

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

М а р т 2013 г. № 1(3)

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 АНО 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

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс 29460)

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, 2013

Подписано в печать 18.03.2013г. Заказ № 4. Формат 60x84% Бумага писчая Гарнитура «TimesNewRoman»
Объем 12 п.л. Тираж 1000 экз. Отпечатано с готового оригинал-макета на полиграфической базе ОрелГИЭТ.

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).



СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Паршутина И.Г., Самородова Е.М.

Концепция постиндустриальной экономики: история становления, терминология, направления исследования 5

Марченкова Л.М., Кузнецов А.В.

Внешняя торговля России: специфика и особенности 8

МАРКЕТИНГ И ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Скворцова Н.А., Парушин А.А.

Оптимизация формирования экспортного канала сбыта на региональном уровне с использованием международной информационной B2B поисковой системы «КОМПАСС» 15

Соболева Ю.П., Сидоренко Е.Н.

Развитие оптовой и розничной торговли на территории Орловской области 21

Сорокина М.И., Смагина И.В.

Инновационные технологии в рекламе товаров и услуг 27

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Лытнева Н.А.

Интерактивные технологии и коммуникации в образовательном процессе при подготовке экономических кадров для малого бизнеса 33

Лавриненко А. А., Боброва Е. А.

Налоговый учёт расходов и доходов по векселям 42

Перелыгина Т.В., Лытнева Н.А.

Особенности управленческого учета и аудита затрат в современных условиях 50

Боброва Е.А., Лытнева Н.А.

Концептуальные направления управления затратами в условиях кризисной ситуации в малом бизнесе 59

ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Лазарева И.И., Астахов А.Н.

Роль коммерческих банков на рынке ценных бумаг на примере Сбербанка России

70

Станякин С.В.

Модернизация инфраструктуры финансовых инструментов в контрактной системе Российской Федерации

76

Свидовская Ю.А., Минакова Е.И.

Особенности налогообложения в Интернет-магазинах

85

Козьявкина О.Н., Минакова Е.И.

Современное состояние и перспективы развития института налогового консультирования в России

93

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ, ОТРАСЛЕЙ

Звягинцева Ю.А., Мелехова Т.В.

Стратегическая диагностика как метод эффективного управления предприятием

102

Пьянова Е.В.

Инвестиционная деятельность предприятия в современных условиях: перспективы развития

108

Соболева Ю.П., Лукашова В.Н.

Конкурентоспособность региона: факторы и методы создания

111

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

Сергеева И.И., Цуканова И.С.

ИТ-аудит как основа эффективного функционирования бизнеса

118

Сергеева И.И., Деревницкая К.В.

Разработка ИТ-стратегии финансово-кредитных организаций в России

124

ANNOTATION

132

Условия публикации

138

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 Минобрнауки 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 330.342.24

И.Г. Паршутина, Е.М. Самородова

**КОНЦЕПЦИЯ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ:
ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ, ТЕРМИНОЛОГИЯ,
НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Возникновение современной концепции постиндустриального общества обусловлено объективными условиями исторического и экономического развития общества. События, происходящие в экономической жизни общества, привели к возникновению новой научной концепции – концепции постиндустриальной экономики.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, постиндустриальная экономика, экономика, основанная на знаниях, экономический рост, экономическое развитие, экономический прогресс.

Возникновение современной концепции постиндустриальной экономики является закономерным следствием и результатом генезиса мировой экономической и философской мысли. В концепции постиндустриального общества получила свое воплощение и развитие научная традиция, восходящая к социальным идеям эпохи Просвещения (XIII - 1-ая половина XIX века), которые связывали общественный прогресс с последовательным улучшением условий материальной жизни человека. Ее важнейшие методологические принципы почерпнуты из позитивистской философии и экономических исследований XIX века, обозначивших признаки индустриальной цивилизации и положивших в основу периодизации социального развития особенности технологической организации производства, обмена и распределения общественного продукта. Абстрактная идея обособления стадий технологического прогресса была впоследствии дополнена в работах представителей институционального направления в экономической теории сформировавшегося в 20-30 гг. XX века, разработавших концепцию структуризации секторов общественного производства, что позволило обнаружить внутренние закономерности хозяйственного развития, не зависящие от социальной и политической системы той или иной страны. Таким образом, труды мыслителей XVIII, XIX и начала XX веков стали прочной основой постиндустриальной теории.

Особое место в теории постиндустриального общества XX века занимают положения, заимствованные из экономических, социальных и политологических концепций двадцатого столетия. Прежде всего, это представления:

– о трехсекторной модели общественного производства (40-е и 50-е годы), разграничивающей всю национальную экономику на первичный (сельское хозяйство и добывающие отрасли), вторичный (обрабатывающая промышленность) и третичный (сфера услуг) секторы;

– о стадиях экономического роста (50-е и начало 60-х годов), часто отождествлявшихся с этапами развития самой цивилизации;

– представления о возможности формирования «единого индустриального общества», чрезвычайно популярные среди технократов в 60-е годы.

Синтез различных подходов к анализу современного социума, давший начало теории постиндустриального общества, относится к 60-м годам. К этому периоду сформировались важнейшие методологические основы, позволившие рассматривать становление нового социального состояния с позиций прогресса науки и образования, исследовать качественное изменение места и роли знаний и информации в общественном производстве, учитывать рост влияния профессиональных менеджеров и технократов.

Становление системы представлений о природе и характере современного общества сопровождалось активными дискуссиями и спорами относительно адекватного обозначения формирующегося социального состояния.

Истоки понятия «постиндустриальное общество» вряд ли могут быть определены с достаточной точностью. С большой вероятностью можно утверждать, что термин «постиндустриализм» был введен в научный оборот А. Кумарасвами, впоследствии, с 1916 или 1917 года, он достаточно активно использовался теоретиком английского либерального социализма А. Пенти, который даже выносил его в заглавие своих книг, обозначая таким образом идеальное общество, где принципы автономного и даже полукустарного производства оказываются возрождены ради преодоления конфликтов, присущих индустриальной системе. В 1958 г. американский социолог Д. Рисман реанимирует термин «постиндустриальное общество», используя его в одной из статей, получившей благодаря этому широкую известность. Такой исторической схемы придерживается В. Л. Иноземцев в своем труде о природе современного постиндустриального общества [2].

В 1959 г. профессор Гарвардского университета Д.Белл, выступая на международном социологическом семинаре в Зальцбурге (Австрия), впервые употребил понятие постиндустриального общества в широко признанном теперь значении - для обозначения социума, в котором индустриальный сектор теряет ведущую роль вследствие возрастающей технологизации, а основной производительной силой становится наука. Потенциал развития этого общества во всевозрастающей степени определяется масштабами информации и знаний, которыми оно располагает.

Однако с середины 70-х годов акценты сместились на поиск более частных терминов, подчеркивающих одну или несколько важнейших тенденций в социальном развитии. Наиболее широкое признание получило понятие информационного общества; знаменательны также попытки определить формирующийся социум в терминах «организованного», «конвенционального», «супериндустриального», «оптимального», «гуманистического» или «программируемого» общества. Можно назвать и некоторые другие понятия, основывающиеся на отдельных, якобы фундаментальных, признаках современного общества, которые, однако, оказываются при внимательном анализе весьма поверхностными и несущественными. О научной несостоятельности поиска основных принципов и отношений, способных полно и комплексно определить характер нового общества, свидетельствует все более общий характер предлагаемых понятий.

На наш взгляд, на фоне всех известных определений понятие постиндустриального общества оказывается наиболее содержательным и ёмким. Оно ак-

центрирует внимание на том основном качестве, которое преодолевается в формирующемся обществе, а именно - на индустриальной природе прежнего способа производства. Кроме того, использование этого понятия предполагает, пусть в неявном виде, что определяющие признаки нового строя невозможно четко назвать и достаточно полно описать, пока сам этой строй не достигнет известной зрелости. Именно поэтому, на наш взгляд, данный термин стал с середины 70-х годов употребляться гораздо чаще прочих. В немалой степени его широкому признанию способствовал выход в свет в 1973 г. книги Д.Белла «Грядущее постиндустриальное общество», которая и по сей день служит глобальным обоснованием методологической парадигмы этой теории. Идея рассмотрения формирующегося общества как постиндустриального привели к глубокому осознанию радикально изменившегося характера современного общества. Основу этих изменений большинство исследователей видели в повышении роли науки и беспрецедентных технологических сдвигах. Впоследствии акценты неоднократно смещались, и в центре внимания оказывались иные, как правило, более частные, аспекты современной трансформации.

Так, можно утверждать, что 80-е годы прошли под знаком осмысления социальных последствий постиндустриализма; в это время в центре внимания находились вопросы классового конфликта и анализ экологических проблем. В 90-е годы появилось множество работ, посвященных организации корпорации в постиндустриальном обществе, инвестиционным процессам и взаимодействию развитых стран с «третьим миром». Начинаясь столетие, безусловно, еще более расширит спектр проблем, рассматриваемых с позиций постиндустриальной теории.

Концепция постиндустриального общества и по сей день остается в центре внимания различных обществоведческих дисциплин, причем воспринимается, как правило, в качестве не столько одного из течений социологической или экономической мысли, сколько методологического основания широкого спектра современных исследований.

Список литературы:

1. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество [Текст] /Д. Белл.-М., 1999. – 324с.
2. Иноземцев, В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы [Текст]: уч. пособие для ВУЗов /В.Л. Иноземцев. - М.: Логос, 2000. -246 с.
3. Иноземцев, В. Л. Пределы «догоняющего» развития: экономические проблемы на рубеже веков [Текст] /В.Л. Иноземцев. – М.: Экономика, 2000. 168с.
4. Новая постиндустриальная волна на Западе [Текст] /Под. ред. В.Л. Иноземцева. - М.: Academia, 1999. – 162с.

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 339.5

Л.М. Марченкова, А.В. Кузнецов

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ: СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТИ

Формой связи между товаропроизводителями разных стран выступает внешняя торговля, которая предполагает обмен товарами, услугами и капиталом. Развитие внешней торговли позволяет установить равновесие между излишками и дефицитом в хозяйстве отдельных стран. Роль внешней торговли в хозяйственном развитии стран постоянно возрастает. С одной стороны, внешняя торговля стала мощным фактором экономического роста, а с другой — произошло заметное повышение зависимости стран от международного товарообмена.

Ключевые слова: внешняя торговля, либерализация, режимы внешней торговли, экспорт, импорт.

Главным направлением развития многих современных государств является внешняя торговля. Главным источником товаров, услуг, производство которых невозможно внутри страны, является внешняя торговля, также она служит основным источником доходов от экспортно-импортных операций. В целях регулирования внешней торговли каждая страна осуществляет внешнеторговую политику, которая позволяет осуществлять торговлю с различными регионами и странами, а также на различных рынках товаров и услуг.

Либерализация внешнеэкономической деятельности способствует тому, что хозяйственные организации становятся главными действующими лицами в осуществлении внешней торговли, изменении отношения к участию государства в механизме международных экономических обменов.

Экономические, организационные и правовые факторы определяют успешное осуществление экспортных операций на рынке той или иной страны. Естественно недостаточно удачного сочетания цены и качества предлагаемого товара. Внешнеэкономическая деятельность предполагает, что участники имеют четкое представление о правовых режимах, в которых она осуществляется. Интенсивное развитие внешнеэкономических связей в настоящее время предполагает формирование торгово-политического регулирования. Торгово-политическое регулирование строится на основе различных принципов, правил, норм, торговых обычаев и практики, существующих в настоящее время в международной торговле. Торгово-политическое регулирование характеризует состояния, особенности национального хозяйства с экономическими процессами, формирует предпосылки к ее оптимальному развитию. Совокупность многообразных инструментов государственного регулирования внешнеторгового оборота, закрепленных в форме норм национального права и механизмов их согласованного применения в соответствии с нормами и принципами международного права, представляет собой торговый режим.

В настоящее время различные государства, в том числе и Россия, применяют и используют различные инструменты, способствующие налаживанию процессов внешнеэкономического взаимодействия. Необходимо заметить, что, если страна не учитывает инструменты торгово-политического регулирования, не участвует активно в международной унификации правовых, административных и организационных основ торгово-политического регулирования, она создает препятствия развитию своих внешнеэкономических связей и использованию преимуществ международного разделения труда. При разработке торгово-политического механизма важное место отводится обеспечению его совместимости с международной системой торговой политики (ВТО, ОЭСР, ЮНКТАД и т.д.).

В международной практике применяют три вида торговых режимов:

- Режим наибольшего благоприятствования - представляет собой нормальные условия торговли. В этих условиях данная страна предоставляет другой стране такие же условия, как и любой из третьих стран, и таможенная пошлина равна базовой. Перечень стран, в торгово-политических отношениях с которыми Российская Федерация применяет режим наиболее благоприятствуемой нации: Австралия, Австрия, Албания, Ангола, Аргентина, Бангладеш, Бельгия, Бенин, Болгария, Боливия, Босния и Герцеговина, Ботсвана, Бразилия, Буркина-Фасо, Великобритания, Венгрия, Венесуэла и др.

- Режим преференциальный (льготный) означает, что базовая таможенная пошлина должна быть для них уменьшена до 50%, а в России – до 75%, предоставляется любым странам, но в основном развивающимся.

Беспошлинный режим представляет собой режим свободной торговли, который может быть предоставлен любой стране и, согласно ООН, обязателен для 47 наименее развитых государств. В РФ право беспошлинного ввоза товаров на таможенную территорию РФ предоставлено наименее развитым странам — пользователям схемой преференций. К таким странам относятся следующие: Бангладеш, Бенин, Босния и Герцеговина, Буркина-Фасо, Бурунди, Ботсвана, Бутан, Вануату, Гаити, Гамбия, Гвинея, Гвинея-Бисау, Джибути, Заир, Замбия, Йемен, Кабо-Верде, Камбоджа, Кирибати, Коморские острова, Лаос, Лесото, Либерия, Мавритания, Мадагаскар, Малави, Мали, Мальдивы, Мозамбик, Мьянма, Непал, Нигер, Руанда, Западное Самоа, Сан-Томе и Принсипи, Соломоновы острова, Сомали, Судан, Сьерра-Леоне, Танзания, Тувалу, Того, Уганда, Центрально-Африканская Республика, Чад, Экваториальная Гвинея, Эфиопия.

Внешнеторговая политика государства делится на следующие виды: протекционизм и свобода торговли. В современных условиях внешнеторговая политика государств характеризуется сочетанием обеих противоположностей, оптимизируемых в зависимости от обстоятельств.

Таможенно-тарифная политика является важнейшим компонентом внутренней и внешней политики Российского государства, которая направлена на участие в реализации торгово-политических задач по защите внутреннего рынка и стимулировании развития экономики в целом. Кроме того, таможенная политика направлена на наиболее эффективное использование инструментов та-

моженного права, также инструментов таможенного регулирования и контроля за товарообменом на конкретной территории.

Таможенные службы осуществляют контроль за перемещением товаров, услуг, транспортных средств с применением инструментов реализации таможенной политики. Необходимо заметить, что таможенно-тарифная политика должна создавать стимулы и условия для привлечения капитала в производство. Страны должны активнее использовать специальные таможенные режимы, должен быть реализован принцип эскалации тарифа. Усиливается роль таможенно-тарифной политики в формировании трансграничных производственно-технологических связей, развитии специализации и кооперации, прежде всего, в высокотехнологичных отраслях. В настоящее время таможенно-тарифная политика направлена не только на регулирование внешней торговли, но и на содействие созданию в обрабатывающих отраслях глобальных центров компетенции, встроенных в мировые цепочки производства. Главная задача таможенно-тарифной политики – это регулирование внутренних рынков, повышение уровня их конкурентоспособности и укрепление позиций российских компаний в России и за рубежом. Важным условием интеграции на евразийском пространстве становится единая таможенно-тарифная политика стран таможенного союза, формирующегося в рамках ЕврАзЭС.

Экспорт товаров из России, по данным Всемирной торговой организации, достиг 522 млрд. долл. в 2011 г., что говорит о его увеличении, по сравнению с 2010 г., на 30%. Кроме того, возрос и российский импорт – до 323 млрд. долл., что привело к росту актива торгового баланса до 199 млрд. долл.

В 2010-2012гг. Россия заняла соответственно 11,12, 9 – е места среди крупнейших стран-экспортеров.

На рисунке 1 представлены доли крупных стран в мировом экспорте товаров на 2012г.[3,12].

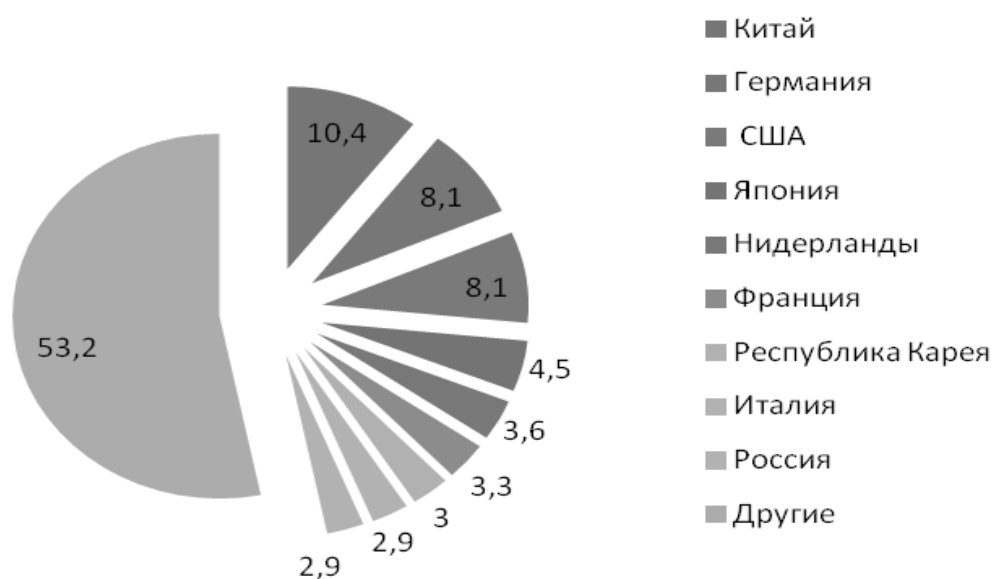


Рисунок 1- Доля стран в мировом экспорте товаров, проценты

Рост объемов экспорта из России в денежном выражении в 2010-2012гг. обусловлен ростом цен на товары сырьевой группы (в основном топливно-энергетических) и на металлы, а также увеличение объемов их экспорта в натуральном выражении. Товарная структура экспорта России представлена на рисунке 2.

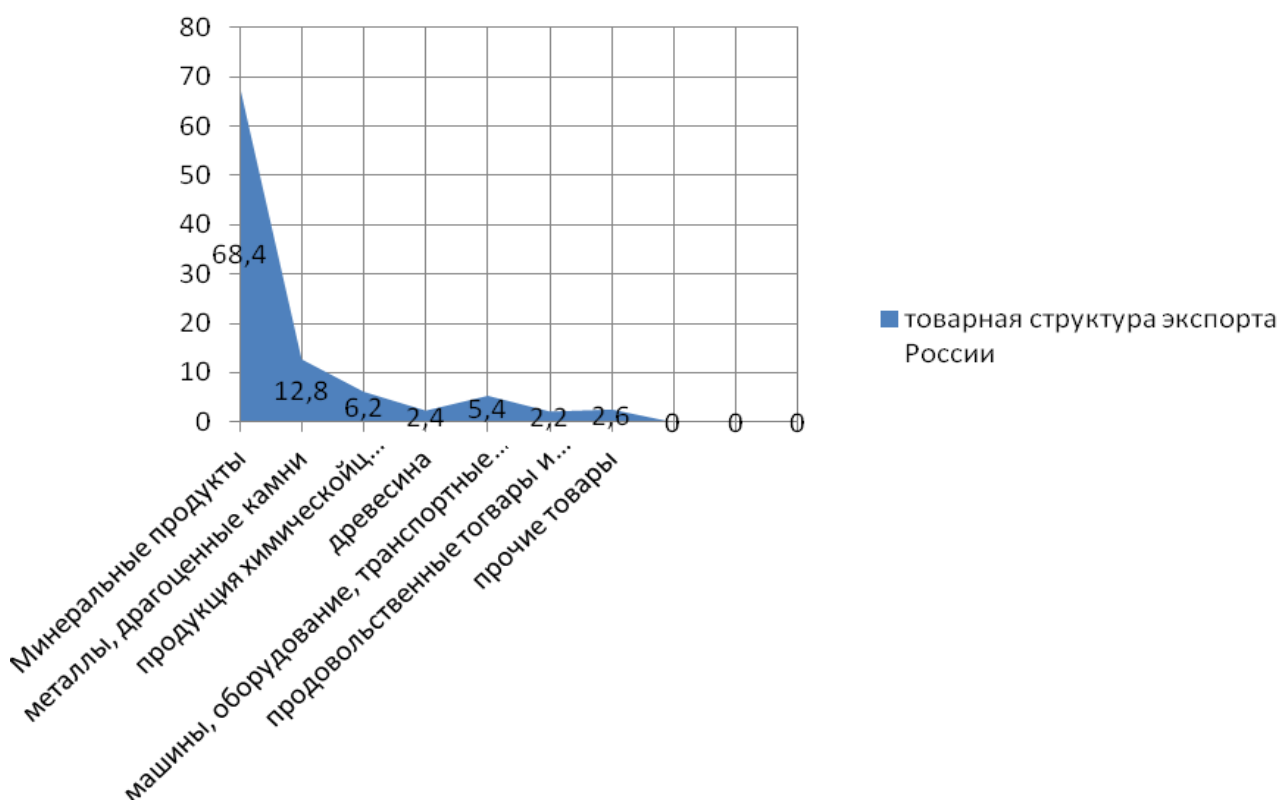


Рисунок 2- Товарная структура экспорта России, проценты

Из рисунка видно, что доля сырья (минеральных продуктов) в Российском экспорте увеличилась, доля промышленных товаров, машин и оборудования уменьшилась. Уменьшилась и доля в экспорте продовольственных товаров, наращиваем их импорт.

Импорт России в 2012 г. составил 312,5 млрд. долларов США и, по сравнению с 2011 г., увеличился на 2,2%. В общем объеме импорта на долю стран дальнего зарубежья в 2012 г. приходилось 87,0%, на долю стран СНГ – 13,0%. Товарная структура импорта представлена на рисунке 3.

Говоря о товарной структуре импорта, необходимо заметить, что из стран дальнего зарубежья на долю машин и оборудования в 2012 г. приходилось 52,1% (в 2011 г. – 51,0%). Увеличился стоимостный объем импорта машиностроительной продукции, по сравнению с 2011 г., на 6,5%, в том числе, механического оборудования – на 4,9%, электрооборудования – на 7,1%, железнодорожного транспорта – в 2,0 раза, средств наземного транспорта (за исключением железнодорожного) – на 14,6%, инструментов и аппаратов оптических – на

24,2%. Физический объем ввоза легковых автомобилей возрос на 13,7%, грузовых – на 16,0%.

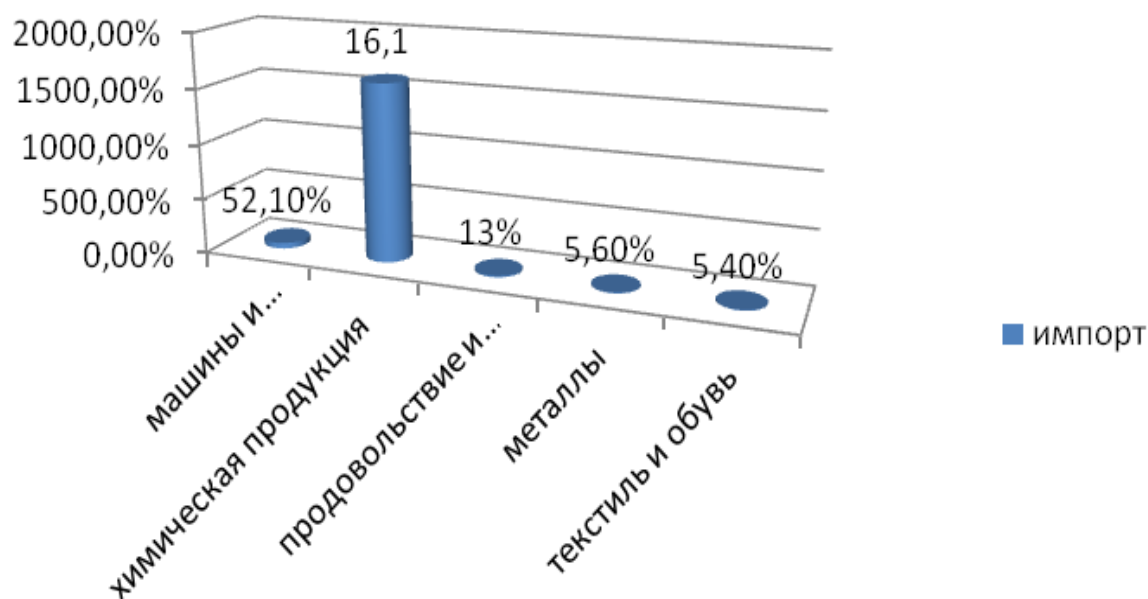


Рисунок 3- Товарная структура импорта России за 2012г.

В товарной структуре импорта удельный вес продукции химической промышленности в 2012 г. остался на уровне предыдущего года и составил 16,1%. Возрос стоимостный объем импорта продукции химической промышленности, по сравнению с 2011 г., на 4,2%. Физические объемы поставок продуктов неорганической химии возросли на 14,6%, органических химических соединений – на 16,2%, лаков и красок – на 8,5%, косметических средств – на 6,0%, мыла и моющих средств – на 11,0%, каучуковых и резиновых изделий – на 14,7%, пластмасс и изделий из них – на 8,3%.

Также можно отметить, что доля импорта продовольственных товаров и сырья для их производства в 2012 г. составила 13,0% (в 2011 г. – 13,8%). Снизились физические объемы поставок продовольственных товаров, по сравнению с 2011 г., на 12,3%, в том числе, сливочного масла – на 2,1%, цитрусовых – на 5,8%, чая – на 4,2%; значительно снизился объем поставок сахара-сырца. Вместе с тем, возросли физические объемы закупок мяса свежего и мороженого на 5,9%, (в том числе, мяса крупного рогатого скота – на 3,7%, свинины на 8,0%), мяса птицы - на 6,4%, рыбы – на 4,0%, сыров и творога – на 18,5%, кофе – на 9,2%, злаков – на 24,4%, в том числе, ячменя и кукурузы на 37,8% и 13,8% соответственно.

Импорт металлов и изделий из них в 2012 г. составил 5,6% (в 2011 г. – 5,9%). Стоимостный объем данной товарной группы, по сравнению с 2011 г., остался на том же уровне, а физический снизился на 4,3%. Физические объемы закупок черных металлов и изделий их них сократились на 6,6%, в том числе,

труб – на 62,9%. Вместе с тем возрос импорт проката плоского из железа и не-легированной стали на 5,4%.

Доля импорта текстильных изделий и обуви в 2012 г. составила 5,4% (в 2011 г. – 5,5%). Стоимостный объем импорта этих изделий возрос, по сравнению с 2011 г., на 2,0%. Физические объемы закупок одежды снизились на 10,2%, обуви с верхом из натуральной кожи – на 10,9%, хлопчатобумажных тканей - на 1,8%.

Рассматривая торговых партнеров России в 2012 г., можно заметить, что основными среди стран дальнего зарубежья были: Китай, товарооборот с которым составил 87,5 млрд. долларов США (105,1% к 2011 г.), Нидерланды – 82,7 млрд. долл. США (120,6%), Германия – 73,9 млрд. долл. США (102,8%), Италия – 45,8 млрд. долл. США (99,5%), Турция – 34,2 млрд. долл. США (107,9%), Япония – 32,2 млрд. долл. США (105,3%), США – 28,3 млрд. долл. США (91,2%), Польша – 27,4 млрд. долл. США (97,6%), Республика Корея – 24,9 млрд. долл. США (99,8%), Франция – 24,3 млрд. долл. США (86,4%).

Объемы торговли со странами СНГ в 2012 г. приведены в таблице 1.

Таблица 1- Объемы торговли со странами СНГ в 2012 г., млн. долл. США

страны	оборот	экспорт	импорт	сальдо
Азербайджан	3 407,7	2 844,0	563,8	2 280,2
Армения	1 216,1	915,5	300,6	614,9
Белоруссия	35 726,4	24 421,6	11 304,7	13 116,9
Казахстан	22 427,9	14 557,9	7 869,9	6 688,0
Киргизия	1 829,4	1 634,1	195,3	1 438,8
Молдавия	2 085,3	1 608,9	476,4	1 132,5
Таджикистан	745,1	677,9	67,2	610,7
Туркмения	1 434,1	1 251,0	183,1	1 067,9
Узбекистан	3 714,4	2 325,0	1 389,5	935,5
Украина	45 146,5	27 179,4	17 967,1	9 212,3

В целях улучшения таможенно-тарифного регулирования необходимо осуществлять следующие мероприятия:

– обеспечить содействие улучшению и трансформации экономики России за счет облегчения доступа российских компаний к передовой зарубежной технике и технологиям;

- создавать производства, способствующие развитию занятости, обеспечению экономической безопасности страны;
- поощрять и способствовать производственно-технологической кооперации российских и иностранных компаний, прежде всего в наукоемких отраслях;
- поощрять приток иностранных и российских инвестиций в перспективные отрасли национальной экономики;
- развивать географическую структуру импорта;
- разработать механизмы достойной и справедливой конкуренции на внутреннем рынке;
- унифицировать инструменты таможенно-тарифного регулирования.

Таким образом, в настоящее время таможенно-тарифная политика является эффективным средством смягчения и постепенного преодоления кризисных явлений в отечественной экономике, а затем - одним из ключевых факторов посткризисного экономического развития.

В целях повышения эффективности правового регулирования внешнеэкономической деятельности в России мы предлагаем следующие мероприятия:

1. Необходимо усовершенствовать нетарифные методы защиты отечественных производителей.
2. Осуществлять поэтапное снижение ставок ввозных таможенных пошлин в конкретных отраслях экономики, чтобы уменьшить риск банкротства этих отраслей.

Список литературы:

1. Авдокушкин, Е.Ф. Международные экономические отношения [Текст]: учебное пособие. /Е.Ф. Авдокушкин. - М., 2008, -230с.
2. Батизи, Э.Э. Управление внешнеэкономической деятельностью хозяйствующих субъектов в России [Текст]. / под ред. д.э.н., проф. Э.Э. Батизи. - М., 2008,-99с.
3. Балабанов, И.Т., Внешнеэкономические связи [Текст]: учебное пособие. / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов. - М.: Финансы и статистика, 2008, -212с.
4. Балабанов, И.Т. Валютные операции [Текст]./ И.Т. Балабанов.- М:«Финансы и статистика». 1999,- 145с.
5. Григорьев, Ю.А. Практика внешнеэкономической деятельности [Текст]: учебное пособие. /Ю.А. Григорьев.- Москва «Паимс», 2009, -187с.
6. Грачева, Е.Ю. Финансовое право [Текст]: учебное пособие / Е.Ю. Грачева, Э.Д. Соколова.-М: Изд. «Новый юрист», 2011. -178с.

Марченкова Лилия Михайловна
к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: marchenkova.lilya@yandex.ru

Кузнецов Алексей Валентинович
студент 5 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: marchenkova.lilya@yandex.ru

Н.А. Скворцова, А.А. Парушин

ОПТИМИЗАЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПОРТНОГО КАНАЛА СБЫТА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ B2B ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ «КОМПАСС»

В условиях вступления России во Всемирную торговую организацию для отечественных предприятий открываются широкие возможности для поиска новых каналов сбыта произведенной продукции на мировом рынке. С целью минимизации издержек, связанных с сотрудничеством с компаниями-посредниками, российские малые и средние предприятия выбирают стратегию самостоятельного поиска потенциальных партнеров. Чтобы облегчить этот процесс, создана международная информационная B2B поисковая система «Комpass», которая позволяет выбрать компании на мировом рынке, соответствующие целям предприятия. Данные этого ресурса позволяют оценить финансовую устойчивость и платежеспособность будущего покупателя с целью максимальной оптимизации построения канала сбыта продукции на экспорт.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, канал сбыта, мировой рынок, лесная промышленность, оптимизация, оценка, модель, платежеспособность, автономия, финансовая устойчивость, поисковая система «Комpass», b2b система.

Тенденции развития экспортных отношений российских предприятий характеризуются предпочтением последних использовать посредников для формирования канала сбыта произведенной продукции на мировой рынок. Однако использование услуг посредников во внешнеэкономической деятельности дорого и нерентабельно для малых и средних предприятий. Поэтому все чаще руководство российских компаний самостоятельно организуют экспортные каналы сбыта.

По мнению Н.А. Гранкиной и Е.В. Попова, в экспортных каналах сбыта различают три вида экономических структур:

1. Конвенциональная структура (экспорт без контрактных отношений);
2. Административная структура (экспорт через систему неформальных контрактов);
3. Контрактная структура (экспорт на основе формальных контрактов).

При разных структурах канала предприятие-производитель и экспортный посредник в различной степени координируют свои действия для достижения эффективности экспорта. В зависимости от степени координации меняется и оценка производителем своего сбытового посредника. Из-за низкой степени координации и постоянных пересмотров взаимоотношений при конвенциональной структуре производители оценивают своих посредников наименее благоприятно, и зависимость от посредников минимальна. Наоборот, при централизованной координации экспортных операций, связанной с контрактной структурой канала, посредники оцениваются производителями наиболее благоприятно, и зависимость от экспортных посредников наиболее высокая [1].

При конвенциональной структуре экспортного канала сбыта становится актуальной проблема самостоятельного поиска партнера по экспорту на мировом рынке и оценка его надежности, которая основывается на следующих процедурах:

- оценка масштабов присутствия фирмы на мировом рынке;
- оценка деловой репутации;
- оценка финансового положения будущего партнера.

Степень важности каждой процедуры определяется руководством компании, лицами, ответственными за сбыт продукции, маркетинг, экспорт товаров.

Проведенное исследование позволило определить приоритетные критерии, которыми руководствуются потенциальные производители и коммерческие специалисты при принятии решения по поиску иностранного партнера и формировании экспортного канала. Результаты исследования обобщены в таблице 1.

Таблица 1- Результаты исследования приоритетов респондентов при организации экспортного канала сбыта

№ п / п	Критерий	Корпоративный сектор[6]		Потенциальные специалисты по продвижению		Средняя доля, %
		Число респондентов	Доля, %	Число респондентов	Доля, %	
1	Финансовая устойчивость	62	46,97	18	40,91	43,83
2	Известность компании на рынке	55	41,67	20	45,45	43,54
3	Страна импортера	6	4,55	4	9,09	6,43
4	Не имеет значение. Главное – прибыль	5	3,79	2	4,55	4,13
5	Другое	4	3,02	0	0	2,07
ИТОГО:		132	100	44	100	100

Как показывает таблица, основными критериями, которыми руководствуются респонденты при поиске иностранного покупателя, являются финансовая устойчивость и известность компании на рынке. Крупные иностранные компании публикуют на официальных сайтах результаты финансово-хозяйственной деятельности или краткий анализ, убеждающий в стабильности и отсутствии рисков в сотрудничестве с ними. Однако в России на практике предприятия скрывают отчетность. На наш взгляд, публикация официальных итогов деятельности предприятия – это гарант успешности сотрудничества с потенциальными контрагентами.

Специфика налаживания экспортного канала сбыта заключается в отсутствии среди критериев оценки расходов на покупку товара или услуги, страхование груза, перевозку и на уплату таможенных платежей. Корпоративная

практика показывает, что эти расходы в большинстве случаев принимает на себя покупатель, а не поставщик (если условиями договора не предусмотрено обратное). В связи с этим возникает вопрос о необходимости какой-либо оценки покупателя. Однако, на наш взгляд, крайне необходимо убедиться в надежности и платежеспособности покупателя, иначе поставленные товары могут быть не оплачены, и компания-экспортер понесет убытки от реализации экспорта.

В отсутствии информированности малого и среднего бизнеса о возможностях мирового рынка и потенциальных экспортерах произведенной продукции возникает необходимость в информационном ресурсе, который содержит информацию о компании, ее сфере деятельности, финансовом развитии и контактных лицах. Таким ресурсом является международная информационная B2B поисковая система «Kompass».

B2B (англ. *Business to Business*, буквально бизнес для бизнеса) — термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае — это юридические лица. Этот сектор рынка работает не на конечного, рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес.

Рассмотрим организацию поиска иностранного импортера и формирование экспортного канала сбыта с использованием международной информационной B2B поисковой системы «Kompass» на примере ОАО «Соломбальский лесопильно-деревообрабатывающий комбинат».

ОАО «Соломбальский лесопильно-деревообрабатывающий комбинат» (далее Соломбальский ЛДК) - один из крупнейших производителей пиломатериалов на Европейском Севере. Комбинат работает с 1931 г. и вносит ощутимый вклад в экономику региона. Основное направление деятельности - выпуск экспортных пиломатериалов. Мощности предприятия по распилу сырья составляют более 700 тысяч кубометров в год. Доля Соломбальского ЛДК на рынке среди производителей пиломатериалов Архангельской области - около 14%. Пиломатериалы хвойных пород северной сортировки, поставляемые для экспорта, вырабатываются обрезными, толщиной от 19 до 75 мм, шириной от 75 до 225 мм, длиной до 6,0 м. Породы – ель, сосна. Экспортные пиломатериалы отличается особенно качественная распиловка, сортировка, камерная сушка до влажности 22% (при необходимости – до 10-12%). Формирование, хранение, отгрузка осуществляется транспортными пакетами в пластиковой упаковке.

Одним из новых направлений экспорта продукции комбината может стать французский рынок. В связи с этим используем фильтр компаний, зарегистрированных в системе «Kompass». В качестве критериев фильтрации выбраны три основания: французские предприятия; предприятия, импортирующие товары; предприятия, занимающиеся оптовой торговлей древесиной и производными продуктами.

В совокупности оснований фильтрации выбраны 4 предприятия. Данные, предоставленные поисковой системой «Kompass», представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Результаты фильтрации списка предприятий по критериям «Французские предприятия, импортирующие продукцию для дальнейшей оптовой торговли древесиной и производными продуктами», выполненной международной информационной B2B поисковой системы «Kompas»

п / п	Название	Регион	Город	Форма собственности	Сфера деятельности	Число работников	Выручка, 2011	Рент-сть, 2010	Капитал, евро	Патенты	Рынок	Основные производства
1	ETA-BLISSEMENT CHARRETIER SAS	Овернь	Аллегри	АО упрощенного типа	Пиление и строгание древесины	19	4,77 млн	21,72%	162000	Лесопил, сушка, строгание, обработка древесины	<i>Экспорт</i> Испания <i>Импорт</i> Россия	Фасонное пиление древесины
2	PBM Import	Бретань	Пас	Полное товарищество	Оптовая торговля древесиной и производными продуктами, строительными товарами	530	501 млн.	23,28%	7590990	Импорт деревянных несущих конструкций, плотнических работ, деревянные косяки. Производство покрытий, панельной обшивки и др.	<i>Экспорт</i> Западная Европа <i>Импорт</i> Дания, Финляндия, Норвегия, Россия, Швеция	Дерево для промышленных целей, деревянные продукты, распил, сушка дерева
3	MB Bois	Овернь	Роят	Акционерная компания с ограниченной ответственностью		2	3 млн	43,36%	7500	Торговля распиленной древесиной	<i>Экспорт</i> Алжир, Испания <i>Импорт</i> Эстония, Литва, Латвия, Румыния, Россия, Украина	Лесоматериалы для промышленных целей
4	Ets Pierre Henry et Fils	Рона-Альпы	Сент-Илердю-Розье	АО упрощенного типа		27	58 млн	15,94%	1000000	Торговля древесиной	<i>Импорт</i> Канада, Россия	Торговля древесиной, продажа журналов

Использование поисковика «Kompass» позволяет не только найти партнера на мировом рынке, но и оценить его финансовую устойчивость для дальнейшего принятия решения о формировании экспортного канала сбыта произведенной продукции наиболее эффективным образом.

Метод оптимизации формирования экспортного канала сбыта заключается в минимизации рисков, связанных с неплатежеспособностью покупателя и его финансовой нестабильностью. Исходя из данных, предоставленных поисковой системой «Kompass», данный метод основывается на оценке semifакторной модели. Математически модель задается формулой 1:

$$\sum_{i=1}^7 x_i = \sum_{i=1}^7 x_i \rightarrow \max \quad (1)$$

где X_{1-7} – это показатели, представленные в таблице 3, в баллах.

Условия качественной работы этой формулы состоят в оценке достигнутого предприятием в отчетном году значения каждого показателя с нормативным или рекомендуемым. Семь моделиобразующих факторов рассчитываются в разных единицах измерения, поэтому необходимо привести показатели к сопоставимому виду. Для этого разработана шкала перевода достигнутого значения показателя в баллы. Система присвоения баллов представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Аналитическая модель присвоения баллов для выбора наиболее оптимального партнера для сбыта экспортной продукции

Код	Показатель в отчетном году	Ед. изм.	1 балл	2 балла	3 балла
x ₁	Прирост валюты баланса	%	Менее уровня инфляции	Уровень инфляции + 10	Уровень инфляции + более 10
x ₂	Прирост выручки	%	Менее уровня инфляции	Уровень инфляции + 10	Уровень инфляции + более 10
x ₃	Прирост чистой прибыли	%	Менее уровня инфляции	Уровень инфляции + 10	Уровень инфляции + более 10
x ₄	Коэффициент финансового рычага	Ед.	Более 1	От 0,8 до 1	Менее 0,8
x ₅	Коэффициент автономии	Ед.	Менее 0,5	От 0,5 до 1	Более 1
x ₆	Коэффициент общей платежеспособности	Ед.	Менее 1	От 1 до 2	Более 2
x ₇	Общая рентабельность	%	До 7	От 7 до 30	Более 30

Интервалы критерия «Общая рентабельность» различаются для отраслей экономики, в рамках которых функционируют предприятия. В данном случае использовался средний уровень рентабельности предприятий в России в Лес-

ной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной отрасли, который в 2011г. находился на уровне 7% [4]. Произведем расчет в соответствии с таблицей 3 для того, чтобы выбрать из списка найденных компаний наиболее финансово устойчивую. Инфляция во Франции в 2011 г. составила 2,5% [2].

Таблица 4 -Оценка потенциальных партнеров по экспорту произведенной продукции в соответствии с предложенной методикой

Код	Показатель	Потенциальные партнеру по экспорту							
		ETABLISSE- MENTCHAR- RETIERSAS		PBMImport		MBBois		Ets Pierre Hen- ry et Fils	
		Отчет- ный год	Балл	Отчет- ный год	Балл	Отчет- ный год	Балл	Отчет- ный год	Балл
x1	Прирост валюты баланса	+33%	3	-45%	1	+216%	3	-193%	1
x2	Прирост выручки	-100%	1	+71%	3	+12%	2	+12%	2
x3	Прирост чистой прибыли	-1700%	1	+143%	3	-229%	1	-155%	1
x4	Коэффициент фи- нансового рычага	0,26ед.	3	2,05 ед.	1	0,59 ед.	3	0,62 ед.	3
x5	Коэффициент ав- тономии	0,68 ед.	2	0,46 ед.	1	0,34 ед.	1	0,85 ед.	2
x6	Коэффициент об- щей платежеспо- собности	0,01ед.	1	0,89 ед.	1	0,31 ед.	1	0,23 ед.	1
x7	Общая рентабель- ность	21,72%	2	23,28%	2	43,36%	3	15,94%	2
ИТОГО БАЛЛОВ		13		12		14		12	

Таким образом, наименьшие риски, связанные с неплатежеспособностью и финансовой неустойчивостью импортера, ОАО «Соломбальский ЛДК» будет нести при сотрудничестве с французской компанией MB Bois.

Вышеописанный способ поможет исключить субъективный фактор в процессе поиска иностранного партнера и формирования экспортного канала сбыта. При этом анализируется финансовая устойчивость и платежеспособность будущего покупателя, а значит, минимизируются риски неуплаты за поставленный экспортный канал.

Список литературы:

1. Гранкина, Н.А. Оценка деятельности посредника при экспорте продукции предприятия [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://referent.mubint.ru/security/8/2498/1>. Дата обращения: 01.02.2013
2. Инфляция во Франции в декабре составила 2,5% в годовом исчислении. РИА-новости [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://ria.ru/economy/>.html Дата обращения: 01.02.2013
3. Официальный сайт Международной информационной b2b поисковой системы «Комpass» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ru.kompass.com/en> Дата обращения: 01.02.2013.

4. Рентабельность отраслей экономики РФ. Интернет против телеэкрана. Информационно-аналитическое издание [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.contrtv.ru/common>. Дата обращения: 01.02.2013

5. Теория и практика анализа финансовой отчетности организаций [Текст]: учебное пособие / Н.В. Парушина, И.В. Бутенко, О.В. Губина и др., под ред. д.э.н. Н.В. Парушиной. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 432 с.

6. Чем Вы руководствуетесь при выборе поставщика? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://deko-line.ru/chem_vy_rukovodstvuetes_pri_vybore_postavwika1/ Дата обращения: 01.02.2013

Скворцова Наталья Александровна

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: skv-09@mail.ru*

Парушин Алексей Андреевич

*студент 4 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
E-mail: graziani@rambler.ru*

УДК [339.33+339.37] (470.319)

Ю.П. Соболева, Е.Н. Сидоренко

РАЗВИТИЕ ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ТЕРРИТОРИИ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Большинство потребителей как индивидуальных, так и корпоративных отлично знают, что могут приобрести сотни или даже тысячи всевозможных товаров и услуг в любой из многочисленных торговых точек, входящих в состав маркетингового канала. Однако далеко не все при этом понимают, насколько сложной может быть структура этих каналов, объединяющая множество учреждений, агентств и организаций, благодаря которым товары и услуги находят своего потребителя. Самые разные организации – производственные, коммерческие, специализирующиеся на оптовой или розничной торговле, объединяют свои усилия, создавая маркетинговые каналы, позволяющие им поставлять свои товары промышленным предприятиям и конечным потребителям.

Ключевые слова: розничная и оптовая торговля, Орловская область, потребительский рынок.

Торговля на настоящий момент является одной из самых крупных и экономически успешных отраслей российской экономики. Отрасль торговли играет важную социальную и экономическую роль не только на уровне области в целом, но и на уровне каждого района. В статье рассмотрены основные тенденции развития оптовой и розничной торговли в Орловской области.

В 2012 г. отрасль торговли Орловской области, как и в 2010-2011 гг., продолжала успешно развиваться. Потребительский рынок области характеризуется сбалансированностью, устойчивой товарной насыщенностью, соответствующей покупательскому спросу населения, отмечены положительные тенденции динамичного увеличения объемных и финансово-экономических показателей развития сферы торговли и общественного питания.

Оптовая и розничная торговля входят в число ведущих отраслей экономики Орловской области, которые являются значительным источником поступления денежных средств и выполняют важнейшую функцию, формируя социальный климат в обществе.

Оптовая торговля – это все виды деятельности, связанные с продажей товаров и услуг тем субъектам рынка, которые перепродают их или используют в корпоративных целях[2].

К розничной торговле относятся все виды деятельности, связанные с реализацией товаров и услуг непосредственно потребителям для личного, некоммерческого использования.

Розничная торговля – это любой бизнес, который сосредоточивает свои маркетинговые усилия на удовлетворении конечного потребителя на основе такогосредства распространения, как организация продаж товаров и услуг[2].

Таким образом, розничная торговля является более емким понятием, чем продажа материальных продуктов, поскольку ее сопровождают также услуги, например, финансовые, химчистка одежды, оплата услуг мобильной связи, доставка товаров, парикмахерские услуги и т.п.

Оборот розничной торговли за 2012 г. оценивается в 81,6 млрд. руб. Темп роста к уровню 2011 г. в действующих ценах составил 110,5%, в товарной массе (сопоставимых ценах) – 105,7% .

В организациях торговли и общественного питания области трудится более 42 тысяч человек, что составляет 10,4% от общей численности, работающих в Орловской области.

Анализ макроструктуры оборота розничной торговли свидетельствует о сохранении в отчетном году тенденции превышения доли продаж непродовольственных товаров над долей продаж продовольственных товаров. За прошедший год непродовольственных товаров продано на сумму 46,48 млрд. рублей (удельный вес в общем объеме товарооборота - 57%), что в сопоставимых ценах на 10,3% больше, чем в 2011 г., пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия соответственно – 35,12 млрд. рублей (43%).

Ведущая роль - 92,1% - в формировании оборота розничной торговли принадлежит торгующим организациям и индивидуальным предпринимателям, осуществляющим деятельность вне розничных рынков и ярмарок. В указанном сегменте индекс физического объема к уровню соответствующего показателя 2011 г. составил 109,4%.

На розничных рынках и ярмарках за анализируемый период продано то-

варов на сумму 6,4 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах на 24,3 % меньше, чем в 2011 г. При этом постепенно снижается и доля продаж товаров на розничных рынках и ярмарках в совокупном обороте розничной торговли, которая в 2012 г. составила 7,9% против 11% в 2011 г.[3].

По состоянию на 1 июля 2012 г. в торговой отрасли Орловской области функционируют 3667 объектов стационарной розничной торговли (магазинов), из них: 774 – продовольственные, 1643 – непродовольственные, 1250 – смешанные (рис. 1).

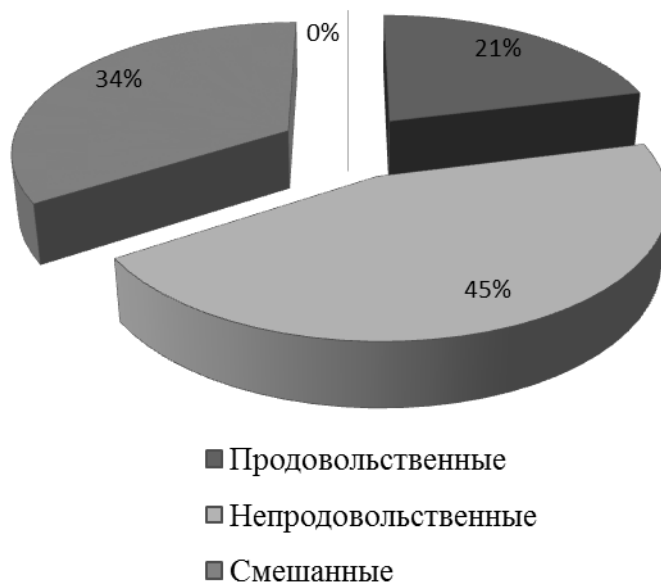


Рисунок 1 – Структура объектов стационарной розничной торговли (магазинов)

В 2012 г. введено в эксплуатацию 543 и реконструировано 78 стационарных торговых объектов.

За год суммарная обеспеченность населения области площадью торговых объектов достигла к концу 2012 г. 679,72 кв. м на 1 тысячу жителей, что выше уровня расчетного нормативного показателя на 46,5 %.

В наше время региональный потребительский рынок насчитывает в своем составе 5566 торговых объектов (4471 объект магазинов розничной торговли, 1095 объектов нестационарной торговой сети), а также 1049 предприятий общественного питания, в том числе 466 общедоступной сети.

В прошлом году продолжалось дальнейшее развитие торговых комплексов и центров, в которых отдельные предприятия потребительского рынка области функционируют как взаимосвязанные элементы. На сегодня в регионе их количество достигло 72.

В Орловской области в 2012 г. продолжает развиваться процесс формирования торговых сетей. Удельный вес сетевых торговых организаций в общем объеме оборота розничной торговли по итогам прошедшего года достиг 26,8% против 26,2% в 2011 г.

Оборот организаций оптовой торговли в структуре общего объема оборота оптовой торговли по Орловской области за 2012 г. оценивается в сумме 65,6 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах превышает уровень 2011 г. на 22 %[1].

Оптовая торговля подразделяется на три группы: брокеры и агенты; коммерческие оптовые организации; сбытовые конторы производителей (рис. 2).



Рисунок 2 - Три главные группы оптовой торговли

Оптовый торговец — это организация или отдельное лицо, главная деятельность которого — оптовая торговля[1].

Оптовая торговля Орловской области представлена различными форматами и типами: оптовики с полным циклом обслуживания представляют полный набор услуг (компьютеризированная система сбора и обработки заявок, складская, транспортная, экспедиторская логистика, оказание содействия в области менеджмента, предоставление кредита и т. д.) – ОАО «База строительных товаров», ОАО «Нива-плодоовощ», ООО «Орком», ООО «Основа торговой стабильности» и др.; дистрибуторы товаропроизводителей – ООО «Мир колбас», ИП Бережная Л. В. и т.д., торговые дома товаропроизводителей – ООО «Торговый Дом «Орловский Каравай», филиал «Юнимилк-Орел» ООО «Юни-Милк»; распределительные центры сетевого ритейла – ЗАО «Паллада-торг», ЗАО «Тандер», ЗАО «Корпорация «ГриНН» и т. д.

Можно заметить замедление развития оптовой торговли в области при увеличивающейся скорости роста розничной торговли.

Сфера торговли Орловской области в настоящее время является многофункциональной, многоуровневой, инвестиционно привлекательной отраслью экономики региона.

Первоочередными мерами, направленными на создание условий для благоприятной конкурентной среды в сфере розничной торговли, являются (рис.3).

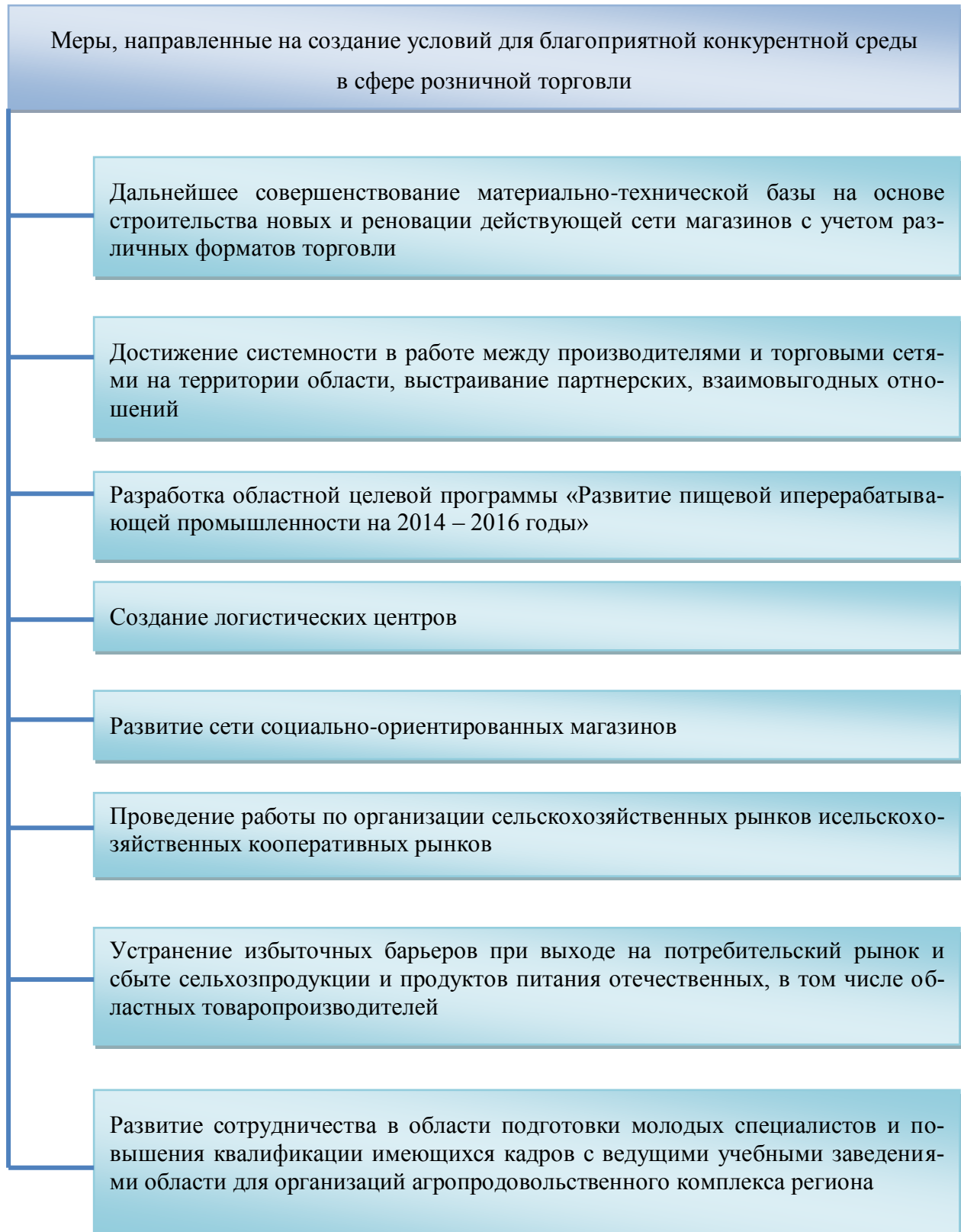


Рисунок 3 – Меры, направленные на создание условий для благоприятной конкурентной среды в сфере розничной торговли.

В 2012 г. в соответствии с целями, задачами и приоритетами перспективного развития потребительского рынка и услуг г. Орла будет продолжена работа по следующим основным направлениям (рис. 4).

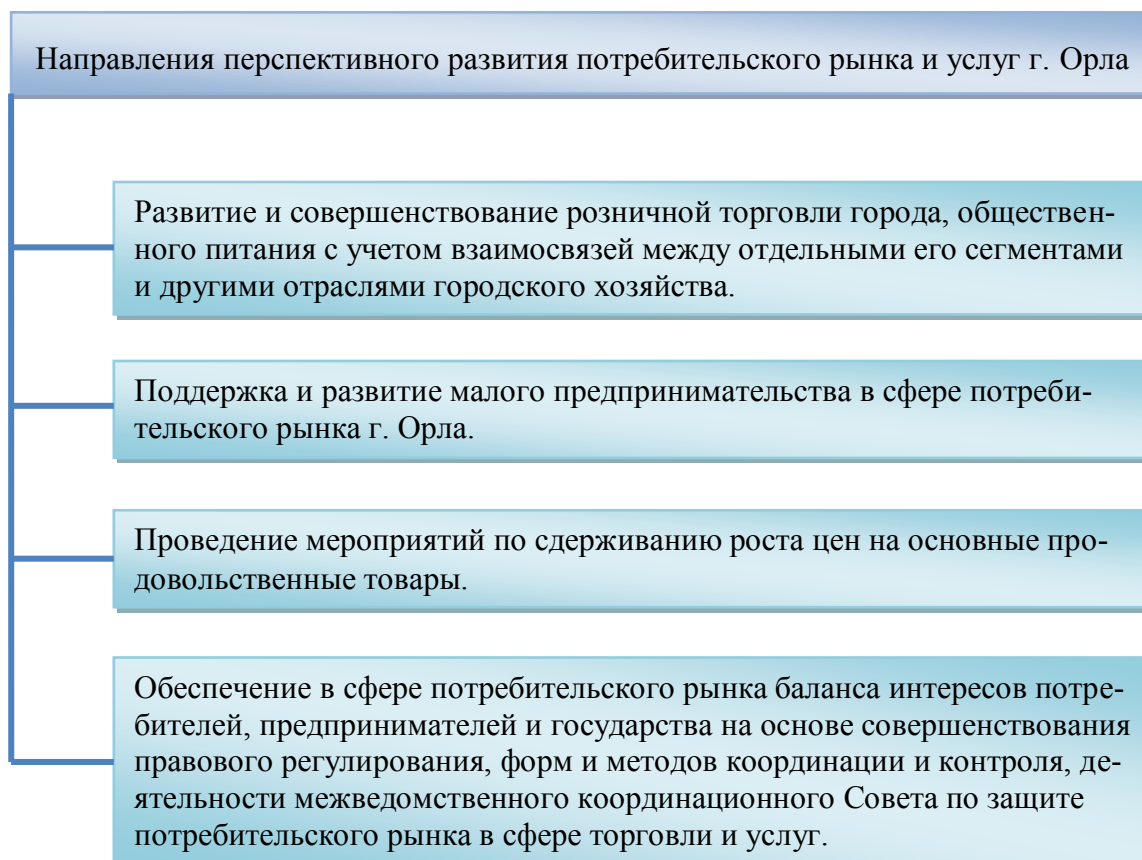


Рисунок 4 – Основные направления перспективного развития потребительского рынка и услуг г. Орла

Важную роль также играет межрегиональная оптовая торговля, поскольку уровень развития производства сильно отличается по регионам и районам, а уровень потребления примерно одинаковый. Причём ситуация различна для непродовольственных и продовольственных товаров. Если производство основных продуктов питания в той или иной степени присутствует во всех регионах, то производство товаров длительного пользования и производственно-технического назначения, как правило, сосредоточено в отдельных регионах.

Торговля является важнейшей отраслью экономики страны, состояние и эффективность функционирования которой непосредственно влияют на уровень жизни населения.

В настоящее время ситуация на потребительском рынке Орловской области характеризуется сбалансированностью и устойчивой товарной насыщенностью.

Список литературы:

1. Монин, А. Ритейл в России. Особенности национальной розницы [Текст] / А. Монин. -СПб.: Невский проспект; Вектор, 2009. - 204с.

2. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент [Текст] / Ф. Котлер. - СПб.: Питер, 2009. - 800с.

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>. Дата обращения 24.02.2013.

Соболева Юлия Павловна

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

Сидоренко Елена Николаевна

*студентка 3 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: ya.ya-lena-s@ya.ru*

УДК 001.895:659.127.42

М.И. Сорокина, И.В. Смагина

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ

В последнее время инновационные технологии все чаще внедряются в рекламный инструментарий XXI века. Инновации используются в различных областях рекламы как в ее традиционных форматах, так и в нестандартных рекламных коммуникациях. Рекламные методы с использованием инновационных технологий появились сравнительно недавно, однако уже получили широкое распространение среди производителей и горячее одобрение целевой аудитории. Инновационная реклама, прежде всего, строится на использовании в промоакциях серьезного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации.

Ключевые слова: инновация, инновационные технологии, инновационная реклама

Проблема внедрения инновационных технологий во все сферы экономики и общественной жизни в России относится к числу приоритетных и активно обсуждаемых в научной литературе, политическими деятелями, бизнес-сообществом, другими представителями структур гражданского общества. Производители товаров и услуг, а также специалисты в области рекламы сегодня готовы активно использовать не только традиционные рекламные методы и хорошо известные виды рекламы, но все больше методы продвижения товаров и услуг, основанные на инновационных технологиях. Это объясняется целым рядом обстоятельств, к числу которых относится жесткая конкурентная ситуация на внутреннем российском рынке и на мировых рынках в целом. Данная ситуация требует от производителей не только активного поиска путей повышения эффективно-

сти основных бизнес-процессов, но и привлечения креативных создателей рекламы, умеющих использовать нововведения в сфере рекламы с целью увеличения числа потенциальных покупателей.

Инновации, нововведения в современной литературе определяются как новые или полностью модернизированные технологии, виды продукции или услуг, организационно-технические решения производственного, административного, коммерческого или иного характера, которые помогают продвижению технологий, товарной продукции и услуг на рынок. Основоположником теории инноваций считают австрийского экономиста Й. Шумпетера, чей подход к их определению является классическим. В нашей стране официально установленными являются определения «инновации», прописанные в Концепции инновационной политики Российской Федерации от 1998-2000 гг. и одобренные постановлением Правительства РФ от 24 июля 1998 г.

Инновации должны иметь следующие характеристики:

1) иметь структуру рынка для удовлетворения нужд потребителей (другими словами, инновация должна быть «воспринята» рынком);

2) любая инновация всегда обозначается как трудоёмкий процесс, предполагающий модернизацию как научно-технического, так и экономического, социального и структурного характера, (это совокупность новых знаний);

3) в инновации, как правило, особое внимание уделяется быстрому переводу новаторских идей из теоретических разработок в практическое использование (т.е. воплощение всей этой массы результатов научных исследований в производстве инновационного продукта, технологии и пр.);

4) инновации должны предоставлять экономический, социальный, технический или экологический эффект. То есть, инновация становится инновацией лишь тогда, когда она уже внедрена в отдельно взятый продукт, процесс, т.к. лишь представленная в осязаемых объектах или процессах свежая идея способна удовлетворить практические потребности людей и получить их одобрение.

В последнее время инновационные технологии все чаще внедряются в рекламный инструментарий XXI века. Инновации используются в различных областях рекламы как в ее традиционных форматах, так и в нестандартных рекламных коммуникациях. Несколько лет назад рекламодатели США и Японии совершили революцию, открыв миру инновационную рекламу, по степени эффективности в разы превосходящую ее традиционные способы. Сегодня такая реклама успешно используется в большинстве стран, позволяя существенно повысить эффективность маркетинга и промоции бренда. Именно разработка и внедрение маркетинговых инноваций в рыночных условиях – это единственный способ повышения конкурентоспособности и поддержания высоких темпов развития организаций и их торговых марок. Маркетинговые инновации направлены на более полное удовлетворение нужд потребителей, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж, что является залогом успешного развития организации.

Чтобы успеть за быстроменяющимися потребностями рынка и максимально использовать открывающиеся во внешней среде возможности, предприятиям требуется постоянная работа над новыми продуктами, технологиями, отношениями с окружающим миром. Ключом к решению этих задач является инновационная маркетинговая деятельность, которая в современных условиях становится ядром корпоративных конкурентных стратегий.

Сегодня, помимо традиционных рекламных методов воздействия на конечного потребителя, существуют также методы с использованием инновационных технологий. Появились они сравнительно недавно, однако уже получили широкое распространение среди производителей и горячее одобрение целевой аудитории. Инновационная реклама, прежде всего, строится на использовании в промоакциях серьезного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации. Рассмотрим некоторые виды инновационных рекламных технологий.

Среди наиболее перспективных и уже зарекомендовавших себя видов подобной рекламы в России и за рубежом является видеореклама в местах массового скопления людей с использованием технологии InDoor TV. По оценкам специалистов, она привлекает внимание более 90% потенциальных покупателей. Indoor TV отличает способность сочетать в себе все полезные свойства телевидения и рекламного материала, традиционно присутствующего на месте продаж. В основе системы лежит компьютер и устройство, позволяющее отображать информацию и предоставлять ее публике: жидкокристаллический монитор, плазменная панель или проектор. Благодаря использованию мультимедийных технологий стала возможной трансляция динамического контента на конкретных экранах в конкретные моменты времени: тогда и там, где изображение будет «работать» наиболее эффективно. Реклама в сети Indoor TV сочетается с полезной информацией, а потому вызывает интерес к сообщениям и не раздражает человека.

В своей работе все преимущества Indoor TV уже используют ведущие корпорации и торговые компании, среди которых такие бренды, как BurgerKing, Tesco, Robobank, WallMart, VirginMegastore, Pioneer, Everest и так далее. В России эти технологии также нашли самое широкое применение: сети Indoor TV появляются не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в Казани, Нижнем Новгороде, Екатеринбурге, Владивостоке и многих других регионах. Среди торговых сетей, широко использующих новые технологии в рекламе, можно отметить «Перекресток», «Седьмой Континент», «Рамстор», ТЦ «Охотный ряд», ТК «Москва» и так далее.

Технология IndoorTV применяется для рекламы не только в торговых сетях, супермаркетах, торговых центрах и fastfood, но и в туристических агентствах, банках, корпоративных сетях, транспортных терминалах, кабельном телевидении, страховых компаниях, медицинских и образовательных учреждениях.

В последние годы эта рекламная технология серьезно усовершенствовалась и начиная с 2005 г. на российском рынке InDoor рекламы появилась новая технология X3D video, разработанная компанией X3D Technologies Corporation.

Трехмерная технология позволяет картинке легко выйти за пределы экрана, затем так же легко вернуться обратно, производя тем самым неизгладимое впечатление на проходящих мимо людей. Ее основное отличие от простых 3D технологий заключается в возможности восприятия трехмерных изображений без использования дополнительных средств, таких как специальные шлемы или стереочки. Кроме того, реалистичность изображения доступна на достаточно большом расстоянии. Благодаря большому углу обзора и технологии пространственного воспроизведения эффект заметен на расстоянии до 100 метров, что удобно для представления товаров и услуг в пунктах продаж.

Эта технология популярна в таких странах, как Япония, Китай, Франция, Германия, США. Ее активно используют в крупных супермаркетах, клубах, развлекательных торговых центрах. Реклама с использованием X3D video получила распространение в сфере компьютерных технологий, а также банковской и продуктовой. В нашей стране первым рекламодателем, заинтересовавшимся технологией, стал Русский Банк Развития.

Еще один инновационный и эффективный тип рекламы – технология интерактивного взаимодействия JustTouch, появившаяся в США в начале 21-го века. Работающая на базе системы TouchScreen, она позволяет отслеживать движение рук потребителя и с их помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло. Система реагирует на любое, даже самое легкое прикосновение. Это происходит благодаря сверхчувствительной сенсорной пленке, покрывающей поверхность информационного табло. Потребитель сможет сам найти интересующую его информацию, проверить наличие товара, ознакомиться с программой заведения. При этом в поле зрения покупателя постоянно попадает логотип рекламируемого бренда, но не раздражает, а откладывается в памяти. Данная система способна превратить любую витрину в полнофункциональный канал продаж. В Японии, США, Корею, странах Европы и России сегодня все чаще встречается данная технология. В США, например, она есть практически в каждом третьем пункте продажи или оказания услуг.

Технология Ground FX – это сверхсовременная интерактивная проекция, разработанная компанией GestureTek, которая позволяет потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие. При помощи специальных технических установок объемное изображение проецируется на плоскую поверхность. Пройти мимо незамеченным невозможно: система мгновенно среагирует на малейшее движение, совершенное проходящим. Впервые рекламная технология была опробована в том же 2005 г. рекламодателями США и Пуэрто-Рико в таких известных местах, как центр AmericanAirlinesCenter, AndelsStadium, WachoviaCenter. Также одними из первых данной технологией

воспользовались книжный магазин на Манхэттене и пара крупных супермаркетов в Голливуде, превративших пол между витринами в виртуальное морское дно. К концу 2005 г. данная рекламная технология стала доступна и российским рекламодателям. Все это благодаря компании InteractiveMediaGroup, выкупившей права на ее использование в России.

Сегодня данный вид рекламы в связи с его высокой эффективностью все чаще используется производителями и крупными торговыми комплексами в Европе, Америке, России и некоторых странах СНГ для ВТL-акций, а также для увеличения потока потребителей и обеспечения более частых посещений. Последние новинки в данной области - это тривизор, интерактивный стол, TransLook (прозрачный киоск).

Тривизор — это стеклянная пирамида, внутрь которой проецируется изображение или видео, заставляя потребителя поверить в то, что стоит лишь протянуть руку, и он ощутит материальность предмета.

Интерактивный стол — это революционный мультисенсорный компьютер, позволяющий взаимодействовать с цифровым контентом простым, интуитивно понятным способом, без использования вспомогательных устройств. За столом, обладающим большой рабочей поверхностью, с легкостью могут работать несколько пользователей одновременно в рамках общей рабочей поверхности. Сотрудники компании и клиенты могут использовать «интерактивный стол» как совместное рабочее пространство для проведения переговоров, моделирования и планирования различных задач, просмотра презентаций и документов, графиков и диаграмм. Данное решение активно вовлекает клиента в рабочий процесс, экономит время, эффективно и оперативно анализирует и предоставляет всю необходимую информацию, тем самым и подчеркивая имидж организации.

TransLook (прозрачный киоск) — это уникальное решение для демонстрации товаров и услуг на базе ультрасовременных прозрачных дисплеев. Прозрачный киоск выполнен на базе прозрачной LCD панели Samsung. Рассматривая товар сквозь прозрачную панель, покупатель может быстро получить информацию о товаре, необходимую для принятия решения о покупке: наличие и местонахождение товара в магазине или в торговой сети в целом, его цену, сведения о товаре (внешний вид, страна-производитель, потребительские характеристики и т.д.).

Технология Free Format Projection создает ощущение присутствия персонажей или объектов в натуральную величину за счет особой обработки изображения, которое впоследствии проецируется на поверхность. Первой грандиозной презентацией данной рекламной технологии была церемония MTV Europe Music Awards 2005, на которой виртуальные мультипликационные герои развлекали публику в качестве ведущих. На сегодняшний день ей уже воспользовались производители компьютерной и бытовой техники, элитной одежды, в основном, в Японии, США, Китае.

В России Free Format Projection пока не получила широкого распростране-

ния в связи с высокой стоимостью, однако вполне возможно, что в течение нескольких ближайших лет наши рекламодатели будут активно ее использовать, тем более, что в российской рекламе наметилась тенденция к инновациям.

Проекционная реклама является новинкой, и, являясь настоящим ноу-хау в России, на Западе подобная реклама существует давно. Идея заключается в проецировании изображений на большие поверхности (серые и белые стены домов, где 40% площади могут занимать окна). Реализуется проекционная реклама с помощью проектора и термостойкой плёнки. На плёнку в дизайн-студии при помощи интерьерного плоттера наносится рекламное изображение, которое будет светиться на стене дома. Проектор можно установить стационарно или поставить в машину и перемещать по городу от заказчика к заказчику. Данные виды наружной рекламы позволят выделиться из массы конкурентов, они позволят потребителям создать впечатление, что рекламная компания работает индивидуально.

Из перечисленных технологий в области применения рекламы можно сделать вывод, что в настоящее время реклама предстаёт в качестве одного из эффективнейших средств стимулирования потребительского спроса за счёт использования новейших технических разработок, мобильности и креативного подхода рекламодателей на современном рынке.

В России данные технологии пока не получили широкого распространения в связи с высокой стоимостью, однако возможно, что в течение ближайших лет в российской рекламе тенденция к инновациям усилится. Конечно, вряд ли инновации в рекламе полностью вытеснят традиции. Однако учитывая настроение потребителей, уставших от однообразия, и дефицит рекламных площадей, на смену традиционной рекламе придут инновационные рекламные технологии как более захватывающие, легко усваиваемые и эффективные.

Список литературы:

1. Богданова, Е.Л. Информационный маркетинг [Текст]: учебное пособие / Е.Л. Богданова. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 176 с.
2. Березина, Ю. Promo-революция [Текст] // Продвижение Продовольствия. Prod&Prod, №10-11(12-13). – 2009. –С. 24-28
3. Янкевич, В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме, российский и международный опыт [Текст] /С.В. Янкевич, Н.Л. Безрукова. – М.: Финансы и стратегии, 2005. – 416с.

Сорокина Мария Ивановна

*студентка 2 курса факультета бизнеса и рекламы
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: zsmagin@rambler.ru*

Смагина Ирина Валерьевна

*к.э.н., доцент кафедры информатики и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: zsmagin@rambler.ru*

УДК 004.031.42:[378:330]

Н.А. Лытнева

**ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И КОММУНИКАЦИИ
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА**

В содержании данной статьи раскрыты направления расширения профессиональных компетенций экономических кадров малых предприятий посредством тесной взаимосвязи теории и практики, применения интерактивных технологий в учебном процессе, автоматизированных систем при решении учетно-аналитических проблем и ситуаций.

Ключевые слова: коммуникации, интерактивные методы, способы и приемы, информатизация, инновации, малый бизнес, экономические кадры, образовательные модели.

Инновационная политика в сфере малого предпринимательства требует не только специальной подготовки работников данной сферы, но и общей подготовки кадров по вопросам рыночной экономики. Такое обучение должно быть непрерывным, многократным, сочетающимся с возможностями получения квалифицированных экономических консультаций и различного рода поддержки по ходу ведения предпринимательской инновационной деятельности. Для этого нужны соответствующие образовательные программы и учебно-методические разработки, нужны центры, способные оказывать весь комплекс образовательных услуг, необходимых предпринимателю и менеджеру, включая поддерживающее обучение.

На наш взгляд, научно-методический подход к организации учебного процесса и научной деятельности при подготовке специалистов для сферы малого предпринимательства должен быть основан на освоении и расширении профессиональных компетенций, тесной взаимосвязи теории и практики, ориентации учебных программ и курсов на практическую среду.

Предложенная нами инновационно-информационная образовательная модель направлена на формирование образовательных индикаторов для повышения профессиональных компетенций экономических кадров для малого предпринимательства в современных условиях. Она предусматривает использование новейших технологий, передовых автоматизированных программ, что является структурными составляющими образовательной автоматизированной модели, которая также опирается на многоуровневую систему образования. Многоуровневая система образования в рамках автоматизированной образовательной модели предусматривает использование компьютерных технологий и инновационно-информационных инструментов для развития и углубления профессиональных компетенций экономистов, способных реализовать теоретические и практические навыки в малом бизнесе.

Автоматизированная образовательная модель реализуется посредством современных концептуальных методик преподавания курсов, учебных дисци-

плин, использования учетно-аналитических технологий применительно к прикладным вопросам функционирования субъектов малого и среднего бизнеса, способствующие повышению профессионального уровня кадров, востребованных рынком труда, а также устойчивости развития экономики страны.

Использование информационных технологий предусмотрено во всех образовательных программах при подготовке и переподготовке кадров для сферы малого и среднего предпринимательства, что отражено в учебно-методических комплексах и учебно-методических материалах, формирующих такие комплексы. Рекомендации прикладного характера, представленные авторскими алгоритмами, автоматизированными методиками, информационными базами, практическими программными модулями, отражены в инновационных проектах, презентационных материалах, лабораторных кейсах, рефератах, компьютерно-информационных моделях.

Повышению качества и прикладной ориентации специалистов способствует функционирование научной школы и лаборатории. В рамках функционирования научной школы и научной лаборатории осуществляется формирование информационных баз данных финансово-хозяйственных результатов деятельности организаций малого и среднего бизнеса. Информация позволяет проводить обобщение и системную оценку эффективности учетной и налоговой работы на фирме, анализировать тенденции и перспективы развития региона и экономики страны в целом, разрабатывать стратегические программы и прогнозы. Информационные материалы используются для проведения деловых игр, написания научных работ, проведения научного анкетирования, создания виртуальных отделов.

В процессе развития науки не только создаются интеллектуальные инновации, на основе которых формируются новые технологии, но и происходит развитие человеческого потенциала. Можно отметить процессы формирования инновационной экономики, основанной на знаниях, в которых наука превращается в генератор развития человеческого потенциала. При этом образование становится основой и формой развития этого потенциала.

Применение современных образовательных технологий, адекватных процессам становления информационного общества, предполагает широкое внедрение на базе Интернета. Интернет-технологии повышают интерактивность, следовательно, качество процесса обучения по различным направлениям. Компьютер, подключенный к системе Интернет, предоставляет в распоряжение студентов и слушателей огромное число баз данных, информацию со всего мира, позволяет сделать обучение более индивидуализированным, приближенным к жизненным условиям, когда человеку необходимо уметь ориентироваться в большом потоке информации, принимать нестандартные решения по различным экономическим и финансовым ситуациям.

Однако модернизированная система образования, созданная в современной России, все больше входит в противоречие с потребностями зарождающегося информационно-индустриального общества, которое предъявляет спрос на образование и подготовку кадров в значительно более диверсифицированных

формах. Вновь формирующееся российское общество на базе современных информационных технологий должно быть более восприимчивым к новым знаниям в области науки и техники.

Одним из приоритетных направлений исследований является информатизация образовательного процесса и, соответственно, учебно-методического обеспечения. Информатизация — процесс обеспечения сферы образования методологией и практикой разработки и оптимального использования современных информационных технологий, ориентированных на подготовку, переподготовку и повышение квалификации экономистов для сферы малого бизнеса и обеспечение учебного процесса информационными материалами, в том числе для контроля и степени усвоения знаний. Этот процесс включает:

- совершенствование механизмов управления образовательно-интегрированной системой на основе использования автоматизированных банков данных учебно-методической и научной информации, информационно-методических материалов, а также коммуникационных сетей;
- развитие методологии и стратегии отбора содержания, методов и современных организационных форм образовательной деятельности применительно к личностным качествам студента и слушателя в современных условиях информатизации образовательного процесса;
- формирование методических систем обучения, ориентированных на развитие интеллектуального потенциала студента и слушателя, на формирование умений самостоятельно приобретать знания, осуществлять учебную и научно-исследовательскую деятельность, разнообразные виды и формы самостоятельной деятельности;
- использование компьютерных тестирующих, диагностирующих методик контроля и оценки уровня знаний студентов и слушателей.

Оценка программно-информационного обеспечения образовательного процесса по образовательным программам позволяет сделать вывод об использовании различных профессиональных и специальных программных продуктов, баз данных и информационных ресурсов для качественного осуществления учебного процесса и научной деятельности.

Например, виды используемых информационных ресурсов по дисциплинам кафедры «Бухгалтерский учет и аудит» представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Оснащенность проекта программным обеспечением и электронными учебниками

Наименование	Количество
Программное обеспечение	
Программный продукт – аналитическая программа «Альт-финансы», базовая версия	1 лицензионный пакет; в свободном доступе
Программный продукт – аналитическая программа «Альт-инвест», базовая версия	1 лицензионный пакет; в свободном доступе

Наименование	Количество
Программный продукт – аналитическая программа «Альт-финансы» версия 2, обновленный вариант	1 лицензионный пакет
Модуль Статистика - демонстрационный ролик	Демо-диск; в свободном доступе
Программа AuditExpert4 (Анализ и прогнозирование финансового состояния предприятия), демонстрационный ролик, презентация	Демо-диск; в свободном доступе
Программа PrimeExpert (Связь преимуществ, полученных в прошлом, с экономической эффективностью в будущем) демонстрационный ролик, презентация	Демо-диск; в свободном доступе
Программа ProjectExpert (Система разработки финансовых планов и инвестиционных проектов) Дистрибутив программы	Демо-диск; в свободном доступе
Программа Ваш финансовый аналитик в доступе www.audit-it.ru	Доступ интернет-сайт; в свободном доступе
Пакет прикладных программ MicrosoftExcel : пакет анализ «Регрессия»; пакет анализ « Корреляция»; пакет анализ «Функция»	Диск; В свободном доступе
Программа СТАТИСТИКА, версия 10.0 на англ. языке, русский язык (лицензионная) и учебное пособие в 3-х частях	Лицензионный ограниченный доступ, CD диск
Программный продукт –аналитическая программа «Альт-финансы» версия 3, обновленный вариант	1 лицензионный пакет
ИНЭЖ –Аналитик - аналитическая программа для проведения финансового анализа и инвестиционной оценки	Демо-диск; в свободном доступе
ФинЭкАнализ – программа для проведения финансового анализа и прогнозирования перспектив развития	Демо-диск; в свободном доступе
Финансовый анализ: ПРОФ+ Оценка бизнеса- анализ финансового состояния организации, оценка стоимости организации	Демо-диск; в свободном доступе
Программный автоматизированный комплект для обучения 1С: Предприятие 8.1 для высших и средних специальных учебных заведений	1 с установкой на 35 пользователей
Программный автоматизированный комплект «Бухгалтерский учет» конфигурация 2,0	1 с установкой на 35 пользователей
Программный автоматизированный комплект «Зарплата и управление персоналом» конфигурация 2,5	1 с установкой на 35 пользователей

Наименование	Количество
Программный автоматизированный комплект «Управление производственным предприятием»	1 с установкой на 35 пользователей
Программный автоматизированный комплект «Управление торговлей»	1 с установкой на 35 пользователей
Консультант- Плюс версия Проф: для учебных заведений	1 с установкой на 50 пользователей
Программный автоматизированный комплект для обучения 1С: Предприятие 7.7 типовая конфигурация	1 с установкой на 35 пользователей
Программный автоматизированный комплект «Бухгалтерский учет» релиз 518	1 с установкой на 35 пользователей
Программный автоматизированный комплект для предприятий малого бизнеса конфигурация «Упрощенная система налогообложения» релиз 173	1 с установкой на 35 пользователей
Программный автоматизированный комплект конфигурация «зарплата и кадры» релиз 299	1 с установкой на 35 пользователей
Автоматизированный продукт для подготовки первичных расчетных документов «Бизнес Пак»	1 с установкой на 55 пользователей
Электронные учебники	
Статистика	В свободном доступе
Анализ финансово-хозяйственной деятельности	В свободном доступе
Теория и практика анализа финансовой отчетности организаций	В свободном доступе
Бухгалтерский учет и анализ	В свободном доступе
Учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности коммерческих организаций	В свободном доступе
Бухгалтерский финансовый учет	В свободном доступе
Бухгалтерский учет и анализ внешнеэкономической деятельности организаций	В свободном доступе

Программные продукты и информационные ресурсы используются в учебном процессе при проведении практических и лабораторных занятий, организации самостоятельной работы студентов и осуществления контроля самостоятельной работы; в научной деятельности: при выполнении дипломных и курсовых работ, организации учебной, производственной и преддипломной практики, презентации результатов научной работы, практических внедрений и разработок.

Использование информационных технологий предусмотрено во всех образовательных программах при подготовке и переподготовке кадров для сферы малого и среднего предпринимательства, что отражено в учебно-методических комплексах и учебно-методических материалах, формирующих такие комплексы.

Практическую направленность исследований позволяют реализовать научные лаборатории инновационного бухгалтерского учета, анализа и обработки финансовой и социально-экономической информации, созданные на материально-технической базе кафедр (информационной, технологической и компьютерной).

Основные направления работы лабораторий:

- формирование современной инновационно-методической концепции бухгалтерского учета, анализа и обработки финансовой и социально-экономической информации для повышения качества и оптимизации технологических процессов и прозрачности информационных материалов для инвесторов;
- создание банка данных для формирования бухгалтерской и налоговой отчетности, проведения ретроспективного, текущего и перспективного анализа и статистического мониторинга организационно-технологических процессов с целью выявления состояния, закономерностей и взаимосвязей между показателями и разработки инновационной, инвестиционной, производственной и финансовой политики;
- разработка и реализация финансовых и социально-экономических моделей и проектов, ориентированных на мировые ресурсосберегающие технологии и перспективы развития производства продукции, для привлечения российских и иностранных инвесторов, интеграции в мировое сообщество и выхода на мировые товарные рынки.

Результатами работы лаборатории являются:

- создание Информационного продукта на основе инновационно-методического обеспечения для повышения эффективности и рентабельности производства и роста качества продукции, обеспечения ее конкурентоспособности на российских и мировых рынках;
- формирование единого Центра обработки финансовой и социально-экономической информации на основе результатов статистических и аналитических исследований, мониторинга организационно-производственных процессов и технологий для предоставления материалов потенциальным инвесторам, менеджерам, аналитикам, финансистам, государственным служащим и науч-

ным сотрудникам. Использование информационного массива данных осуществляется при подготовке кандидатских и докторских диссертаций.

Ключевую роль для расширения профессиональных компетенций специалистов в области экономики выполняет самостоятельная работа, которая основана на информатизации образовательного процесса, доступности материалов, возможности их скорейшего тиражирования для широкой аудитории.

Самостоятельная работа студентов - способ активного, целенаправленного приобретения студентом новых для него знаний и умений без непосредственного участия в этом процессе преподавателей. Организационные мероприятия, обеспечивающие нормальное функционирование самостоятельной работы студента, должны основываться на следующих предпосылках:

- самостоятельная работа должна быть конкретной по своей предметной направленности;
- самостоятельная работа должна сопровождаться эффективным, непрерывным контролем и оценкой ее результатов.

Содержание самостоятельной работы студентов определяется образовательным стандартом, рабочими программами учебных дисциплин, содержанием учебников, учебных пособий и методическими регламентами. Контроль самостоятельной работы и оценка ее результатов организуется как единство двух форм:

- самоконтроль и самооценка студента;
- контроль и оценка со стороны преподавателей, государственных экзаменационных и аттестационных комиссий, государственных инспекций и др.

Задачи контроля самостоятельной работы студентов:

- совершенствование умений и навыков, в том числе исследовательских;
- обобщение и повторение пройденного материала;
- применение подученных знаний, их пополнение и расширение.

При организации КСР можно пользоваться всеми общедидактическими методами:

- объяснительно-иллюстративным для экономии времени студента, исключая изучение большого объема литературы в поисках ответа на поставленный вопрос или задание;
- репродуктивным для формирования монологического высказывания студента;
- частично-поисковым для развития самостоятельности, активности и трудолюбия т.п.;
- проблемным изложением для развития мышления студентов;
- исследовательским для формирования творческой деятельности.

Роль преподавателя при КСР сводится к тому, чтобы

- подобрать студентам индивидуальные задания для выбора оптимального варианта;
- обеспечить всех необходимой литературой (справочной и т.д.);
- подсказать более рациональный путь при выполнении заданий;

– дать консультацию отдельному студенту или группе студентов, т. е. сочетать индивидуальную и коллективную работу, не забывая о полезности парной работы студентов. Консультацию может дать и один студент другому под контролем преподавателя.

Самостоятельная работа студентов отличается от других видов работы тем, что студент сам ставит себе цель, для достижения которой выбирает задание и вид работы. Самостоятельная работа, прежде всего, завершает задачи всех других видов учебной работы.

Главное в стратегической линии организации самостоятельной работы студентов в вузе заключается не в оптимизации ее отдельных видов, а в создании условий высокой активности, самостоятельности и ответственности студентов в аудитории и вне ее в ходе всех видов учебной деятельности.

Основная задача организации самостоятельной работы студентов (СРС) заключается в создании психолого-дидактических условий развития интеллектуальной инициативы и мышления на занятиях любой формы. Основным принципом организации СРС должен стать перевод всех студентов на индивидуальную работу с переходом от формального выполнения определенных заданий при пассивной роли студента к познавательной активности с формированием собственного мнения при решении поставленных проблемных вопросов и задач.

Цель СРС - научить студента самостоятельно работать сначала с учебным материалом, затем с научной информацией, заложить основы самоорганизации и самовоспитания с тем, чтобы привить умение в дальнейшем непрерывно повышать свою квалификацию. Решающая роль в организации СРС принадлежит преподавателю, который должен работать студентом, учитывая его интеллект и приобретенные навыки, его сильные и слабые стороны, индивидуальные способности и склонности. Задача преподавателя - увидеть и развить лучшие качества студента как будущего специалиста высокой квалификации.

1. Внеаудиторная самостоятельная работа.

2. Аудиторная самостоятельная работа, которая осуществляется под непосредственным руководством преподавателя.

3. Творческая, в том числе научно-исследовательская работа.

По результатам самостоятельного решения задач следует выставлять по каждому занятию оценку. Оценка предварительной подготовки студента к практическому занятию может быть сделана путем экспресс-тестирования (тестовые задания закрытой формы) в течение 5, максимум - 10 минут.

По материалам модуля или раздела целесообразно выдавать студенту домашнее задание и на последнем практическом занятии по разделу или модулю подвести итоги его изучения (например, провести контрольную работу в целом по модулю), обсудить оценки каждого студента, выдать дополнительные задания тем студентам, которые хотят повысить оценку. Результаты выполнения этих заданий повышают оценку уже в конце семестра, на зачетной неделе, т.е. рейтинговая оценка на начало семестра ставится только по текущей работе, а

рейтинговая оценка на конец зачетной недели учитывает все дополнительные виды работ.

Из различных форм СРС для практических занятий на старших курсах наилучшим образом подходят “деловые игры”. Тематика игры может быть связана с конкретными производственными проблемами или носить прикладной характер, включать задачи ситуационного моделирования по актуальным проблемам и т.д. Цель деловой игры - в имитационных условиях дать студенту возможность разрабатывать и принимать решения.

Разработка комплекса методического обеспечения учебного процесса является важнейшим условием эффективности самостоятельной работы студентов. К такому комплексу следует отнести тексты лекций, учебные и методические пособия, лабораторные практикумы, банки заданий и задач, сформулированных на основе реальных данных, банк расчетных, моделирующих, тренажерных программ и программ для самоконтроля, автоматизированные обучающие и контролирующие системы, информационные базы дисциплины или группы родственных дисциплин и другое. Это позволит организовать проблемное обучение, в котором студент является равноправным участником учебного процесса. Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля.

Очевидной становится необходимость организации учебно-познавательной деятельности студентов на таком уровне, который обеспечил бы возможность самостоятельного подхода к анализу изучаемых проблем, их научного анализа, умения ориентироваться в ситуациях различного характера и успешно решать их с учетом конкретных условий. А это возможно при условии создания соответствующей психологической атмосферы учебного занятия. Одним из путей формирования самостоятельности является использование игровых форм организации учебно-познавательной деятельности, обладающих целым рядом дидактических и психологических достоинств.

Список литературы:

1. Сысоева, О.Н. Развитие инновационных методов в управлении результативностью хозяйственных систем [Текст] / О.Н. Сысоева, Н.А. Лытнева // Вестник ОрелГАУ, Орел: Издательство ОрелГАУ, №3(36), 2012, С. 87-92.
2. Лытнева, Н.А. Налоговый анализ в сфере предпринимательства: показатели и методика [Текст] / Н.А. Лытнева, Н.В. Парушина // Аудитор. - 2009. - №12. – С. 50-58.
3. Лытнева, Н.А. Управление системными изменениями [Текст] / Н.А. Лытнева. // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008.- № 4. – С. 72-83

*Лытнева Наталья Алексеевна,
д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru*

УДК 657.44:336.777

А.А. Лавриненко, Е.А. Боброва

НАЛОГОВЫЙ УЧЁТ РАСХОДОВ И ДОХОДОВ ПО ВЕКСЕЛЯМ

В данной статье рассматривается ряд вопросов относительно налогового учёта расходов и доходов по векселям. Поскольку векселя являются одним из наиболее распространённых и удобных финансовых инструментов, в научной литературе им уделяется достаточно пристальное внимание. Во избежание трудностей более детально остановимся на их разновидностях и методике расчёта сумм.

Ключевые слова: налоговый учёт, расходы, доходы, векселя, процентные векселя, дисконтные векселя, дисконт.

Наиболее удобными финансовыми инструментами, используемыми организациями при расчётах, являются различные виды векселей. Но, как показывает практика, нередко в ходе работы бухгалтеры испытывают трудности с отражением вексельных операций при исчислении и учёте налогов. Рассмотрим нормативную базу и ряд примеров по налоговому учёту расходов и доходов по векселям.

Разновидностями векселей, выделяемых в зависимости от получаемого дохода, являются: процентные, то есть векселя, приобретаемые по номиналу, но при этом предполагающие получение процента, и дисконтные – векселя, приобретаемые ниже номинала.

В сроки, установленные векселем или законом, не включается день, от которого затем отсчитывается срок. В соответствии с этим, начисление процентов происходит с даты, которая следует за датой составления векселя векселедателем (письмо Минфина РФ от 03.02.11 № 03-03-06/1/57, 26.06.09 № 03-11-06/2/111). При этом стоит учитывать, что процентным не может быть вексель, срок оплаты которого приходится на определённый день на конкретное время от составления.

Необходимо также отметить, что до истечения трёхлетнего срока со дня платежа по векселю сохраняется право требовать от векселедателя оплаты по векселю, а от срока платежа, как правило, зависит порядок исчисления налогов.

Срок платежа по векселю возможно указывать одним из следующих способов:

- во столько-то времени от предъявления;
- во столько-то времени от составления;
- по предъявлении;
- на определённый день.

Вексель, который содержит либо последовательные сроки платежа, либо иное назначение срока, является недействительным. Если в тексте векселя срок платежа не указан, принято считать, что он выдан с оплатой по предъявлению.

Векселя со сроком по предъявлении должны быть представлены к платежу в течение 1 года со дня его составления, при условии, что иной срок не установлен индоссантом или векселедателем, при этом он может увеличить или сократить данный промежуток времени.

Векселя со сроком оплаты на определённый день или во столько-то времени от составления не могут содержать условия о начислении процентов, а при необходимости в них возможно заложить дисконт.

Срок получения платежа у векселя с оплатой во столько-то времени от составления отсчитывается от даты выдачи векселя, таким образом, его погашение осуществляется в высчитанный день.

Векселя со сроком погашения на определённый день, как правило, погашаются в указанный в векселе день либо в течение одного года со дня составления данного векселя. При этом оговаривается, что векселедатель может увеличить или сократить этот срок. Кроме того, он вправе установить запрет на предъявления к платежу вексель ранее определённого дня, в этом случае срок исчисления для предъявления начинается с этой даты.

Держатель векселя во столько-то времени от предъявления, во столько-то времени от составления или на определённый день всегда должен соблюдать сроки предъявления векселя к платежу, в случае их несоблюдения он утрачивает права требования к вексельным должникам. Держатель такого вида векселей обязан предъявить вексель к платежу в день, когда он должен быть оплачен или в течение двух последующих рабочих дней.

Срок платежа по векселю, который составлен во столько-то времени от предъявления, необходимо исчислять либо с даты протеста – акта, который удостоверяет отказ в платеже или акцепте, либо с даты акцепта - отметки плательщика, подтверждающей принятие предложения о частичной или полной уплате суммы по векселю. По такому векселю начисление процентов заканчивается в момент его предъявления для проставления дотированной отметки о данном предъявлении, но не позже момента истечения срока для предъявления его к акцепту.

Рассмотрим доход векселедержателя в течение периода нахождения векселя на балансе.

Если налоговый учёт векселедержатель ведёт методом начисления, то ему следует учитывать доход по векселям третьих лиц в соответствии со следующим алгоритмом.

Согласно пункту 12 статьи 270, а также подпункту 10 пункту 1 статьи 251 Налогового Кодекса Российской Федерации в момент получения векселя у векселедержателя не возникает доходов на сумму дисконта.

Проценты по векселям признаются доходом лишь на конец соответствующего отчётного периода вне зависимости от даты выплаты дохода самим векселедателем. Доходы по векселям учитываются в составе внереализационных доходов ежемесячно.

В ходе начисления процентов на конец отчётного периода каждый налогоплательщик самостоятельно определяет сумму доходов по любому из видов долговых обязательств. Сумму доходов по векселям определяют согласно не только условиям их выпуска, но также и продаже (передачи). Таким образом, векселедержатель в течение времени владения векселем равномерно начисляет доход вне зависимости от того, как данный вексель был приобретён.

При расчёте дохода по векселю во внимание принимается его номинал, заявленная доходность (дисконт), сложившееся при приобретении либо выпуске, и кроме того действия обязательств в отчётном периоде. В случае, когда вексель погашен в отчётном периоде, доход признают на дату его погашения.

Кроме того, дисконтный вексель также признаётся равномерно. Сумму дисконта распределяют с момента получения до момента погашения векселя.

В соответствии пунктом 2 статьи 280 Налогового Кодекса Российской Федерации, при реализации векселя или при его предъявлении к погашению и ином выбытии сумму, учтённую ранее дохода по векселю, исключают из повторного налогообложения. Согласно пункту 6 статьи 271 Налогового Кодекса Российской Федерации, перепродажи векселя, досрочного погашения или других действий, приводящих к потере всего предполагавшегося дохода или выплате пониженных процентов, налоговая база корректируется на дату реализации или погашения.

Вексель со сроком платежа на определённый день. Поскольку данный вексель является дисконтным, период его обращения устанавливается векселедателем в момент выдачи векселя. Поскольку дисконт относится ко всему периоду обращения векселя со сроком погашения на определённый день. Поэтому сначала производят расчёт дневного дисконтного дохода, учитывая срок обращения векселя. А затем исчисляется налоговая база на каждую отчётную дату с учётом периода владения векселем.

Начисленная сумма процентов по приобретённым ценным бумагам в бухгалтерском учёте учитывается в составе прочих доходов. В случае начисления процентов производится запись по дебету счёта 76 «Расчёты с разными дебиторами и кредиторами» и кредиту счёта 91 «Прочие доходы и расходы», субсчёту 1 «Прочие доходы». Рассмотрим пример по данной операции.

Пусть фирма «Виктория» 31 октября 2012 г. получила от компании «Ритм» заём в размере 1050000 рублей по средствам выдачи собственного простого векселя. Номинал данного векселя составляет 1150000 рублей. Срок обращения векселя – 92 дня, а дата платежа – 31 января 2013 г.

Дисконт по векселю рассчитывается, как разница между номиналом векселя и суммой заёма (1150000 рублей – 1050000 рублей) - 100000 рублей. Рассчитаем дневной дисконтный доход, разделив дисконт по векселю на срок обращения векселя (100000 рублей : 92 дней) – 1086,96 рублей.

При этом необходимо учитывать, что векселедержатель – фирма «Ритм» должна отразить в налоговом реестре внереализационных доходов за 2012 г.

суммы дисконтного дохода, путём произведения суммы дневного дисконтного дохода на фактическое количество дней в месяце, таким образом:

- за ноябрь (1086,96 рублей * 30 дней) 32608,8рублей;
- за декабрь (1086,96 рублей * 31 дней) 33695,76 рублей.

Так же по итогам 2012 г. векселедержатель в соответствии со стр.100 приложения № 1 к листу 02 декларации по налогу на прибыль обязать будет предоставить внереализационный доход в размере суммы дисконтного дохода за каждый месяц (32608,8рублей + 33695,76 рублей) – 66304,56 рублей.

При погашении векселя по номиналу 1150000 рублей векселедержатель признаёт расходы и доходы.

В соответствии с пунктом 2 статьи 280 Налогового Кодекса Российской Федерации доход при погашении векселя определяют исходя из номинальной стоимости векселя. Кроме того в сумму указанного дохода не включают суммы дохода по векселю, которые ранее учли при налогообложении. В данном случае расходом при погашении векселя признаётся цена его приобретения.

А в декларации по налогу на прибыль за I квартал 2013 г. будет отражено:

- по строке 030 листа 05 в расходах – сумма, которая уплачена при поступлении векселя, - 1050000 рублей;
- в строке 200 приложения № 2 к листу 02 в качестве внереализационного расхода – дисконт по векселю ранее отраженный по строке 100 приложения № 1 к листу 02 в виде внереализационного дохода - 66304,56 рублей;
- по строке 010 листа 05 будет записываться доход от погашения ценной бумаги - 1150000 рублей, в том числе 100000 рублей дисконта.

Таким образом, итоговая сумма доходов за 1 квартал 2013 г. составит сумма дисконта за январь 2013 г., которая исчисляется как разница между дисконтом по векселю и суммы внереализационного дохода (100000 рублей - 66304,56 рублей) – 33695,44 рублей.

Рассмотрим вексель со сроком платежа по предъявлении. Существует две разновидности данного векселя, а именно:

- процентный;
- дисконтный.

Сложность расчётов расходов и доходов по таким видам векселей состоит в том, что заранее не известно, когда данный вексель будет предъявлен к оплате, поскольку векселедержатель имеет право в любой день обратиться к плательщику, и платёж должен быть погашен незамедлительно.

Рассмотрим правило расчётов доходов по таким видам векселей. В начале при их расчёте принимают во внимание предполагаемый период обращения. При предъявлении векселя к платежу определяется его фактический период обращения, а данные о доходах отражают в текущей налоговой декларации, кроме того уточнения в ранее проданные декларации не вносят.

Дисконтные векселя. Исходя из числа дней от даты приобретения векселя до конца предположительного срока его обращения, векселедатель определяет дневной дисконтный доход. Вексель со сроком платежа по предъявлении необ-

ходимо предъявить к платежу в течение одного года со дня составления. Период признания дисконтного дохода и срок обращения по таким векселям в налоговом учёте составляет 365 или 366 дней.

Затем определяют налоговую базу на отчётную дату с учётом количества дней владения векселем и дневного дисконтного дохода в текущем году.

По факту, при предъявлении векселя к платежу данные о ранее прочих доходах не корректируются, а операцию отражают, как обычное выбытие бумаги.

Процентные векселя. В таких векселях, как правило, указывают дату, с которой начисляются проценты. В случае её отсутствия, проценты начисляют с даты составления векселя. По умолчанию срок обращения векселя отсчитывается от даты составления и составляет один год, за исключением тех случаев, когда иной срок не установлен индоссантом или векселедателем. Именно поэтому, начисление процентов по таким видам векселей заканчивается в наиболее раннюю из двух дат: на дату окончания возможного срока обращения векселя или на момент предъявления векселя к платежу.

Векселя со сроком платежа по предъявлении, но не ранее. Они являются разновидностью векселей со сроком платежа по предъявлении. Рассмотрим две их разновидности процентные и дисконтные векселя.

Доходом дисконтных векселей со сроком платежа по предъявлении, но не ранее признаётся в течение всего предполагаемого срока его обращения, то есть 365 или 366 дней плюс период от даты составления данного векселя и до минимальной даты предъявления его к платежу. Векселедержатель может предъявлять к оплате вексель в течение года, при этом начиная с даты «не ранее». Предполагаемый срок обращения векселя определяется как период от даты составления до даты, которая указана как «не ранее», кроме того прибавляют 0365 или 365 дней.

В случае, когда вексель предъявлен к оплате до истечения года с даты, указанной в документах как «не ранее», дисконт, не учтённый в составе расходов, включается в расходы с целью налогообложения прибыли в соответствии с пунктом 8 статьи 272 Налогового Кодекса Российской Федерации одновременно.

Пусть фирма «Виктория» 31 октября 2012 г. получила от компании «Ритм» заём 1500000 рублей с помощью выдачи собственного простого векселя со сроком платежа по предъявлении.

Начисление процентов по векселю предусмотрено по ставке 10% годовых. Предположим, что вексель предъявят к платежу 31 января 2013 г.

В регистре внереализационных доходов за 2012 г. компания «Ритм» обязана отразить суммы процентного дохода:

– за декабрь - 12739,73 рублей ($1500000 \text{ рублей} \times 31 \text{ день} / 365 \text{ дней} \times 10\% / 100\%$);

– за ноябрь - 12328,77 рублей ($1500000 \text{ рублей} \times 30 \text{ день} / 365 \text{ дней} \times 10\% / 100\%$).

Векселедержатель по итогам 2012 г. в декларации по строке 100 приложения 1 к листу 02 в декларации по налогу на прибыль обязан отразить внереализационный доход в размере суммы процентного дохода за ноябрь (12328,77 рублей) и за декабрь (12739,73 рублей), что составляет 25068,5 рублей.

Затем рассчитывают проценты начисления за январь 2013 г. - 12739,73 рублей ($1500000 \text{ рублей} \times 31 \text{ день} / 365 \text{ дней} \times 10 \% / 100\%$).

Итого, начисленные проценты за 3 месяца составляют 37808,23 рублей.

Векселедержатель при погашении векселя 31 января 2013 г. признаёт расходы и доходы в соответствии со статьёй 280 Налогового Кодекса Российской Федерации. За первый квартал 2013 г. в декларации по налогу на прибыль нужно отразить:

- в строке 200 приложения 2 к листу 02 сумму процентов в качестве внереализационных доходов, показанную в строке 100 приложения 1 к листу 02 в декларации по налогу на прибыль за 2012 г. в виде внереализационного дохода - 25068,5 рублей;

- по строке 030 листа 05 в расходах - 1500000 рублей, сумма, уплаченная при поступлении векселя;

- по строке 010 листа 05 отразить доход от погашения ценной бумаги, с учётом процентных доходов (37808,23 рублей) - 1537808. 23 рублей.

Таким образом, итоговая сумма доходов за 1 квартал 2013 г. - это сумма январских процентов (12739,73 рублей).

Что касается процентных векселей, то в случае отсутствия прямой оговорки в векселях по предъявлению, но не ранее, что проценты начисляются с определённой даты, то проценты по таким видам векселей назначаются с даты «не ранее».

Рассмотрим вексель с оплатой во столько-то времени от составления. Он является дисконтным. Однако, в отличие от векселя с оплатой на определённый день расчёт дня от даты выдачи векселя осуществляется по-другому. Таким образом, расчёт дисконта по такому векселю рассчитывается аналогично векселю на определённый день.

Остановимся более подробно на векселе со сроком платежа во столько – то времени от предъявления. Данный вексель необходимо предъявлять плательщику дважды:

- во-первых, не позже одного года с момента выдачи векселя – для получения визы (протеста) или акцепта;

- во-вторых, через столько-то времени от предъявления – для получения платежа по векселю.

По таким видам векселей начисление процентов заканчивается в момент, когда данный вексель представляется для представления датированной отметки для предъявления векселя к платежу, но не позже момента истечения срока обращения векселя. Именно поэтому в ходе расчёта возможного срока обращения векселя не следует добавлять дни на столько-то времени от предъявления. В

связи с этим учёт данных векселей ничем не отличается от учёта векселей «по предъявлению» (процентных или дисконтных).

Рассмотрим расход векселедателя в целых исчисления налога на прибыль.

Вексель со сроком платежа по предъявлению. Если в распоряжении векселедателя находится дисконтный вексель со сроком платежа по предъявлению:

- во-первых, определяется дневной дисконтный расход, при этом учитываемая предполагаемый период обращения векселя;
- во-вторых, в конце отчётного периода количество дней с даты составления векселя умножают на дневной дисконтный расход.

Производят сравнение полученного показателя и нормативной величины, которая определяется с учётом предполагаемого периода обращения векселя. В декларации о доходах отражается меньшая из сравниваемых величин.

Данные о фактически уплаченном дисконте определяются при предъявлении векселя к платежу. При этом фактический дисконт сравнивается с нормативным, а в расчёте так же обращают внимание на фактический период обращения векселя. Меньшая из сравниваемых величин отражается в декларации, а информация, об учтённых процентах ранее представленная в налоговых декларациях не корректируется.

Вексель со сроком платежа на определённый день является дисконтным. При выдаче векселя векселедатель устанавливает период его обращения. При этом стоит учитывать, что дисконт относится ко всему периоду обращения векселя, а срок погашения рассчитывается на определённый день.

Пусть фирма «Виктория» 31 октября 2012 г. получила от компании «Ритм» заём в размере 1050000 рублей по средствам выдачи собственного простого векселя. Номинал данного векселя составляет 1150000 рублей. Срок обращения векселя – 92 дня, а дата платежа – 31 января 2013 г.

Дисконт по векселю рассчитывается, как разница между номиналом векселя и суммой заёма (1150000 рублей – 1050000 рублей) - 100000 рублей. Рассчитаем дневной дисконтный доход, разделив дисконт по векселю на срок обращения векселя (100000 рублей: 92 дней) – 1086,96 рублей.

Фактический расход по дисконту векселя рассчитывается на отчётную дату. А при распределении величины дисконта векселя по месяцам векселедатель будет иметь такой же доход, как и векселедержатель:

- за январь 2013 г. (100000 рублей - 33695,76 рублей – 32608,8 рублей) 33695,44 рублей;
- за декабрь (1086,96 рублей × 31 дней) 33695,76 рублей;
- за ноябрь (1086,96 рублей × 30 дней) 32608,8 рублей.

При расчёте фактический расход сравнивают с нормативной величиной процентов, установленной в статье 269 Налогового Кодекса Российской Федерации. В прочих расходах в декларации по налогу на прибыль отражается меньшая из сравниваемых величин.

В соответствии с правилами пункта 1 статьи 269 Налогового Кодекса Российской Федерации под ставкой рефинансирования долговых обязательств

принимается ставка рефинансирования Центрального Банка Российской Федерации, которая действует на дату привлечения денежных средств. Ставка рефинансирования Центрального Банка Российской Федерации на дату привлечения денежных средств 31 октября 2013 г. составляла 8%, а предельный размер процентов до 31 декабря 2012 г. – 14,4% ($1,8 \times 8\%$), с 1 января 2013 г. – 8,8 % ($1,1 \times 8\%$).

Предельный размер процентов, признающийся в налоговом учёте равен:

– за январь 2013 г. – 784767,12 рублей (1050000 рублей \times 8,8 % /365 дней \times 31 дней);

– за декабрь 2012 г. – 1284164,38 рублей (1050000 рублей \times 14,4 % /365 дней \times 31 дней);

– за ноябрь 2012 г. – 1242739,73 рублей (1050000 рублей \times 14,4 % /365 дней \times 30 дней), так как данные суммы ниже ежемесячного дисконта

Векселя со сроком платежа по предъявлению, но не ранее, могут быть как процентными, так и дисконтными.

Список литературы:

1. Башкатова, Л. И. Налоговый учёт доходов и расходов по вексялям [Текст] /Л.И. Башкатова// Бухгалтерский учёт. – 2012. - № 7. – С. 59 – 67.
2. Башкатова, Л. И. Налоговый учёт доходов и расходов по вексялям (окончание) [Текст]/ Л.И.Башкатова // Бухгалтерский учёт. – 2012. - № 8. – С. 51 – 55.
3. Налоговый учет дисконтных доходов и расходов по вексялям [Электронный ресурс]. - Режим доступа http://www.audit-partner.ru/archive/Nalogovyi_ucet_diskontnyx_doxodov.html. Дата обращения: 12.03.2013.
4. Налоговый учет доходов и расходов по дисконтным вексялям [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.klerk.ru/buh/articles/40101/> Дата обращения: 12.03.2013.
5. Расчеты вексялями. Нюансы налогового учета [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://bankir.ru/tehnologii/s/raschety-vekselyami-nyuansy-nalogovogo-ucheta-10002071/> Дата обращения: 12.03.2013.
6. Учет доходов по финансовым вложениям [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://www.diplomilirist.ru/uchet-finansovyh-vlozhenij/revenue-from-financial-investments.html>. Дата обращения: 12.03.2013.
7. Налогообложение операций с вексялями [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://law.yodex.ru/termins/index.php?id=72>. Дата обращения: 12.03.2013.

Лавриненко Анастасия Александровна
студентка 3 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: anastasia.713@mail.ru

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

УДК 658.15:657.6:005

Т.В.Перелыгина, Н.А. Лытнева

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА И АУДИТА ЗАТРАТ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В данной статье раскрыты современные подходы к учету затрат и калькулированию себестоимости продукции, которые способствуют рациональному контролю затрат, являющихся одним из основных факторов, влияющих на получение максимально возможной прибыли.

Ключевые слова: калькулирование, себестоимость, затраты, методика, факторы, комплексный анализ.

Система управленческого учета в каждой отдельной организации уникальна, так как она «привязана» к ее специфическим особенностям. В то же время существуют общие для всех рыночных субъектов вопросы методологии организации управленческого учета [1].

Одной из целей отечественного управленческого учета является составление точных калькуляций, причем точность определяется полнотой включения в калькуляцию всех затрат отчетного периода. С развитием рыночных отношений значительно расширилась самостоятельность организаций. В этих условиях задача калькулирования - не только определить точную фактическую себестоимость изделия, но и позволить рассчитать такую себестоимость, которая могла бы дать определенную прибыль.

В современных условиях традиционные подходы к учету затрат и калькулированию себестоимости продукции должны постепенно вытесняться более совершенными стратегиями производственного учета на предприятии. Так, преследуя цель получения максимально возможной прибыли, руководство предприятия должно ориентироваться не столько на внешние факторы производства, определяемые условиями рыночной среды, сколько на изыскание внутренних резервов снижения уровня затрат на производство продукции.

Одним из важнейших элементов управления затратами на современном этапе является анализ производственной деятельности предприятия в целом и отдельных его подразделений. Конкретные методические приемы анализа определяются содержанием и структурой управленческой информации, системой показателей, используемых для оценки фактического состояния объектов управленческого учета. В системе управленческого учета используется ретроспективный и оперативный анализ, что обусловлено задачами и целями изучения объекта анализа, его информационной базой и направлениями использования полученных результатов анализа на различных уровнях иерархического управления.

К анализу затрат на производство и калькулирование себестоимости про-

дукции, на наш взгляд, следует подходить с системных и комплексных позиций. Основоположниками системного и комплексного подхода к экономическому анализу являются М.И. Баканов и А.Д. Шеремет [2], которые определяют системность как понятие кибернетического порядка. Системность требует исследования, анализа объекта в качестве единого целого, единой системы, включающей другие, находящиеся в определенном взаимодействии составные элементы. Целостность системы, отличаясь определенной завершенностью, предполагает и обособленный анализ элементов, ее составляющих.

Комплексность можно рассматривать важной составляющей системного анализа. Должно соблюдаться методологическое единство системности и комплексности. Системность и комплексность анализа выражаются в разработке и использовании системы показателей и всех видов экономической информации. Методология системного и комплексного анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции в системе управленческого учета, ориентированного на перспективы развития производственного процесса, на наш взгляд, должна включать определение следующих элементов, приведенных на рисунке 1.

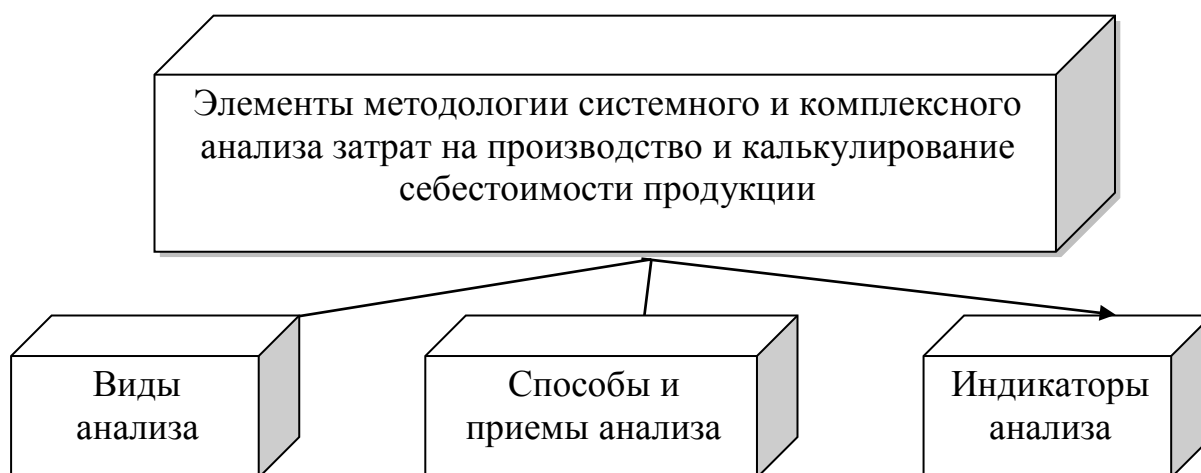


Рисунок 1 - Методология системного анализа затрат на производство и калькулирование продукции

Большое значение при реализации современной методологии анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции имеет разработка, определение и реализация новых принципиальных позиций, на которых должна базироваться методология анализа:

- взаимосвязь методологии управленческого и финансового учета, анализа и аудита затрат для разработки управленческих решений производственных предприятий в национальном масштабе и успешного претворения в жизнь национальной Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности;
- практическое применение анализа затрат на производство и калькули-

рование себестоимости продукции в аудиторской практике на заключительном этапе аудита для подтверждения непрерывности деятельности организации;

– осуществление анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции хозяйствующих субъектов в системе отраслевого, межотраслевого, регионального, межрегионального управления в масштабах национальной экономики для принятия эффективных и оптимальных управленческих решений на каждом уровне экономической инфраструктуры.

Для анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции в системе современного управленческого учета должна быть определена его структура. Структура представляет собой иерархическую конструкцию, в основе которой лежит последовательное системное проведение анализа затрат на микро и макро уровнях управления. Анализ затрат и себестоимости продукции может быть представлен с одной стороны как целостная система более высокого уровня управления, а с другой стороны как целостная структура, которая обладает собственным внутренним содержанием. Более того, между различными уровнями анализа существует взаимная связь, которая, в свою очередь, имеет сквозное аналитическое значение. Такое системное представление анализа позволяет нам предложить следующую методологическую конструкцию системного анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (рис. 2).

Данная системная модель позволит дать комплексную оценку состояния затрат и себестоимости продукции промышленных предприятий, перспектив их регулирования на уровне хозяйствующего субъекта и экономики страны, основанную на анализе информации управленческого учета и отчетности.

Результаты проведенного анализа на макроуровне иерархического управления свидетельствует о том, что в целях получения информации для управления затратами исследованию подвергаются бухгалтерские данные, сформированные в системе финансового учета. Такая информация необходима для решения глобальных проблем по регулированию производственных затрат, их состава, перераспределению материальных ресурсов на межрегиональном и региональном аспектах. В рамках макроанализа отсутствует информация по калькулированию себестоимости продукции, расчету и формированию цены единицы продукции.

Согласно методике анализа затрат на производство и калькулирование продукции их глубокое исследование осуществляется на микроуровне в рамках отдельного предприятия. Такой анализ основан на управленческом учете. Анализ затрат на производство и себестоимости продукции направлен на выявление эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов в процессе производства, снабжения и сбыта продукции. Их изучение позволяет полнее оценить показатель рентабельности, достигнутый на предприятии. При изучении производственных затрат выясняют, насколько точны принципы и методы распределения затрат на себестоимость отдельных видов продукции.

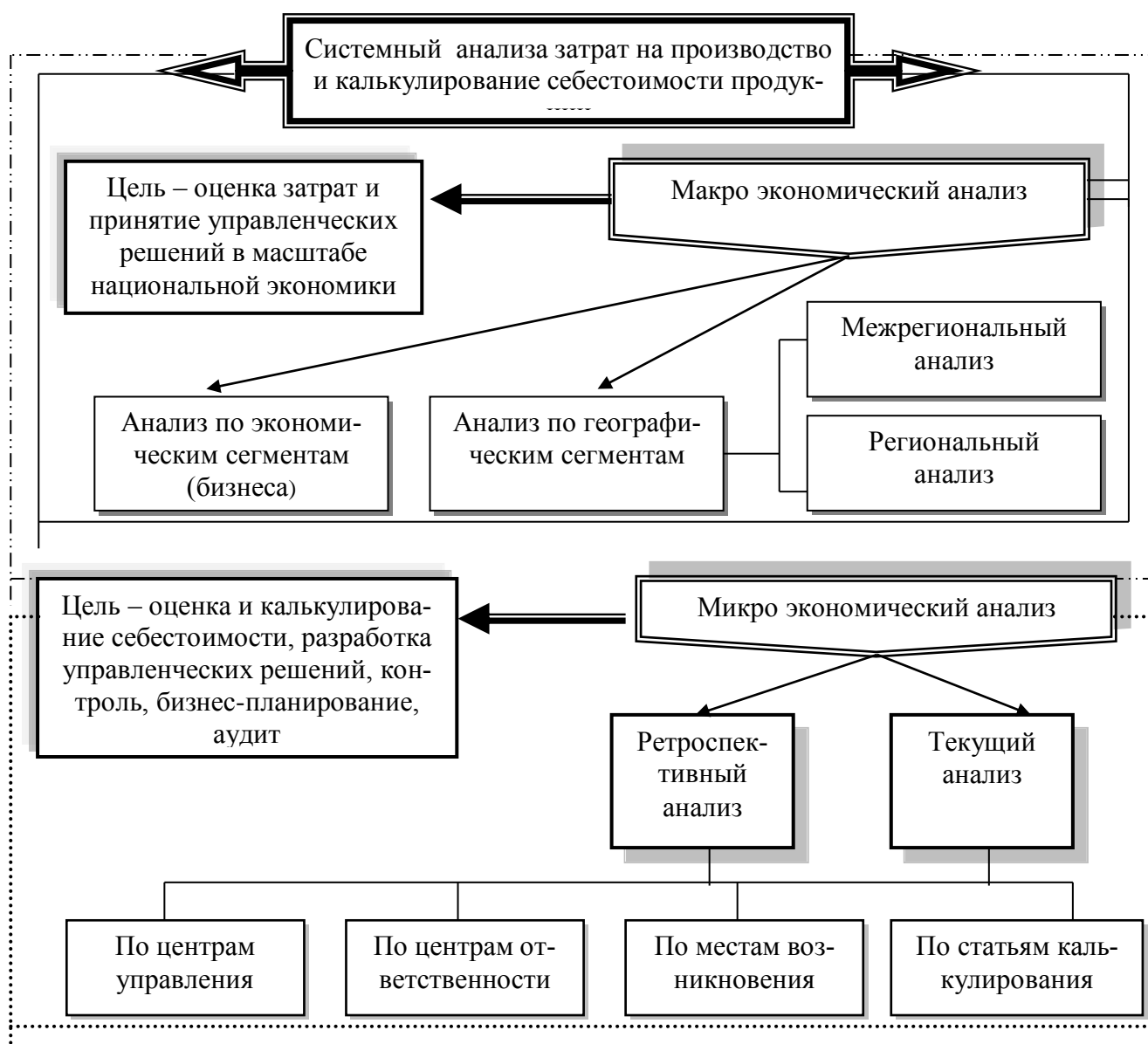


Рисунок 2 – Модель анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции для различных уровней управления

В целях принятия управленческих решений по управлению затратами организации проводится углубленный анализ по центрам управления, центрам ответственности, местам возникновения, калькуляционным статьям. Группировка затрат по статьям калькуляции определяет, куда, на какие цели и в каких размерах израсходованы ресурсы. Она необходима для исчисления себестоимости отдельных видов изделий в производстве, установления центров сосредоточения затрат и поиска резервов их сокращения. Анализ затрат по калькуляционным статьям, обобщенным по центрам управления, свидетельствует о различии состава статей, которые определяются спецификой выполняемых функций центров управления в производственном процессе. Наиболее значимыми статьями являются

материальные затраты и затраты на оплату труда.

Анализ затрат на производство и калькулирование продукции детализируется в зависимости от поставленной цели. Результаты анализа служат основой для принятия управленческих решений. Качество проведения аналитических работ в системе управленческого учета зависит от информации, сформированной в учете и отчетности, которая должна отвечать современному развитию бухгалтерского учета и требованиям международных стандартов бухгалтерской финансовой отчетности.

В настоящее время наиболее распространенными стандартами являются система международных норм в области бухгалтерского учета и составления отчетности - IAS (International Accounting Standards - международные стандарты финансовой отчетности - МСФО) и система GAAP (General Accepted Accounting Principles), используемая на биржах США и Канады. Основная цель МСФО - получение максимально достоверной информации о состоянии компании, которая необходима инвесторам для корректной оценки состояния бизнеса и составления достоверных прогнозов, а также использование полученной информации для управленческих целей. При рассмотрении вопроса о том, как должен быть организован управленческий учет, зачастую принимается решение строить его на основе принципов МСФО.

Использование Международных стандартов финансовой отчетности в качестве стандартов управленческого учета - наиболее оправданное решение для большинства компаний. Нет необходимости заново создавать принципы и правила учета многих хозяйственных операций, поскольку Международные стандарты финансовой отчетности и их интерпретации упрощают проблему регламентации и ведения учета.

В соответствии с МСФО основным критерием системы учета являются принципы, а не правила. Установить правила для всех случаев, возникающих в бизнес-практике, невозможно. Финансовая отчетность, составленная в соответствии с российскими ПБУ, до сих пор направлена на удовлетворение информационных потребностей налоговых и других регулирующих органов. В результате этого корпоративная финансовая информация классифицируется и предоставляется в соответствии с налоговым законодательством. Финансовая отчетность требуется или может быть полезной различным пользователям в процессе хозяйственной деятельности. Чтобы это обеспечить, отчетность должна быть пересмотрена и переписана, прежде чем она может быть понятной и полезной.

Российская практика не позволяет руководству (управленческому персоналу) использовать свои суждения при принятии решений. Основной характеристикой нормативной базы российского учета является то, что она строго обязательна к применению, а санкции за ее неприменение могут быть достаточно жесткими.

Несмотря на то, что принципы российских ПБУ похожи на принципы Международных стандартов финансовой отчетности, практическое их приме-

нение сводится к достоверному отражению экономических событий. В МСФО отсутствует стандарт по учету затрат, в них определено понятие расходов. Существует несколько международных стандартов, затрагивающих вопросы учета расходов: стандарт № 1 «Представление финансовой отчетности», стандарт № 2 «Запасы», стандарт № 8 «Учетная политика, изменения бухгалтерских оценок и ошибки», стандарт 23 «Затраты по займам», стандарт 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции», стандарт № 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы». Общее определение расходов отражено в «Принципах» МСФО.

Согласно МСФО 1 (параграфы 77-85) для целей выделения компонентов финансовых результатов расходы классифицируются: по характеру (метод характера затрат); по функциям (метод функции затрат или «себестоимость продаж»).

При использовании первого метода расходы объединяются в отчете о прибылях и убытках в соответствии с характером (амортизация, закупки материалов, транспортные расходы, заработная плата, затраты на рекламу). Этот метод применим для небольших компаний, где не требуется распределения операционных расходов в соответствии с функциональной классификацией.

При использовании второго метода расходы объединяются в отчете о прибылях и убытках в соответствии с их функциями как часть себестоимости продаж, распределения и административной деятельности.

В российских нормативных актах по бухгалтерскому учету деление расходов в зависимости от характера и функций отсутствует. Основным национальным стандартом по учету расходов является ПБУ 10/99 «Расходы организации». Однако в этом положении нет четкого разграничения понятий «расходы» и «затраты».

Согласно ПБУ 10/99 для целей управления в бухгалтерском учете организуется учет расходов по статьям затрат. Поэлементный состав затрат практически совпадает с МСФО, перечень статей затрат устанавливается организацией самостоятельно. Эта норма является новой для организации учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, так как в административной экономике, методические указания по себестоимости в которой действуют в настоящее время, перечень статей затрат устанавливается для отрасли централизованно. С нашей точки зрения, для целей организации управленческого учета в национальном стандарте целесообразно расшифровать перечень статей затрат.

Анализ положений МСФО 2 «Запасы» позволил нам определить особенности учета административных расходов (расходы на ведение бухгалтерского учета, работу с персоналом, проценты, уплаченные по кредитам и другие расходы, относящиеся к деятельности фирмы в целом). В соответствии с МСФО 2 «Запасы» в себестоимость запасов не включаются, а признаются в качестве расходов отчетного периода, административные накладные расходы, которые

не связаны с доведением запасов до их настоящего местоположения и состояния. Российские нормативные акты допускают вариантность в отношении способа списания затрат, собираемых на счете 26 «Общехозяйственные расходы».

Первый вариант – это традиционный для отечественного учета, так называемый калькуляционный вариант, при котором в течение отчетного периода по дебету счетов учета затрат на производство (20 «Основное производство», 23 «Вспомогательное производство», 25 «Общепроизводственные расходы», 36 «Общехозяйственные расходы и др.) с кредита счетов учета ресурсов собираются затраты отчетного периода с подразделением на прямые и косвенные. Расходы собранные на счетах 25 и 26, подлежат списанию в конце отчетного периода в дебет счетов 20 или 23 по принадлежности с одновременным их распределением между объектами калькулирования пропорциональной той или иной базе. Счета 25 и 26 закрываются и калькулируется полная фактическая производственная себестоимость готовой продукции. Однако, следует отметить, что такой вариант не соответствует требованиям МСФО.

Другой вариант, формально совпадающий с требованиями МСФО, предполагает подразделение всех затрат за отчетный период на производственные, обусловленные осуществлением производственного процесса, и периодические, более связанные с длительностью отчетного периода. В конце отчетного периода в расчет себестоимости отдельных видов продукции помимо прямых производственных затрат включаются и косвенные производственные затраты. Периодические затраты, собираемые на счете 26 «Общехозяйственные расходы» не включаются в объекты калькулирования, а списываются в конце отчетного периода непосредственно на уменьшение выручки от продажи продукции.

Если организация отражает общехозяйственные расходы в соответствии с первым вариантом, то в его отчетности, по сравнению с отчетностью, составленной в соответствии с требованиями МСФО, происходит завышение стоимости активов и соответственно, занижение расходов периода.

С нашей точки зрения, учитывая развитие концепции разделения расходов на производственные и периодические, общехозяйственные расходы, следует включать в состав прочих расходов и в конце отчетного периода осуществлять их списание непосредственно на счет 91 «Прочие доходы и расходы».

Результаты проведенного нами сравнительного анализа принципов и объектов бухгалтерского учета затрат на производство в системе МСФО и национальных стандартов свидетельствуют о наличии расхождений между российской системой бухгалтерского учета и МСФО, которые приводят к значительным различиям между финансовой отчетностью, составленной в России и за ее пределами. По причине этих различий многие российские хозяйствующие субъекты, развивающие деловые международные отношения, в настоящее время нуждаются в том, чтобы их финансовая отчетность была подготовлена с учетом требований МСФО. Устранение выявленных расхождений позволит

максимально приблизить показатели, характеризующие себестоимость продукции в российской системе бухгалтерского учета и отчетности, к международной.

Повышению качества отчетности, необходимой для управления затратами и калькулирования себестоимости продукции, способствует система аудита, в свою очередь отвечающая требованиям современных рыночных отношений и международным стандартам аудита.

В настоящее время проводится реорганизация всей национальной системы аудита. Федеральные правила (стандарты) аудита по уровню своих требований последовательно приближаются к Международным стандартам аудита. Сильное влияние на современный аудит в нашей стране оказывают успешно проводимые реформы бухгалтерского учета и уже существующие требования к ряду организаций составлять финансовую отчетность в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. В связи с успешно проводимой реформой бухгалтерского учета изменился спектр основных пользователей, которым предоставляется аудиторское заключение. Если ранее аудиторское заключение в основном предоставлялась собранию акционеров и налоговым органам, то сейчас отчетность также необходима для выхода на рынки капитала, в частности для открытых котировок акций компаний на биржах и для привлечения облигационного займа.

Отсутствие практического опыта работы многих аудиторских организаций по Международным стандартам аудита приводит к противоречиям во внутрифирменных стандартах. Нередко внутрифирменные стандарты не только противоречат международным стандартам, но даже утвержденным российским стандартам, что в принципе запрещено законодательно.

Содержание и результаты проведенного исследования понятийного аппарата затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции и концептуальных основ методологии управленческого учета, позволяют сделать вывод о том, что для понимания и управления затратами организаций в системе национальных бухгалтерских стандартов должно быть определено единое понятие затрат на производство, определены их состав и структура, порядок учета по центрам управления и ответственности, местам возникновения. Тем самым определяется проработанность и обоснованность положений существующих стандартов. Отсутствие в настоящее время стандарта по учету и аудиту затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции вызывает противоречия и несопоставимость учетных и контрольных процедур, которые влияют на достоверность бухгалтерской отчетности. В связи с этим, содержание действующих нормативных актов по регулированию производственных затрат требует доработки в соответствии с требованиями МСФО в части их признания, способов формирования и калькулирования себестоимости в системе управленческого учета.

Учитывая многогранность функций управленческого учета на современном этапе реформирования бухгалтерского учета, исследование затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции необходимо осуществлять на основе взаимосвязи управленческого, финансового и налогового учета.

Одним из основных инструментов организации управленческого учета затрат на производство является учетная политика, в которой определяется вся совокупность вопросов финансового, управленческого и налогового учета затрат и способов калькулирования себестоимости продукции. Экономически обоснованные методический и организационно-технический аспекты учетной политики способствуют повышению эффективности формирования себестоимости продукции, рациональному использованию ресурсов и способствуют получению положительных финансовых результатов деятельности организации.

Формирование информации для управления затратами промышленных предприятий в системе управленческого учета предусматривает использование современных методов и приемов экономического анализа. В основу анализа затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции должен быть положен системный подход, который позволяет дать оценку рациональному осуществлению затрат на различных иерархических уровнях управления, выявить негативные и отрицательные факторы, влияющие на развитие производства, разработать управленческие решения для повышения эффективности деятельности предприятий в различных сегментах бизнеса.

Список литературы:

1. Каверина, О.Д. Управленческий учет: системы, методы, процедуры [Текст]/О.Д.Каверина. -М.: Финансы и статистика, 2004. – 352 с.
2. Пьянова, Н.В. Методология развития инновационных подходов в механизме управления расходами торговых организаций [Текст]/ Н.В.Пьянова, Н.А. Лытнева//Вестник ОрелГИЭТ, Орел: Издательство ОрелГИЭТ. -2012. - №2 (20). –С. 117-125.
3. Сысоева, О.Н. Развитие инновационных методов в управлении результативностью хозяйственных систем [Текст]/О.Н. Сысоева, Н.А.Лытнева //Вестник ОрелГАУ, Орел: Издательство ОрелГАУ. – 2012.-№3(36). -С. 87-92.
4. Шеремет, А.Д. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. [Текст]/А.Д. Шеремет.-М : Институт профессиональных бухгалтеров России. Информационное агентство «ИПБ-БИНФА», 2003. -156с.

Лытнева Наталья Алексеевна

*д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: ukar-lytneva@yandex.ru*

Перельгина Татьяна Владимировна

*аспирантка Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: ttl83@mail.ru*

УДК 657.471:334.012.64

Е.А. Боброва, Н.А. Лытнева

**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ
В УСЛОВИЯХ КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ**

Содержание статьи раскрывает современные направления развития системы управления затратами в условиях сложившейся кризисной ситуации в малом бизнесе, реформировании учетных подсистем, позволяющих формировать оперативную детализированную информацию по затратам на всех участках хозяйственной деятельности в целях принятия управленческих решений.

Ключевые слова: затраты, малый бизнес, кризисная ситуация, информация, управленческий учет, процесс управления, производственный учет, оперативность.

В экономике малый бизнес играет значительную роль, выполняя такие социально-экономические функции, как обеспечение занятости, формирование конкурентной среды, смягчение социального неравенства. В России количественный рост субъектов малого предпринимательства не отражает их потенциала в формировании валового внутреннего продукта.

Реформированием экономики России в настоящее время взят курс на развитие и поддержку малого и среднего бизнеса. Инновационное предпринимательство, которому в настоящее время уделяется серьезное внимание со стороны Правительства РФ, требует подъема уровня производства и развития хозяйственной деятельности малых и средних предприятий в различных отраслях экономики, что позволит преодолеть возникшие кризисные ситуации в секторе малого предпринимательства.

Государственная политика в области развития малого и среднего бизнеса направлена на решение широкого перечня задач, начиная с обеспечения благоприятных условий для ведения деятельности и заканчивая содействием в продвижении товаров (работ, услуг), увеличением доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) и доли уплачиваемых налогов. Развитию малого предпринимательства объективно способствует совершенствование системы кредитования, создание благоприятных финансово-экономических условий для устойчивого развития хозяйствующих субъектов малого бизнеса.

Статьей 7 Закона N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 в целях реализации государственной политики нормативно-правовыми актами РФ предусматриваются следующие меры:

1) специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;

2) упрощенная система ведения бухгалтерской отчетности для малых предприятий, осуществляющих отдельные виды деятельности;

3) упрощенный порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчетности;

4) льготный порядок расчетов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;

5) особенности участия субъектов малого предпринимательства в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;

6) меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора);

7) меры по обеспечению финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

8) меры по развитию инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

9) иные направленные на обеспечение реализации целей и принципов Федерального закона N 209-ФЗ меры.

В целях развития малого предпринимательства в России в Законе N 209-ФЗ предусмотрены налоговые льготы в виде специальных налоговых режимов, упрощенные правила ведения налогового и бухгалтерского учета и составления бухгалтерской, статистической и налоговой отчетности, финансовая и имущественная, информационная поддержка.

Финансовая поддержка оказывается за счет средств бюджетов разных уровней в виде субсидий, бюджетных инвестиций, государственных и муниципальных гарантий по обязательствам субъектов малого и среднего бизнеса. Она не предоставляется тем, кто производит и реализует подакцизные товары, а также добывает и реализует полезные ископаемые (за исключением общераспространенных полезных ископаемых).

Имущественная поддержка предусматривает передачу во владение и (или) пользование государственного либо муниципального имущества, в том числе земельных участков, зданий, строений, сооружений, нежилых помещений, оборудования, машин, механизмов, установок, транспортных средств, инвентаря, инструментов. Передача может происходить на возмездной, безвозмездной основе или на льготных условиях.

Информационная поддержка заключается в создании информационных систем и телекоммуникационных сетей для обеспечения экономической, правовой, статистической и другой информацией субъектов малого и среднего бизнеса. Такая информация, например, может быть размещена на официальных сайтах органов исполнительной власти.

Консультационная поддержка бывает двух видов. Во-первых, это созда-

ние организаций, оказывающих консультационные услуги. Такие организации образуют инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства и включаются в программы по поддержке и развитию. Во-вторых, это компенсации произведенных и документально подтвержденных затрат на оплату консультационных услуг.

Налоговая поддержка заключается в применении специальных налоговых режимов для субъектов малого предпринимательства.

Вместе с тем, развитие поддержки малого и среднего предпринимательства на местах в ряде случаев сталкивается с серьезными проблемами - это не только отсутствие необходимых ресурсов и стимулов у органов управления регионального и местного уровня, но и противоречия федеральной нормативной базы по развитию малого и среднего предпринимательства.

Работа малых предприятий в условиях рыночной экономики требует эффективного ведения хозяйства. Собственники все больше связывают понятие успеха с внутренней экономикой своих предприятий и предпринимают активные действия с тем, чтобы обеспечить наибольшую эффективность финансово-хозяйственной деятельности. В связи с этим в сфере предпринимательства все большее внимание уделяется вопросам, связанным с наблюдением и предупреждением на предприятиях опасных ситуаций собственного развития. Залогом успеха деятельности компании становится не укрепление на ранее завоеванных позициях, не удержание имеющегося конкурентного преимущества, а постоянное движение вперед. Стратегическое управление определяется в современной теории менеджмента как процесс управления развитием компании и сохранением соответствия стратегии и организации деятельности компании изменениям внешних и внутренних условий. Другими словами, речь идет о развитии менеджмента как особого подхода к управлению предприятием.

Изменения теории и практики общего менеджмента, происходящие в современных условиях, требуют перестройки всех управленческих подсистем, в том числе подсистемы управления затратами. В условиях кризисной ситуации в малом бизнесе система управления затратами позволяет оптимизировать затраты вслед за внешними и внутренними изменениями, при этом от скорости принятия решений по снижению затрат может зависеть выживаемость организации в целом.

Кризисная ситуация - это состояние компании, когда она не может работать достаточно эффективно, приносить ожидаемую прибыль собственникам и соответствовать ожиданиям сотрудников. Кризисные ситуации, для преодоления которых не было принято соответствующих профилактических мер, в конечном счете могут привести к банкротству компании. Управление затратами является обязательным элементом финансового менеджмента, поскольку отражает философию бизнеса независимо от сферы его функционирования: получение наибольшей прибыли при наименьших затратах. Ориентация на максимальную эффективность, разумеется, не раскрывает специфику бизнеса, поскольку при всей очевидности такого рода целевой установки биз-

нес может являться конкурентоспособным лишь при его соответствии требованиям и условиям рынка. Последний, по мере развития, предъявляет достаточно жесткие требования к качеству производимых продуктов и услуг. Первоначальный этап развития российского бизнеса можно назвать этапом формирования рынка качественных услуг, хотя прибыль, получаемая организациями, была весьма значительной. Сегодня ситуация существенно изменилась - значительное число руководителей и собственников организаций пришли к пониманию, что управление активами и пассивами не означает в буквальном смысле ориентации на повышение прибыли. Практический опыт выживания российского бизнеса в целом и каждой организации в отдельности закономерно привел к пониманию, что успешное управление активами и пассивами состоит в неизбежной взаимосвязи доходности, затрат и риска. Само по себе получение прибыли перестало служить единственным критерием успешности ведения бизнеса вообще.

Особенностью современного этапа развития бизнеса является необходимость решения ряда задач, связанных с обеспечением финансовой устойчивости организаций, увеличением собственного капитала и переоценкой активов в целях приведения их в соответствие с требованиями МСФО. Это, естественно, отразилось и на отношении менеджеров к управлению затратами.

На современных предприятиях возникает потребность в четком планировании, рассмотрении и контроле над затратами в двух направлениях:

- 1) в качестве базы для принятия управленческих решений;
- 2) в качестве одной из составляющих системы управления (управление затратами).

К основным задачам создания системы управления затратами на предприятии можно отнести:

- 1) своевременное, полное и достоверное отражение фактических затрат, связанных не только с производством, но и обязательно со сбытом продукции, выполнением работ и оказанием услуг для получения необходимого объема информации в целях принятия правильных управленческих решений и планирования развития;

- 2) контроль эффективности использования предоставленных ресурсов, а также контроль за соблюдением смет расходов на обслуживание и управление предприятием, то есть контроль и регулирование производственной деятельности центров ответственности;

- 3) выявление ресурсов по снижению себестоимости продукции и накладных расходов за счет соизмерения себестоимости произведенной продукции и определенного размера полученной прибыли.

Успешное выполнение этих трех перечисленных задач управления затратами может гарантировать эффективность управления производством и процессом сбыта, направленными на достижение поставленных целей перед предприятием.

Правильная постановка процесса управления затратами позволяет обес-

печить следующие концептуальные направления, необходимые для принятия адекватных и своевременных решений:

- контроль издержек производства и коммерческих расходов, направленный на их снижение и рост прибыли;
- оперативность в получении информации административно-техническим персоналом предприятия об отклонениях от нормального хода процесса производства и реализации в целях их быстреего устранения;
- определение и анализ фактических затрат и, как следствие, себестоимости и рентабельности продукции;
- оценку эффективности мер по развитию и совершенствованию производства и результатов деятельности структурных подразделений и предприятия в целом.

Управление невозможно без информации о состоянии управляемой системы, управляющих действиях и о внешней среде. Поэтому все этапы процесса управления, а также и указанные аспекты управления затратами связаны с переработкой информации, которую менеджеры предприятий могут получать непосредственно от объекта управления либо в переработанном виде от специальных информационных служб.

Следовательно, сбор данных для принятия вышеперечисленных решений должен быть подкреплён следующими видами систематически производимых работ:

- определение состава затрат, включаемых, например, в себестоимость продукции, или затрат на какое-либо структурное подразделение с целью определения эффективности данных вложений;
- обеспечение методологической согласованности планирования, прогнозирования и оценки эффективности затрат в отношении их состава, группировок и методов определения;
- управление затратами с учетом подразделения их величин на две категории: в пределах оперативных (текущих) норм и сверхнормативных затрат;
- постановка документооборота, помогающего четкой фиксации необходимых данных, а также текущему анализу представленной информации.

Системы сбора информации о затратах на предприятиях в целях управления имеют некоторые существенные недостатки. К ним можно отнести:

- запаздывание поступления и представления информации, что ведет к задержке принятия решений и влияет на оперативность управленческих воздействий;
- дублирование информационных потоков о состоянии затрат, приводящее к искусственному завышению некоторых показателей;
- отсутствие оперативной информации об отклонениях в процессе производства и реализации, что не позволяет управляющим лицам оперативно выправлять положение;
- вынужденный отказ от некоторой части информации, связанный с трудностью ее переработки и проверки ее достоверности.

В современных условиях хозяйствования создание системы формирования информации о затратах организации, применение новых подходов к управлению ими, повышение ценности получаемой информации для анализа являются необходимыми условиями успешного функционирования организации. Одним из основных источников формирования информации о затратах является система управленческого учета, он заключается в сборе и группировке затрат, а затем их распределении по объектам учета (единицы продукции, подразделения, центры затрат и т.п.), для которых требуется отдельный учет или оценка. Системы учета затрат часто базируются на аналогичных МСФО принципах и наборе транзакций, в то время как задачи управленческих отчетов имеют свое отличие.

По нашему мнению, применительно к современным условиям отечественной методологии бухгалтерского учета и практики учетной работы под управленческим учетом затрат (производственным учетом) следует понимать способ обобщения, сбора и обработки информации, необходимой для осуществления процесса управления производственным процессом и контроля формирования и списания затрат предприятия.

Таким образом, исходя из результатов обобщения различных мнений и определений понятия производственного учета, на современном этапе к нему предъявляются иные требования: он призван следить за текущими издержками, анализировать причины перерасхода по сравнению с предыдущими периодами, сметами или прогнозами, а также выявлять возможные резервы экономии. Он должен детально отражать все расходы, связанные с обычными видами деятельности организации. Взаимосвязь различных функций управленческого учета позволяет рассчитать себестоимость единицы продукции и приходящуюся на нее прибыль, а также уровень рентабельности. Однако информация учета необходима, но не достаточна для принятия управленческих решений во всем их многообразии. Поэтому управленческий учет должен включать контроль, прогнозирование, планирование и бюджетирование затрат.

Контроль и регулирование формирования издержек производства — процесс изучения результатов производственной деятельности с целью оценки решений по формированию затрат и текущему регулированию уровня себестоимости продукции для достижения целей, поставленных перед предприятием.

При прогнозировании издержек производства оцениваются тенденции формирования их под влиянием различных факторов с целью выявления путей развития предприятия и повышения эффективности его предпринимательской деятельности. Планирование издержек производства заключается в осуществлении экономически обоснованного расчета в бизнес-плане величины издержек производства на более короткий промежуток времени с учетом организационного и технического уровня производства, программы производства новых изделий и снятия с выпуска устаревших; оценки экономической эффективности внедрения новой программы продаж, мероприятий по рационализации и изобретательству.

В ходе анализа издержек производства изучают процесс формирования фактических издержек производства, сопоставляют их с плановыми и нормативными расходами с целью определения факторов, вызвавших отклонения от нормального хода производственного процесса и повлиявших на величину себестоимости, а также выявляют резервы ее снижения.

Исследование показало, что сложившаяся практика производственного учета на российских предприятиях в условиях интегрированной системы бухгалтерской информации позволяет осуществлять процесс принятия управленческих решений по формированию затрат производства и регулированию себестоимости продукции. Поэтому нельзя согласиться с Ч. Т. Хорнгреном и Дж. Фостером в том, что главная цель производственного учета — калькулирование себестоимости продукции и услуг [3], так как наряду с традиционными методами производственного учета в управленческом учете затрат производства информация о расходах должна группироваться по экономическим и географическим сегментам, структурным подразделениям предприятия, центрам затрат и ответственности, сметам управленческих расходов, что отмечают В. Ф. Палий и В. В. Палий [2]. Кроме того, эта информация используется менеджерами, например для установления продажных цен, оценки непроданных запасов продукции, исчисления прибыли. Такого рода информация поступает к внутренним пользователям и является конфиденциальной; значит, управленческий учет издержек производства шире производственного учета.

Стремление работать с максимальной экономической отдачей заставляет сегодня многие организации реформировать как свою внутреннюю организационную структуру, так и методы управления бизнесом, важным компонентом которых является управленческий учет.

Система управленческого учета в каждой отдельной организации уникальна, так как она «привязана» к ее специфическим особенностям. В то же время существуют общие для всех рыночных субъектов вопросы методологии организации управленческого учета.

Одной из целей отечественного управленческого учета было составление точных калькуляций, причем точность определялась полнотой включения в калькуляцию всех затрат отчетного периода. С развитием рыночных отношений постепенно расширяется самостоятельность организаций. В этих условиях задача калькулирования — не только определить точную фактическую себестоимость изделия, но и позволить рассчитать такую себестоимость, которая могла бы дать определенную прибыль.

В современных условиях традиционные подходы к учету затрат и калькулированию себестоимости продукции должны постепенно вытесняться более совершенными стратегиями производственного учета на предприятии. Так, преследуя цель получения максимально возможной прибыли, руководство предприятия должно ориентироваться не столько на внешние факторы производства, определяемые условиями рыночной среды, сколько на изыскание внутренних резервов снижения уровня затрат на производство продукции.

Важной функцией управленческого учета затрат на современном этапе является формирование информации для анализа производственной деятельности предприятия в целом и отдельных его подразделений. Конкретные методические приемы анализа определяются содержанием и структурой управленческой информации, системой показателей, используемых для оценки фактического состояния объектов управленческого учета.

Для всестороннего и полного понимания сущности управленческого учета нельзя обойти вниманием вопрос о взаимодействии и соотношении финансового, управленческого и производственных учетов.

Существуют различные точки зрения авторов по данному вопросу: некоторые противоречат, а некоторые дополняют друг друга. Так, по мнению Вахрушиной М.И. [1], с течением времени процесс управления предприятием перетерпел существенные изменения как в отношении постановки задач, так и с точки зрения методов их решения. Производственный учет в современных условиях не является самоцелью. Как уже отмечалось, его информация необходима менеджерам для принятия оперативных управленческих решений. Производственный учет является «базой» управленческого учета. Управленческий учет пересекается с финансовым в части издержек, различие состоит лишь в методах затрат: в первом случае речь идет об аналитическом учете, во втором - о синтетическом. Как показывает практика, информация финансового и управленческого учета может использоваться в налоговых расчетах.

Однако формирование информации в нескольких учетных системах вызывает ряд проблем: взаимосвязь информационных потоков, создание оптимальных пакетов показателей в интегрированной системе, разработка переходных таблиц и др. Поэтому при проведении работ по интеграции учетных систем, разработке учетных политик нужно помнить, что учетная система является наиболее полной и достоверной информационной системой практически в каждой организации. В ней должны накапливаться данные для:

- формирования стратегических и долгосрочных планов информация для решения вопросов инвестирования в материальные и нематериальные активы, освоения производства новой продукции, новых рынков сбыта, др.);
- решения вопросов по возмещению ресурсов, ценообразованию (данные о рентабельности продукции, работ и услуг, брендов, поставщиков и т.д.);
- бюджетирования и контроля затрат и активов;
- мотивации (данные, полученные в результате сравнения фактических и бюджетных показателей, др.);
- составления бухгалтерской и налоговой отчетности.

Характеризируя сущность управленческого учета, следует отметить его важнейшую особенность: бухгалтерский управленческий учет связывает процесс управления с учетным процессом.

Предметом управления является процесс воздействия на объект или процесс управления в целях организации и координирования деятельности людей для достижения максимальной эффективности производства. Управ-

ление воздействует на свой предмет с помощью планирования, организации, координирования, стимулирования и контроля. Именно эти функции выполняет управленческий учет, образуя систему, которая отвечает целям и задачам управления.

В настоящее время нет четких определений предмета бухгалтерского управленческого учета. Изменяются система и методы управления деятельностью предприятия, соответственно, меняются процедуры и содержание управленческого учета. Особенно это касается моделирования учета затрат и доходов на предприятиях с разной организационной структурой, влиянием изменяющихся внешних факторов. Отсюда изменяется перечень объектов и субъектов управления.

Предметом бухгалтерского управленческого учета в общем виде выступает совокупность объектов в процессе всего цикла управления производством. Содержание предмета раскрывают его многочисленные объекты, которые можно объединить в две группы:

- производственные ресурсы, обеспечивающие целесообразный труд людей в процессе хозяйственной деятельности предприятия;
- хозяйственные процессы и их результаты, составляющие в совокупности производственную деятельность предприятия.

В состав производственных ресурсов входят:

- основные средства - это средства труда (машины, оборудование и т.п.), их состояние и использование;
- нематериальные активы - объекты долгосрочного вложения, их состояние и использование;
- материальные ресурсы - предметы труда, предназначенные для обработки в процессе производства при помощи средств труда.

Ко второй группе объектов бухгалтерского управленческого учета относят следующие виды деятельности:

- снабженческо-заготовительную - приобретение, хранение, обеспечение производства сырьевыми ресурсами, вспомогательными материалами и производственным оборудованием с запасными частями, предназначенными для его содержания и ремонта, а также маркетинговую деятельность, связанную со снабженческими процессами;
- производственную - т.е. процессы, обусловленные технологией производства продукции и состоящие из основных и вспомогательных операций, операции по совершенствованию выпускаемых продуктов и разработке новых;
- финансово-сбытовую - маркетинговые исследования и операции по формированию рынка сбыта продукции;
- организационную - создание организационной структуры предприятия, вычленение из системы предприятия функциональных отделов, служб, цехов, участков; организация информационной системы предприятий с прямой и обратной связью, отвечающей требованиям внутренних коммуникационных связей между структурными подразделениями, разными уровнями управления,

соответствующей функциям планирования, контроля, оценки выполнения плана, стимулирования; операции координирования действий внутренних пользователей, направленных на выполнение основной цели предприятия;

- контроллинг - представляет собой систему управления процессом реализации конечной цели предприятия. Это понятие очень широкое. В литературе даются различные определения сущности контроллинга.

Контроллинг выступает как регулятор предпринимательской деятельности предприятия, потому выполняет специфические функции:

- информационную - формируется информация, обеспечивающая методологию принятия решений и их координацию;

- управляющую - используются нормативные, плановые и фактические данные, отклонения, выявленные по предприятию и его структурным подразделениям в целях координации методов, способов и задач достижения конечной цели предприятия;

- контрольную - ориентируется на контроль экономичности работы предприятия и его подразделений.

Функции контроллинга позволяют сформулировать его отличия от управленческого учета и ревизии .

Для раскрытия сущности бухгалтерского управленческого учета нельзя обойти вопрос о характере существующих взаимоотношений между управленческим и производственным учетами.

Многообразие организаций, определяемое формами собственности, экономическими, юридическими и другими факторами, а также компетентность руководителей и их потребность в той или иной управленческой информации обуславливают разнообразие конкретных форм организации) управленческого учета.

В практике западной модели учета применяются два варианта взаимосвязи между управленческой (иногда ее называют производственной, или аналитической) и финансовой бухгалтерией. Эта связь осуществляется при помощи контрольных счетов, какими являются счета расходов и доходов финансовой бухгалтерии. Наличие прямой корреспонденции счетов управленческой бухгалтерии с контрольными счетами свидетельствует об интегрированной (монистической, однокруговой) подсистеме учета, т.е. речь идет о первом варианте связи. Если подсистема управленческого учета автономная (замкнутая), то используются парные контрольные счета одного и того же наименования, известные как отраженные, зеркальные счета, или счета-экраны. Это второй вариант.

Важнейшей характеристикой западных систем управленческого учета является оперативность учета затрат. С этой точки зрения учет затрат подразделяется на учет фактических (прошлых) затрат и учет затрат по системе «стандарт-кост». Система «стандарт-кост» включает в себя разработку норм стандартов на затраты труда, материалов, накладных расходов, составление стандартной (нормативной калькуляции и учет фактических затрат с выделением отклонений от стандартов (норм).

Подсистемы управленческого учета, применяемые на западных промышленных предприятиях, характеризуются многими признаками, которые можно положить в основу их классификации. Один из признаков - полнота включения затрат в себестоимость производства. Тут можно говорить о двух подсистемах (методах) управленческого учета: подсистеме полного включения затрат в себестоимость продукции (работ, услуг), т.е. о традиционном учете полной себестоимости, и подсистеме неполного, ограниченного включения затрат в себестоимость по какому-либо признаку, например, по признаку зависимости расходов от объема производства, т.е. «директ-костинг». Поскольку такой признак организации управленческой бухгалтерии, как учет полных затрат, или «директ-костинг», существен и влияет на организацию практически всех элементов подсистемы управленческого учета.

Западные системы управленческого учета в силу их многообразия трудно сравнивать с отечественным учетом. Сделаем это в русле наиболее существенных признаков. Западная система учета, как уже было отмечено, разделена обычно на тесно взаимосвязанные финансовую (внешнюю) и управленческую (внутреннюю) подсистемы. До сих пор в отечественном бухгалтерском учете не было такого разделения, но теперь стала очевидной его необходимость. Отечественный учет - это интегрированная система, организованная в единой системе счетов. В определенном смысле можно утверждать об аналогии между отечественной системой учета и вариантом интеграции финансовой и производственной бухгалтерии на Западе. Основным организационным вопросом в управленческом учете является необходимость детализации Плана счетов.

Список литературы:

1. Вахрушина, М.А. Что такое управленческий учет [Текст]/М.А. Вахрушина//Современный бухучет. — 2004. —№ 9. —С. 24-32.
2. Лтынева, Н.А.Признание расходов при упрощенной системе налогообложения [Текст]/Н.А. Лтынева, Е.А. Кыштымова. //Бухгалтерский учет.– 2011/ -№ 3.- С. 102-105.
3. Палий, В.Ф., Управленческий учет – новое прочтение внутрихозяйственного расчета [Текст]/ В.Ф. Палий, В.В. Палий//Бухгалтерский учет.-2000. – № 17. – С. 47-53.
4. Хоргрен, Ч.Т.Бухгалтерский учет: управленческий аспект [Текст]/ Ч.Т.Хоргрен., Дж.Фостер. -М.: Финансы и статистика, 1995. —410 с.

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

Лытнева Наталья Алексеевна
д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: ukap-lytneva@yandex.ru

УДК 339.732:336.76

И.И. Лазарева, А.Н. Астахов

**РОЛЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ НА РЫНКЕ ЦЕННЫХ БУМАГ
НА ПРИМЕРЕ СБЕРБАНКА РОССИИ**

Значение деятельности банков на рынке ценных бумаг велико как для деятельности каждого отдельного банка, так и для экономики в целом. Так, банки, осуществляя операции на рынке ценных бумаг, упрочняют свою позицию на рынке банковских услуг, расширяют свою доходную и клиентскую базу, повышают свою мобильность. Все это способствует формированию динамичной банковской системы, деятельность которой отличается многопрофильностью и вовлеченностью в деятельность реального сектора экономики.

Ключевые слова: коммерческие банки, рынок ценных бумаг, состав активов, доходность, эффективность.

Каждый коммерческий банк в рамках законодательства формирует отчетность и проводит оценку результатов своей деятельности, в том числе и деятельности на фондовом рынке.

Главной целью анализа операций банка с ценными бумагами выявление наиболее перспективных вложений банка в ценные бумаги и улучшению качества инвестиций с целью увеличения доходов и снижения расходов по данным операциям и в целом для повышения эффективности и прибыльности деятельности банка.

Основными задачами анализа операций с ценными бумагами банка являются анализ их структуры и динамики, значимости этих операций в деятельности банка, качества портфеля ценных бумаг, доходности и эффективности.

Рассмотрим подробнее деятельность коммерческих банков на рынке ценных бумаг на примере Сбербанка России.

Анализ деятельности Сбербанка на рынке ценных бумаг проведен в следующих направлениях: ценные бумаги в составе активов, их доходность и эффективность.

Наибольший удельный вес занимают инвестиционные ценные бумаги, имеющиеся в наличии для продажи – 14,03% (темп роста 143,14%). Наибольший темп роста имеют ценные бумаги, заложенные по договорам репо – 3019,38%.

Относительно пассива Сбербанка произошли снижение выпущенных долговых ценных бумаг до 119 426 млн. руб. (темп роста 95,85%); увеличение Фонда переоценки инвестиционных ценных бумаг, имеющихся в наличии для продажи до 24431 млн. руб. (темп роста 4085,45%).

Относительно портфеля ценных бумаг следует отметить его увеличение на 71,4% по сравнению с 2009 г. Следует отметить, что торговые ценные бумаги отражаются по справедливой стоимости, что уже включает возможное обесценение, обусловленное кредитным риском, поэтому отдельно не анализируются и не отслеживаются признаки их обесценения, но имеет место анализ долго-

вых ценных бумаг, изменение справедливой стоимости которых отражается через счета прибылей и убытков, по кредитному качеству по состоянию на 31 декабря 2010 г. и на 31 декабря 2009 г. Значения рейтингов определяются исходя из рейтинговой шкалы международных рейтинговых агентств.

Облигации федерального займа (ОФЗ) являются государственными ценными бумагами, выпущенными Министерством финансов Российской Федерации, с номиналом в российских рублях. Срок погашения ОФЗ в портфеле Группы – с января 2011 г. по февраль 2036 г. (2009 г.: с января 2010 г. по февраль 2036 г.); ставка купона по ОФЗ составляет 3% - 12% годовых (2009 г.: 0% - 13% годовых) и доходность к погашению – от 2% до 9% годовых (2009 г.: от 5% до 14% годовых), в зависимости от выпуска /33/. В исследуемом периоде ОФЗ имеют один высоких темпов роста 101,73%.

Муниципальные и субфедеральные облигации представлены процентными ценными бумагами с номиналом в российских рублях и Евро, выпущенными муниципальными органами власти и субъектами Российской Федерации. Срок погашения этих облигаций – с апреля 2011 г. по июнь 2022 г. (2009 г.: с марта 2010 г. по июнь 2017 г.); ставка купона по ним составляет 5% - 18% годовых (2009 г.: 6% - 19% годовых) и доходность к погашению от 5% до 9% годовых (2009 г.: от 7% до 39% годовых), в зависимости от выпуска.

Еврооблигации Российской Федерации представляют собой процентные ценные бумаги с номиналом в долларах США, выпущенные Министерством финансов Российской Федерации и свободно обращающиеся на международном рынке. Срок погашения Еврооблигаций – с июля 2018 г. по март 2030 г. (2009 г.: с июля 2018 г. по март 2030 г.); ставка купона по Еврооблигациям составляет 5% - 13% годовых (2009 г.: 8% - 13% годовых) и доходность к погашению – от 5% до 6% годовых (2009 г.: от 5% до 6% годовых), в зависимости от выпуска.

Облигации правительств иностранных государств представлены процентными ценными бумагами с номиналом в российских рублях и иностранной валюте, выпущенными правительствами иностранных государств и свободно обращающимися на международном рынке. Срок погашения данных бумаг – с декабря 2012 г. по март 2021 г. Ставка купона по ним составляет 6% - 9% годовых и доходность к погашению – от 4% до 19% годовых, в зависимости от выпуска.

Облигации внутреннего государственного валютного займа (ОВГВЗ) являются процентными ценными бумагами с номиналом в долларах США, выпущенными Министерством финансов Российской Федерации. Срок погашения данных облигаций – в мае 2011 г. (2009 г.: в мае 2011 г.). Ставка купона по ним составляет 3% годовых (2009 г.: 3% годовых), доходность к погашению – 2% годовых (2009 г.: 3% годовых). Темп роста данного вида ценных бумаг составил 106,67%.

Немаловажным фактором является соотношение доходов и расходов. Значительное увеличение процентных доходов по ценным бумагам объясняется ростом вложений Сбербанка в облигации Банка России, ОФЗ и корпоративные

облигации. Чистые доходы от торговых операций и переоценки ценных бумаг за 2010 г. снизились на 32,8%, по сравнению с предыдущим годом. Нереализованные доходы от переоценки инвестиционных ценных бумаг, имеющих в наличии для продажи, являющиеся компонентом прочих совокупных доходов, за 2010 г. составили 31,3 млрд. руб. против 40,7 млрд. руб. за 2009 г.

Таким образом, в исследуемом периоде произошло увеличение портфеля ценных бумаг. Наиболее высокие темпы роста имеют ОФЗ. Прослеживается увеличение процентного дохода по ценным бумагам при снижении процентных расходов.

В процессе деятельности на рынке ценных бумаг, в частности в процессе формирования портфеля ценных бумаг коммерческим банкам необходимо учитывать соотношение таких основных характеристик ценной бумаги, как доходность и уровень риска. Доходность ценных бумаг зависит от двух факторов: ожидаемой нормы доходности; норм и правил налогообложения доходов от операций с ценными бумагами.

Инвестор в условиях свободы экономического выбора покупает только такие активы, которые обеспечивают ему наивысшее из альтернатив наращивание капитала (доходность) при устраивающем его уровне риска. Доходность и риски на рынке ценных бумаг тесно взаимосвязаны: степень риска обычно прямо пропорциональна ожидаемой доходности инвестиций. Отношение величины дохода к инвестированным средствам называется доходностью, или нормой дохода, и характеризует рентабельность капитала, вложенного в активы. Оценка эффективности инвестиций – это сопоставление разновременных величин затрат и результатов, не маловажную роль здесь играет процедура приведения этих величин к одному моменту времени – дисконтирование, то есть соотнесение стоимости вложенных средств сегодня к их будущей стоимости. В соответствии с этим будущие доходы инвестора, например от приобретения ценной бумаги, пересчитываются к текущему моменту путем умножения на дисконтирующий множитель q ($q < 1$).

Операции с ценными бумагами относят к инвестиционным операциям, сопряженных с рисками. Причем, здесь имеет место проявление всего комплекса финансовых рисков. При управлении рисками необходимо учитывать: систематический, селективный, временной, риск ликвидности, кредитный, инфляционный, процентный, валютный, законодательный и другие виды рисков.

Системный риск не связан с конкретной ценной бумагой, а является результатом общего состояния рынка ценных бумаг в целом.

Селективный риск касается качества ценных бумаг и зависит от того, насколько правильной была политика выбора конкретной ценной бумаги для инвестирования при формировании портфеля ценных бумаг.

Ценным бумагам присущи следующие виды рисков:

- риск неплатежа (невыполнение условий обязательств);
- риск ликвидности (способность обратить ценную бумагу в наличные деньги в короткое время без потерь);

– риск периода погашения. Обычно чем больше срок погашения, тем больше риск колебаний рыночной - стоимости ценной бумаги (инвесторам необходима премия за риск).

Для предотвращения риска ценных бумаг необходима систематическая работа банка по его регулированию. В этих целях необходимо:

- систематически проводить анализ доходности по различным видам ценных бумаг;
- оценивать степень возникающего риска;
- осуществлять своевременный мониторинг портфеля ценных бумаг.

Как и любой коммерческий банк, Сбербанк разрабатывает для себя не только общую Стратегию развития, но и Политику по управлению рисками.

В частности Сбербанк выделяет следующие этапы процесса управления рисками:

- Идентификация всех основных рисков, возникающих в деятельности Банка.
- Анализ идентифицированных рисков и их оценка, расчет совокупных рисков.
- Принятие решения о проведении или не проведении операций, подверженных риску, ограничение идентифицированных рисков, формирование резервов на возможные потери.

Контроль соблюдения установленных процедур управления рисками и ограничений уровня принимаемых рисков.

Постоянный мониторинг и оптимизация установленных ограничений с учетом оценки результатов деятельности Банка, связанных с принятием определенного вида риска.

Сбербанк определяет следующие существенные виды рисков: кредитный риск, рыночный риск, риск ликвидности, операционный риск. Перечень существенных видов риска может быть расширен.

Конкретные процедуры и механизм управления существенными видами рисков отражаются в следующих нормативных документах Банка:

- Политика Сбербанка России по управлению кредитными рисками;
- Политика Сбербанка России по управлению рыночными рисками;
- Политика Сбербанка России в сфере управления и контроля за состоянием;
- Политика Сбербанка России по управлению операционными рисками;
- Методика Сбербанка России по расчету совокупных рисков и по стресс-тестированию.

Успешная реализация коммерческих задач банка невозможна без серьезной модернизации системы управления рисками. Согласно Стратегии развития Сбербанка до 2014 г. наиболее существенные изменения планируются в области управления кредитными рисками юридических и физических лиц. При этом развитие систем управления процентными рисками и риском ликвидности, операционными и рыночными рисками также является важной задачей.

Изменения в системе управления процентным риском и риском ликвидности должны происходить в комплексе с общим развитием систем управления активами и пассивами Банка. Основными направлениями развития в этой области является выстраивание консолидированной на уровне Банка в целом системы управления пассивами и активами, в основе которой лежат экономически обоснованное трансфертное ценообразование, учет и распределение экономического капитала и активное моделирование и управление соответствующими категориями риска.

Основной задачей в области операционных рисков становится ликвидация пробелов с одновременным устранением избыточных механизмов контроля. Необходима полная инвентаризация возможных операционных рисков, оценка их возможных экономических последствий, анализ экономической эффективности систем предотвращения и контроля, а также повышение ответственности всех «линейных» подразделений за управление операционными рисками в своей области при методической поддержке, координации и контроле со стороны соответствующего подразделения в функции управления рисками.

Выделяют понятие рыночного риска – это возможность возникновения финансовых потерь вследствие неблагоприятного изменения курсов иностранных валют, котировок долевых ценных бумаг, процентных ставок, цен на драгоценные металлы. Управление рыночным риском осуществляется в соответствии с «Политикой Банка по управлению рыночным риском». Основной целью управления рыночным риском является оптимизация соотношения риск/доходность, минимизация потерь при реализации неблагоприятных событий и снижение величины отклонения фактического финансового результата от ожидаемого.

Управление рыночным риском включает управление портфелями ценных бумаг и контроль за открытыми позициями по валютам, процентным ставкам и производным финансовым инструментам. В этих целях КУАП устанавливает лимиты портфелей ценных бумаг, открытых позиций, лимиты стоп-лосс и другие ограничения.

Лимиты рыночного риска пересматриваются не реже одного раза в год и контролируются постоянно. КУАП разрабатывает методологию в отношении управления рыночным риском и устанавливает лимиты на конкретные операции для Центрального аппарата Банка и территориальных банков. В каждом территориальном банке создан Комитет по Управлению Активами и Пассивами (КУАП территориального банка), который утверждает лимиты по операциям территориального банка в соответствии с методологией и лимитами, утвержденными КУАП Центрального аппарата Банка. В случае необходимости территориальный банк имеет право разрабатывать свою собственную методологию управления рыночным риском на основании методологии Центрального аппарата Банка. Дочерние банки и компании управляют рыночным риском самостоятельно, основываясь на принципах, установленных Центральным аппаратом Банка.

Лимиты рыночного риска устанавливаются на основе анализа стоимости, подверженной риску (Value-at-Risk), сценарного анализа, стресс-тестирования, а также с учетом обязательных требований Банка России /30/.

Сбербанк осуществляет оценку рыночного риска как в разрезе составляющих, так и совокупно, а также определяя эффект от диверсификации.

Контроль за рыночным риском осуществляется посредством мониторинга сделок, проводимых торговым подразделением Департамента казначейских операций и финансовых рынков Банка на валютном рынке и рынке ценных бумаг. Мониторинг кредитного риска выполняется департаментами, не зависящими от подразделений, заключающих сделки. Процесс мониторинга риска состоит в непрерывном контроле за торговыми операциями на всех этапах операционного процесса.

Следовательно, цель управления данным типом рыночного риска – уменьшить влияние рыночных процентных ставок на чистый процентный доход. В целях управления процентным риском КУАП устанавливает максимальные процентные ставки привлечения средств юридических лиц, а также минимальные ставки размещения ресурсов в кредиты юридическим лицам, минимальные доходности инвестиций в ценные бумаги, а также ограничения на долгосрочные активные операции, т.е. операции, которым свойственен наибольший процентный риск.

Таким образом, использование в своей деятельности как корпоративных, так и государственных бумаг, с одной стороны, расширяет спектр услуг банка, выступает одним из наиболее эффективных способов инвестирования, но, с другой стороны, требует к себе тщательного внимания в рамках отслеживания структуры активов и пассивов относительно ситуации на финансовом рынке, в частности уровня спроса и предложения на них, их доходности, уровня инфляции, политики конкурентов, состояния экономики в целом.

Список литературы:

1. Батракова, Л. Г. Экономический анализ деятельности коммерческого банка [Текст]: учебник для вузов / Л. Г. Батракова. – М.: «Финансы», 2010. – 242с.
2. Деньги. Кредит. Банки. [Текст]: учебник / под ред. Г. Н. Белоглазовой. – М.: Высшее образование, 2009. -255с.
3. Лаврушин, О.И. Банковское дело [Текст]: учебник /О.И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, А.А. Валенцева и др. – М.:КНОРУС, 2009. -346с.
4. Устав Сбербанка России [Электронный ресурс].- Режим доступа: http://www.sbrf.ru/common/img/uploaded/files/pdf/normative_docs/sbrf_regulations.pdf. Дата обращения: 12.02.2013.

Лазарева Ирина Ивановна

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита

Орловского государственного института экономики и торговли

т.: 89200867374

Астахов Александр Николаевич

магистрант Орловского государственного института экономики и торговли

т.: 89200867374

УДК 336:005.591.6

С.В. Станякин

**МОДЕРНИЗАЦИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ
ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ
В КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

В статье рассмотрена действующая инфраструктура финансовых инструментов рынка госзакупок, предложены новые ее элементы. Обоснованы преимущества модернизированной инфраструктуры финансовых инструментов и представлены возможности, которые предоставляются участникам размещения заказа за счет использования модернизированной инфраструктуры. Сделан вывод о том, что Построение модернизированной финансовой инфраструктуры в государственной контрактной системе Российской Федерации позволит значительно повысить конкуренцию на рынке госзакупок, в первую очередь за счет создания благоприятных условий для работы на данном рынке субъектам малого бизнеса, сделать легитимными инструменты обеспечения исполнения контракта и защитить права государственных заказчиков.

Ключевые слова: инфраструктура финансовых инструментов, обеспечение исполнения заявки, обеспечение исполнения контракта, участники размещения госзаказа

В настоящее время использование участниками размещения государственного заказа различных финансовых инструментов для работы на рынке госзакупок отчасти диктуется законодательными нормами. Так, действующий Федеральный закон № 94-ФЗ от 21 июля 2005 г. «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», а также вступающий в силу Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» предусматривает:

- обеспечение заявки, в качестве гарантии подписания контракта победителем конкурентных процедур;
- обеспечение исполнения контракта, в качестве гарантии исполнения обязательств по заключенному государственному контракту или гражданско-правовому договору.

Как действующий 94-ФЗ, регулирующий сферу государственных закупок в Российской Федерации в настоящее время, так и Закон о контрактной системе, вступающий в силу в 2014 г., предусматривают единственный способ обеспечения заявки – внесение на депозит денежных средств.

Обеспечение исполнения контракта, согласно обоим нормативно-правовым актам, возможно двумя способами:

- внесение на депозит денежных средств;
- предоставление банковской гарантии.

Кроме обеспечения заявки и исполнения контракта, поставщики (подряд-

чики) нуждаются в привлечении заемных средств при выполнении обязательств по государственным контрактам и гражданско-правовым договорам.

Таким образом, необходимо выделить три направления развития инновационной инфраструктуры финансовых инструментов на рынке государственного заказа:

- 1) финансовые инструменты на обеспечение заявки;
- 2) финансовые инструменты на обеспечение исполнения контракта;
- 3) финансовые инструменты на исполнение контракта.

Использование инновационной финансовой инфраструктуры позволит упростить процесс получения участниками размещения заказа необходимых им финансовых инструментов для работы на рынке госзакупок, тем самым расширяя конкуренцию в госзаказе, а в конечном итоге и эффективность исследуемой системы в целом. При этом, предоставляется качественное обеспечение обязательств участников размещения заказа, гарантирующее права государственного заказчика на получение в полном объеме компенсации, в случае неисполнения участником размещения заказа своих обязательств. Рассмотрим более подробно каждое из направлений.

Финансовые инструменты на обеспечение заявки. Так как законодательством Российской Федерации, регулирующим контрактную систему, установлен только один способ обеспечения заявки – внесение денежных средств на депозит заказчика -, поэтому в настоящее время в данном направлении используется только такой финансовый инструмент, как тендерный кредит или кредит на обеспечение заявки. Тендерный кредит – это продукт банков или кредитных организаций, приобретение которого позволяет в короткий срок получить объем средств, необходимый для внесения обеспечения заявки в качестве гарантии подписания контракта в случае победы участника размещения заказа в конкурентных процедурах. Использование тендерного кредита позволяет участнику размещения заказа:

- не отвлекать денежные средства из оборота;
- принимать участие в ряде конкурентных процедур одновременно;
- принимать участие в конкурентных процедурах с высокой начальной (максимальной) ценой контракта.

Для кредитных организаций предоставление тендерного кредита является достаточно низкорисковой операцией, в связи с тем что на практике редки случаи отказа победителя конкурентных процедур от подписания контракта, что в свою очередь обуславливается:

- целью участия в размещении заказа – победить в конкурентных процедурах и подписать контракт;
- потерей внесенного на депозит заказчика обеспечения заявки;
- внесением участника размещения заказа в реестр недобросовестных поставщиков, что ограничивает права данного лица на участие в размещении заказа сроком на 2 года.

При этом рынок тендерного кредитования в банковском секторе Российской Федерации остается недостаточно развитым. Как показывает практика, далеко не каждый участник размещения заказа имеет возможность получить в банке кредит на обеспечение заявки. Это связано с высокими требованиями со стороны кредитных организаций к показателям финансово-хозяйственной деятельности потенциального участника размещения заказа.

Тем самым, банки пытаются минимизировать риски предоставления тендерного кредита недобросовестным участникам размещения заказа. В связи с чем, на рынке государственного заказа не создаются условия, способствующие развитию конкуренции. В-первую очередь данные условия отражаются на малом бизнесе, который не имеет достаточного количества свободных денежных средств для активного участия в конкурентных процедурах по размещению государственного заказа.

В связи с вышеизложенным и на основании данных реализации государственного заказа в Орловской области в 2012 г. по форме размещения заказов, которые говорят о том, что 96 % стоимости размещаемых заказов приходится на открытый аукцион в электронной форме, 3 % - на запрос котировок и 1 % - на открытый конкурс, по количеству размещенных заказов: открытый аукцион в электронной форме – 47 %, запрос котировок – 52 %, конкурс – 1 % считаем целесообразным и эффективным создание при Федеральных электронных торговых площадках центров тендерного кредитования. Центры тендерного кредитования являются одним из элементов предлагаемой инновационной инфраструктуры финансовых инструментов на рынке государственного заказа Российской Федерации. Клиентами центров тендерного кредитования являются потенциальные участники размещения госзаказа в форме открытого аукциона в электронной форме. Данные центры охватят широкую аудиторию участников размещения госзаказа, так как в форме открытого аукциона в электронной форме размещается 96 % общей стоимости госзаказов и 47 % общего количества госзаказов. При этом 52 % от общего количества размещаемых заказов приходится на запрос котировок. Максимальная стоимость размещаемых заказов путем запроса котировок составляет 500 000 рублей, а максимальный размер обеспечения заявки 5%, т.е. 25 000 рублей. Соответственно использование финансовых инструментов тендерного кредитования на столь незначительные суммы становится неактуальным. Поэтому считаем возможным нераспространение инновационных механизмов тендерного кредитования на запросы котировок. Таким образом, вне поля действия инновационных центров тендерного кредитования остается 1 % участников размещения заказа.

Главной отличительной особенностью инновационных центров тендерного кредитования при Федеральных электронных торговых площадках является то, что указанные центры, с одной стороны, выдают тендерные кредиты, с другой стороны являются депозитариями государственных заказчиков. Т.е. фактически каждый из 5 центров тендерного кредитования предоставляет средства участникам размещения заказа, для обеспечения заявки на электронный аукци-

он, размещенный на их Федеральной электронной площадке, и при этом одновременно является и получателем средств (обеспечения заявки), которые аккумулируются на счетах электронной площадки. Тем самым осуществляется полный контроль за движением денежных средств предоставленных участнику размещения заказа для обеспечения заявки. Что позволяет минимизировать до нуля, существующие в настоящее время риски, связанные с предоставлением тендерных кредитов недобросовестным участникам размещения заказа, которые выражаются в возможности изменить реквизиты возврата аукционного обеспечения. И кредитные средства, которые должны были вернуться в банк со счета электронной площадки, в банк не возвращаются.

Финансовые инструменты на обеспечение исполнения контракта. Как уже отмечалось выше, законодательно в России предусмотрены 2 способа обеспечения исполнения контракта залог денежных средств и банковская гарантия. На практике, первый способ обеспечения исполнения контракта – залог денежных средств применяется крайне редко. Это связано со значительной стоимостью обеспечения исполнения контракта до 30 % начальной цены и длительными сроками предоставления обеспечения (по долгосрочным контрактам срок обеспечения исполнения контракта составляет более 3 лет). Таким образом, фактически действующим инструментом обеспечения исполнения контракта в настоящее время является только банковская гарантия.

Изначально 94-ФЗ предусматривал 3 способа обеспечения исполнения госконтрактов. Это:

- залог денежных средств;
- банковская гарантия;
- страхование ответственности.

В 2010 г. страхование ответственности заменил новый способ обеспечения – поручительство. При этом к поручителю предъявлялись следующие требования:

- 1) капитал и резервы – не менее чем триста миллионов рублей и превышать размер поручительства не менее чем в десять раз;
- 2) чистая прибыль должна превышать не менее чем в три раза размер поручительства или размер чистой прибыли должен составлять более чем сто миллионов рублей;
- 3) стоимость основных средств – не менее чем триста миллионов рублей и должна превышать не менее чем в десять раз размер поручительства или стоимость указанных основных средств должна составлять более чем один миллиард рублей.

Поручительство стало самым доступным широко используемым способом обеспечения исполнения контракта. Такие высокие требования, предъявляемые к поручителям, привели к тому, что на рынке госзакупок появилось множество мошеннических фирм, выдаваемых нелегальные договоры поручительства. К концу 2011 г. доля нелегальных поручительств составила 99 %[5].

В июле 2012 г. данный способ обеспечения исполнения контракта был отменен [1].

Банковская гарантия с июля 2012 г. осталась единственным реальным способом обеспечения исполнения контракта. При этом уже к концу 2011 г. доля нелегальных банковских гарантий составляла 30 %. Отмена договора поручительства как способа обеспечения исполнения контракта привела к существенному росту данного показателя. При этом, обязательства заказчика по проверке легитимности обеспечения законодательно не предусмотрены, а предоставление нелегальной банковской гарантии, при ее выявлении, приравнивается к уклонению от подписания контракта. Данные обстоятельства создают условия для заключения заказчиком госконтракта с заинтересованными лицами, легитимность обеспечения которых не проверяется. При этом легитимность обеспечения лиц, не аффилированных с заказчиком, детально проверяется, и в случае выявления такой нелегитимности участник размещения заказа признается уклонившимся от заключения контракта.

Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», вступающим в силу в 2014 г., предусмотрен реестр выданных банковских гарантий. Таким образом, предоставление банковской гарантии не стоящей на балансе в ЦБ РФ становится невозможным. С одной стороны, данная мера является положительным моментом, которая будет гарантировать права госзаказчика на получение компенсации в случае неисполнения поставщиком (подрядчиком) контракта. С другой стороны – это значительный удар по малому бизнесу. Малый бизнес лишается доступного способа обеспечения, так как вероятность получить «балансовую» банковскую гарантию низка.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что в системе государственного заказа Российской Федерации в настоящее время отсутствует доступный для всех участников размещения заказа инструмент обеспечения исполнения контракта, который при этом обеспечивал бы гарантии госзаказчика на получение данного обеспечения в случае неисполнения контракта.

Наиболