизоров — корейская компания LG Electronics в целях сохранения ведущих позиций в данной отрасли создала стратегический

альянс с американским Zenith Electronics, и они совместно осуществили крупные вложения в разработку и производство жидкокристаллических мониторов и телевизоров [9].

Можно выделить основные мотивы, в соответствии с которыми компании вступают в альянсы:

- совместное использование производственных мощностей;
- достижение экономии на масштабах производства;
- совместная разработка и производство технически сложных изделий (средств коммуникаций, компьютеров, самолетов и т.п.);
- объединение усилий в производстве компонентов или сборке конечной продукции;
- получение доступа на рынок, где уже существуют сложившиеся рыночные структуры и определенный менталитет, продвижение на рынок продукции друг друга;
- снижение рисков в деятельности и другие.

Вместе с тем характер действия мотивационных факторов на процесс формирования стратегического альянса в значительной мере зависит от состояния окружающей среды, в которой он функционирует. Условия окружающей среды весьма разнообразны. Однако можно выделить ряд стандартных типов условий, имеющих отношение к процессу образования стратегических альянсов [3] (табл. 1).

Таблица 1 – Основные типы условий, влияющих на процесс формирования стратегических альянсов

№	Основные типы условий, влияющих на процесс формирования стратегических альянсов.	Характеристика условий.
1	2	3
1	Возрастающая стихийность развития окружающей среды.	Может рассматриваться в качестве важнейшего условия, способствующего формированию стратегических альянсов, поскольку последние призваны значительно сокращать вероятность экономических рисков.
2	Радикальные изменения состояния окружающей среды.	Характерный признак современной экономической ситуации в мире в значительной степени способствуют активизации процесса образования стратегических альянсов с целью большей адаптации организаций к этим изменениям для сохранения или повышения их конкурентоспособности.
3	Динамичные технологические изменения в различных элементах окружающей среды.	Характерны для развития мирового хозяйства в современных условиях, выступают важнейшим катализатором процессов образования стратегических альянсов, которые способствуют достаточно быстрой разработке и внедрению новых технологий.
4	Возрастание вероятности финансовых рисков.	В рамках альянса появляется реальная возможность для снижения величины возможных финансовых потерь.

1	2	3
5	Быстрое изменение экономической конъюнктуры на большинстве рынков.	Подталкивает фирмы к образованию альянсов, которые рассматриваются как способ получения более удобного доступа к рынкам.
6	Резкое усложнение политической ситуации.	Может рассматриваться в качестве условия, активизирующего деятельность организаций по формированию стратегических альянсов.
7	Необходимость реализации сложных и крупномасштабных проектов.	Условие, способствующее формированию стратегических альянсов
8	Необходимость повышения конкурентоспособности организаций.	Может рассматриваться как наиболее общее условие, активизирующее процесс формирования альянсов. С этим условием связана ситуация, при которой конкуренты достаточно сильны и обладают многоресурсовой основой конкуренции.

Таким образом, обобщая все сказанное выше относительно основных мотивационных факторов и условий, способствующих образованию стратегических альянсов, можно сделать ряд выводов, которые представлены на рисунке 1 [3].



Рисунок 1 – Основные возможности, которые дает формирование стратегических альянсов

Участники стратегического альянса, оставаясь независимыми, заключают соглашение о сотрудничестве в рамках определенных сфер деятельности, в основном с целью совместного завоевания новых рынков сбыта и продвижения продукции и услуг.

Изначально альянсы преследовали следующие цели:

- 1) снизить операционные издержки;
- 2) исключить дублирование функций.

При этом они ограничивали сферу своей деятельности на отдельном рынке как географическом, так и товарном.

На сегодняшний день их цели усложнились, масштабность их расширилась. Совместный маркетинг, совместные продажи, лицензирование технологий, научные исследования, совместный дизайн, производство, завоевание за-

рубежных рынков – такие цели стали преследовать стратегические альянсы.

При этом одна компания, вступающая в стратегические альянсы, может иметь несколько целей, ради которых собственно она в них и вступает. Примером может служить компания General Motors, которая использовала союзы для преобразования своего бизнеса. Она создала обширную сеть связей с автомобильными компаниями и поставщиками в Европе и Азии, а также в Северной Америке. Некоторые альянсы должны были улучшить продвижение продукции на зарубежный рынок – другие предполагали обмен технологиями, третьи были призваны обновить ассортимент General Motors, четвертые – изучить производственные методы и т.п.

Особенностью альянсов является и их более гибкая форма. В данном случае сроки завершения интеграционных процессов играют меньшую роль, большее значение имеют налаженные связи с партнерами, наличие ноу-хау, разнообразие предлагаемого потребителям набора услуг, капитал компании. Альянсы в чем-то напоминают сделку, поскольку подавляющее их большинство требуют от участников привлечения новых ресурсов, на всем протяжении своего существования. Наличие постоянных и надежных источников финансовых ресурсов – главный критерий для успешного функционирования альянса. Так, нередко одни автопроизводители становятся крупными акционерами других в рамках стратегических альянсов, заключаемых, как правило, с целью реализации совместных проектов по разработке или производству автопродукции. Наиболее известными и крупными международными стратегическими альянсами, в которых участвуют американские автопроизводители, являются GM – Toyota, GM – Renault – Nissan.

Взаимосвязь конкуренции и альянсов имеет свою специфику. Основное внимание уделяется роли альянсов в повышении уровня конкурентоспособности партнеров. Взаимосвязь конкурентоспособности компании со стратегическими альянсами не столь проста и однозначна. Она не ограничивается одной зависимостью, показывающей воздействие альянсов на рост конкурентоспособности. Здесь находят место гораздо более сложные и разнообразные связи. Для наиболее глубокого понимания механизма взаимосвязи изучаемых процессов необходимо использование системного подхода, в основе которого лежит рассмотрение объекта как системы.

Двойное проявление конкурентных отношений в условиях альянсов – их особенность. С одной стороны, альянс представляется как взаимосвязь отношений партнерства и конкурентных отношений. С другой стороны, отношения конкуренции возникают за рамками альянса. Они характеризуют отношения между стратегическими альянсами и другими участниками конкуренции, не входящими в альянс. То есть особенность альянса в том, что в нем присутствуют разные типы конкурентных отношений. К ним можно отнести:

- 1) конкурентные отношения между отдельными стратегическими альянсами;
- 2) конкурентные отношения внутри альянса между фирмами-конкурентами;
- 3) конкурентные отношения между фирмами, входящими в альянс и дру-

гими, существующими самостоятельно фирмами.

Систему конкурентных отношений, в которые вступает стратегический альянс, можно проиллюстрировать на примере международных альянсов с участием российских компаний. Так, например, в 2004г. было заключено Соглашение о стратегическом сотрудничестве ОАО «Газпрома» с Китайской национальной нефтегазовой корпорацией («КННК») [7]. Одна из целей образования данного альянса состояла в том, чтобы прекратить конкуренцию разрозненных проектов российских компаний на рынке стран азиатско-тихоокеанского региона. Одновременно предполагалось обеспечить конкурентоспособность данного стратегического альянса по отношению к другим аналогичным международным группировкам в топливно-энергетической сфере. Партнерство ведущих компаний двух стран влияет, таким образом, на конкурентные отношения с другими нефтегазовыми компаниями, не входящими в стратегический альянс, а также на характер конкуренции между группировками разных стран. В 2006г. «Газпром» и «КННК» подписали «Протокол о поставках природного газа из России в КНР», в котором были зафиксированы основные договоренности по срокам, объемам и маршрутам («Западный» и «Восточный») поставок газа и принципы формирования цены [8].

Как таковая конкурентная стратегия – это поиск благоприятного положения в отрасли или на рынке. Особенностью конкурентной стратегии альянса является то, что это стратегия не одной компании, а группы компаний. Как и любая другая методика, методика формирования конкурентной стратегии альянса обладает определенной структурой. К ее основным элементам можно отнести следующее: принципы, цель и задачи, инструменты, структуры.

Конкурентная стратегия альянса должна строиться на определенных принципах [5]. Наиболее важные из них приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Принципы построения конкурентной стратегии альянсов

Принцип	Характеристика
Гибкость	Действие данного принципа состоит в том, что стратегия конкурентной борьбы может корректироваться в зависимости от действия различных факторов внутри альянса и за его пределами.
Эффективность	Затраты, связанные с конкуренцией, должны компенсироваться соответствующими результатами.
Управляемость	Для реализации выработанной стратегии требуются соответствующие организационные механизмы, включающие в себя и систему контроля.
Скоординированность	Чем в большей мере будет обеспечиваться согласованность действий всех партнеров альянса, тем более высоких результатов он может добиться.
Инновационность	Чтобы сохранить конкурентоспособность, союзу компаний необходимо стремиться к использованию высокотехнологичных, наукоемких производств, конечная продукция которых содержит в себе высокую долю интеллектуальной составляющей. Конкурентная среда ставит альянс перед необходимостью не только участвовать в данном процессе, но и изучать сложившийся опыт инновационного развития.
Оптимальность	Среди возможных видов конкурентных стратегий выбирается та, которая в наибольшей мере отвечает возможностям и особенностям альянса.

К основной цели конкурентной стратегии относится создание альянсу такого положения, которое обеспечивает его выживаемость в долгосрочной перспективе и способность сохранять устойчивые рыночные позиции. Чтобы данная цель могла быть достигнута, необходимо решить определенные задачи. К их числу относятся такие, как: обеспечение уникальной собственной марки по сравнению с конкурирующими в течение длительного времени; способность удовлетворять специфические потребности клиентов; использование специфических способностей и ресурсов союза, которые трудно или невозможно имитировать.

Особое место в конкурентной стратегии занимают инструменты, с помощью которых она разрабатывается. К ним относятся, прежде всего, конкурентный анализ, система приоритетов, метод сравнительных характеристик.

Чтобы конкурентная стратегия могла принести желаемые результаты, этим процессом необходимо управлять. Формирование структуры управления – необходимый компонент методики разработки конкурентной стратегии альянса. Задача сводится к тому, чтобы создать такую организационную схему и наладить такое управление всеми видами деятельности, которые позволят обеспечить эффективную реализацию стратегии развития альянса и его конкурентной борьбы. Проблемы, возникающие при управлении выбранными направлениями конкуренции, производны от общей проблемы управления альянсом. Они заключаются в единственной причине: существовании нескольких центров управления. В связи с этим согласованная политика возможна лишь на основе баланса интересов всех партнеров.

Управление конкурентной стратегией в альянсе следует рассматривать в качестве одного из инструментов общего механизма управления данной структурой. Во многих случаях образование и развитие партнерства предполагает осуществление изменений в организационной структуре его участников. Например, могут появиться общие службы, которые будут заниматься вопросами сбыта. Так, собственниками крупнейших производителей бумажно-беловых изделий России – ЗАО «Северо-Западная Лесопромышленная Компания» (СЗЛК) и ООО «Светоч» – принято решение о формировании стратегического альянса. В первую очередь в рамках альянса будет сформирована объединенная структура продаж продукции компаний под единым руководством. Обратившись в нее, каждый клиент сможет приобрести полную линейку бумажно-беловых изделий высокого качества [5].

Особая роль в решении конкурентных задач отводится организационным формам их выполнения. Наиболее обоснованным подходом здесь является проектное управление. Каждая стратегическая задача, связанная с разработкой и реализацией определенного продукта или процесса, рассматривается как проект. Для его выполнения образуется проектная группа, в которую могут быть включены представители всех или отдельных участников альянса.

Стратегические альянсы отвечают признакам системы, так одним из признаков социальной системы является ее целевая направленность (целесообразность). Движущим мотивом возникновения и развития альянса является общая цель партнеров — добиться конкурентных преимуществ за счет объединения

ресурсов и совместных действий. Помимо общей цели каждый из участников имеет и собственные. При взаимодействии партнеров цели могут быть как однонаправленными, так и разнонаправленными. В последнем случае возникают целевые противоречия, что сказывается на характере развития объединения.

Одним из свойств любой социальной системы является существование совокупности элементов, имеющих прочную связь. Наличие определенного числа партнеров, связанных договорными обязательствами, - отражение данного свойства в альянсе. При этом участники стратегического альянса могут взаимообогащаться за счет взаимной передаче новых технологий, знаний и товаров. Но эта взаимосвязь в альянсе не всегда устойчива.

Социальная система всегда предполагает скоординированность действий, которой можно добиться через управление. В стратегическом альянсе используется особый механизм управления, подразумевающий наличие самостоятельности у участников и вместе с тем проведение согласованной политики для достижения поставленных целей.

Таким образом, стратегический альянс в целом отвечает признакам системы. Но это особая система. Ее специфика заключается в том, что, во-первых, альянс не всегда является устойчивым образованием. Во-вторых, альянс как система представляет собой единство противоположностей. Речь идет о наличии особых целей у участников, которые не всегда совпадают с общими целями стратегического альянса, а также о том, что внутри альянса между предприятиями-партнерами могут возникать конкурентные отношения.

Образование и развитие стратегического альянса вызывает качественные изменения в характере межфирменной конкуренции. Борьба ведется уже не между компаниями, а между группами фирм с общими интересами – коллективная конкуренция.

Коллективная конкуренция как таковая сути конкуренции принципиально не меняет. Она была известна достаточно давно и активно применялась в разнообразных формах, таких, например, как олигополия, картель. Но современные методы конкурентной борьбы становятся более сложными и многообразными.

Стратегический альянс превращается из национального в международный феномен. Ведущие компании не просто обновляют межфирменные отношения, они рассматривают альянсы как важнейший резерв конкурентоспособности, как основу коллективной конкуренции.

С позиции коллективной конкуренции по-особому рассматривается стратегия рыночного поведения фирм-партнеров. Дело в том, что формирование альянсов связано с принципиальными изменениями в ведении бизнеса. В отличие от обычного долговременного сотрудничества, в котором стороны руководствуются заранее утвержденными соглашениями, стратегические альянсы являются более гибкими структурами. Они предусматривают возможность изменения первоначальных условий для достижения общих целей. Альянсы вырабатывают новую стратегию развития бизнеса и ведения конкурентной борьбы. Особенностью стратегии конкурентного поведения фирм-партнеров в условиях коллективной конкуренции является то, что она разрабатывается и реализуется

не одной фирмой, а группой участников, т.е. это совместная стратегия. Она направлена на сохранение и защиту конкурентных преимуществ в долгосрочной перспективе.

Стратегический альянс, базируясь на коллективной конкуренции, может расширять рамки своего воздействия не только на конкурентов, но и на экономические процессы. Именно по этой причине государство с определенной настороженностью наблюдает за процессом образования альянсов и стремится в той или иной мере его регулировать.

Список литературы:

1. Агапова, Е.Ю. Особенности формирования международных стратегических альянсов крупнейшими нефтегазовыми корпорациями России [Текст] / Е.Ю. Агапова // Проблемы и перспективы управления экономикой и маркетингом в организации. – 2010. – №10. – С.23-27.
2. Королев, В.И. Предпосылки образования и формы развития стратегических альянсов [Текст] / В.И. Королев, Е.В. Королева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – №3. – С. 36-40.
3. Классификация стратегических альянсов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.strategplann.ru>. Дата обращения 24.07.2012.
4. Международный стратегический альянс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.wikipedia.org.ru>. Дата обращения 24.07.2012.
5. Международные стратегические альянсы как фактор развития конкуренции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.finanal.ru>. Дата обращения 24.07.2012.
6. Официальный сайт Coca-cola [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.coca-cola.ru>. Дата обращения 26.07.2012.
7. Официальный сайт ОАО «Газпром» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru>. Дата обращения 26.07.2012.
8. Представительство ОАО «Газпром» в Китайской Народной Республике (г. Пекин) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gazprom.ru/contacts/representatives/china/>. Дата обращения 20.07.2012.
9. СП ЗАО «Zenith Electronics» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uzavtosanoat.uz>. Дата обращения 24.07.2012.

Соболева Юлия Павловна

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: marketing-ogiet@mail.ru*

Скулова Марина Владимировна

*студентка 5 курса факультета бизнеса и рекламы
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: marketing-ogiet@mail.ru*

I.G. Parshutina, E.M. Samorodova

**WORLD EXPERIENCE OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF
CHAMBERS OF COMMERCE AND INDUSTRY
AS THE SUBJECTS OF MARKET ECONOMY**

Chambers of commerce and industry are the member organizations being business associations, including enterprises and citizens who are engaged in entrepreneurial activity. Chambers carry out important functions assisting business development, including external economic sphere and influence economic policy formation of the state.

Keywords: chamber of commerce and industry, regional Chamber of Commerce and Industry, national Chamber of Commerce and Industry, International Chamber of Commerce, business, entrepreneurship, foreign trade activities.

I.Ju. Zvonareva, O.V. Rudakova

**SOCIAL PARTNERSHIP
IN THE SYSTEM OF STATE INTERESTS OF THE
BUSINESS AND POPULATION SUBJECTS**

The state undoubtedly plays the leading part in the processes of redistribution and especially in granting and realization of social guarantees. Social activity of business is the essential part of these processes. The balance of economic feasibility and social justice which is the basis of social partnership mechanism means interests satisfaction of three parties: the state, the subjects of business and society (population).

Keywords: the state, business community, society, social policy, social partnership.

N.I.Lygina, O.A.Lebedev, O.N.Kozjavkina

**MYSTERY SHOPPING AS A NEW TOOL IN
COMPETITION BETWEEN THE COMPANIES**

Approaches to quality estimation of consumers servicing by the various companies are considered in the article.

Keywords: quality of service, secret buyer, company's client, potential buyers, the decision concerning the purchase

E.E. Semenova, N.V. Pjanova

PRICE ASPECTS IN INDUSTRIAL MARKETING

Marketing strategy of the company in the modern industrial market is formed under the influence of many factors and on the basis of a large quantity of marketing information (research of industrial buyers and their preferences, situation examination in the industry, etc.). The selected strategy is realized in the price policy of the company and is reflected in its financial position.

Keywords: marketing strategy, marketing information, positioning, competitiveness, "know-how", innovative possibilities, differentiated prices, market condition.

O.Ju. Leonova, N.A. Lytneva

**ACCOUNTING METHODS AND DOCUMENTARY REGISTRATION OF
MATERIALS PURCHASE BY SMALL ENTERPRISES
UNDER FOREIGN TRADE CONTRACT**

Accounting of purchase, storage and use of materials is one of the most important parts of accounting at the enterprise. Control strengthening over material-industrial stocks and their effective greatly affects the cost price decrease of production and, as a consequence, increase in profit on enterprise's industrial activity.

Keywords: materials, stocks, property right, import, contract, customs, transaction, cost, payments, currency, sale, purchase

M.E. Khanenko, K.S. Vasiljeva

BANK AUDIT

Now there are various forms of ownership, and the revival of market relations creates favorable preconditions for reforming of financial control methods for commercial and economic activity of joint-stock, co-operative and other firms and for banks.

Keywords: Bank audit, off-balance operations, below-line account, intra-bank operations.

N.A.Ilyukhina, T.V.Melekhova

**SYSTEM APPROACH TO THE PROCESS OF
MANAGING SUBJECTS IMPROVEMENT IN RUSSIA AND ABROAD**

The article is devoted to financial improvement of enterprises in Russia and abroad. The authors substantiate the necessity of creation of early detection mechanisms of possible bankruptcy signs, financial support strengthening of viable companies improvement, priority recognition of preservation of debtor's business as operating enterprise, efficiency increase of carrying out of bankruptcy procedures with participation of highly skilled arbitration managing directors specializing in certain procedures.

Keywords: financial improvement, crisis management, bankruptcy, bankruptcy legislation, reorganization, debtor enterprise.

N.V. Avdeeva, E.A. Bobrova

**SIMPLIFIED TAXATION SYSTEM ON THE BASIS OF THE LICENCE. THE COMING
CHANGES OF 2013**

In the Russian Federation there is a simplified taxation system which only individual entrepreneurs can apply. There are a number of certain conditions when individual entrepreneurs start applying simplified taxation system on the basis of the license. Since January, 1st, 2013 regulation of individual entrepreneurs' activity applying the license, will be regulated in a little different way. All the changes will be registered in Chapter 26.5 "License taxation system".

Keywords: simplified taxation system on the basis of the license, individual entrepreneur, patent.

Ju.A. Zvyagintseva, T.V. Fedorova

THE IMPORTANCE OF TRANSITION OF DOMESTIC ACCOUNTING SYSTEM TO INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS

Introduction of International Financial Reporting Standards (IFRS) is the major step of information infrastructure of the capital market in Russia, creation of favorable investment climate and, of course, economic growth. 63 documents of IFRS were introduced on the territory of the Russian Federation by the order of the Russia Ministry of Finance № 160н from 25.11.11. It is a complete set of international standards and their clarifications regarding financial reporting of 2012. The importance of transition of domestic system to IFRS is considered in the article and the conformity of IFRS and Accountancy Regulations (AR) are presented.

Keywords: Accountancy Regulations (AR), the International standards of the financial reporting (МСФО), the consolidated reporting

N.A. Ilyukhina, K.N. Krivchenkova

OPTIMIZATION OF STRATEGIC MANAGEMENT AT SMALL ENTERPRISES

This article is devoted to strategic management as to a concept which appeared in management practice not so long ago. First of all strategic management considers the problems of growth and survival of large organizations. But now, when small enterprises play a great role, their strategic management needs cannot be ignored. The article is aimed at conceptual approaches formation to define the role of strategic management at small enterprises.

Keywords: strategic management, small enterprise, business strategy.

E.J. Poddelkova, N.A. Lytneva

INNOVATIVE APPROACHES IN EXPORT MANAGEMENT THROUGH INTERMEDIARIES IN SMALL-SCALE BUSINESS

The majority of export transactions is made through intermediaries. This form of sale is means services to the exporters on the advancement of their goods in foreign market by the authorized representatives. We will consider the features of innovative approaches in export operations management in small-scale business carried out through intermediaries: attorneys, brokers or agents.

Keywords: intermediaries, intermediaries involvement, companies-exporters, distribution, distributors, export activity, intermediaries estimation, foreign market, marketing activity, sale,

E. V. Nakhodkina, E.A. Tyukhova, O.A. Shaporova

REFLECTION OF THE EARNINGS FROM RENDERING RESIDENCE SERVICES IN ACCOUNTING AND FISCAL ACCOUNTING

Not only fundamental principles of accounting of the earnings from rendering residence services, the order of its acceptance, but also the features which in practice frequently remain without the attention of bookkeepers are considered in the article. Thus in the long run they can affect hotel incomes greatly, and cause fiscal sanctions.

Keywords: earnings, services, contract, hotel

A.A. Akimova, E.A. Bobrova

**FEATURES AND DISTINGUISHING CHARACTERISTIC OF
SIMPLIFIED TAXATION SYSTEMS OF THE RUSSIAN FEDERATION, UKRAINE AND
BYELORUSSIA**

The simplified taxation system is used in a number of countries. However, this system has distinctive features in each of them. The features of one of the special tax modes of such countries, as Russia, Belarus and Ukraine are considered in the article.

Keywords: simplified taxation system, taxpayer, tax rate, tax base, fiscal (accounting) period, reporting.

A.I.Kovaleva, T. V.Fedorova

**METHODICAL BASES OF FISCAL ACCOUNTING OF
ORGANIZATION'S MATERIAL EXPENSES**

Fiscal accounting of expenses has the most significant meaning in fiscal accounting system. The taxpayer has the right to establish different ways of costs write-off on separate groups of material assets. Material expenses should be economically sound, and besides they should be confirmed by the documents drawn according to Russian legislation.

Keywords: fiscal accounting, material expenses, expenses, inventory, taxpayer, estimation methods

T.S.Startseva, E.A.Tyukhova, O.A.Shaporova

**EXECUTION OF DOCUMENTS AND ACCOUNTING
OF ANIMALS ON RAISING AND FATTENING**

Livestock sector is one of large branches of agriculture, therefore, accounting and correct registration of economic operations are of great importance both for this branch, and for economy as a whole. Thanks to the competent organization of accounting s at the agricultural enterprises there is constant control over the changes of movement and safety of young animals and fattening head of livestock. This fact is important at achievement of goals at the agrarian and industrial complex enterprises.

Keywords: animals on raising and fattening, accounting of young animals, accounting of head of livestock

A.A.Mikitukho

**THE NECESSITY AND INFOWARE OF ANALYSIS AND DIAGNOSTICS OF
INSOLVENCY (BANKRUPTCY)**

Certain aspects of necessity substantiation and infoware of economic analysis and diagnostics of insolvency (bankruptcy) are considered in the article.

Keywords: analysis, bankruptcy, infoware, bankruptcy signs, financial condition, efficiency

S.A. Orlova, N.N. Kashirkina

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES ANALYSIS AND ESTIMATION OF REAL ESTATE INVESTMENTS

In due course any person asks a question - where to invest money? Investments in real estate, advantages and disadvantages of such investments and the problems of investments into real estate are considered in the article.

Keywords: investments in real estate, investor, investments.

I.V. Kuznetsova, D.S. Tatarkina

THE NECESSITY OF COST ESTIMATION AT THE ENTERPRISE

Estimation of enterprise's market cost is presented in the article. Market cost presupposes application of three approaches methods to estimation. The value of the estimation object is calculated with the use of cost-based, comparative and profitable approaches. Within the framework of cost-based approach calculation methodology was based on the method of non-adjustable net assets. Comparative approach was based on the transactions method. Profitable approach was calculated with the method of monetary stream discounting.

Keywords: business estimation, investment cost, comparative approach, profitable approach, cost-based approach, hypothecation value, regenerative cost, substitution cost.

Ju.P. Soboleva, M.V. Skulova

STRATEGIC ALLIANCE - PERSPECTIVE FORM OF BUSINESS INTEGRATION

Strategic alliances considered in the article, are one of perspective forms of integration and one of the important factors of companies' competitiveness increase in modern economy. In the article the features of strategic alliances are investigated; their basic purposes and motives according to which the companies enter alliances; the conditions types influencing the process of strategic alliances formation; advantages which alliances formation presents. Great attention is paid to the concept of alliance's competitive strategy, in particular, to its principles, purposes, problems, tools and structure.

Keywords: strategic alliances, competitive relations, competitiveness, integration, system, competitive strategy, competitive advantages, collective competition.

Журнал «Экономическая среда» печатается с 2012 г. и является регулярным научным изданием, выпускаемым ОрелГИЭТ с целью развития научно-исследовательской деятельности, поддержки научных школ и подготовки кадров высшей квалификации. Периодичность издания – 4 раза в год. В журнале публикуются результаты исследований ученых по **экономической теории, экономике и управлению народным хозяйством, бухгалтерскому учету, статистике и т.д.** Журнал адресован научным работникам, профессорско-преподавательскому составу учебных заведений, аспирантам и студентам, которые интересуются новейшими результатами фундаментальных и прикладных исследований по экономическим направлениям науки.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ:

Требования к статьям:

- Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.
- Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.
- В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления».
- Обязательным является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (по государственному стандарту требований к библиографическому описанию, действующему с 01.07.2004 г.).
- К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).
- Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией за подписью руководителя работы или заведующего кафедрой.
- К рукописи прилагаются сведения об авторе (ах):

Требования к оформлению статей приведены на сайте ВУЗа:

- в разделе Инфраструктура ВУЗа → РИО → «Экономическая среда»
- по адресу: http://www.orelgiet.ru/econom_public.php

Редакция принимает материалы только в электронном виде (по электронной почте: economicsreda@mail.ru).

МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам.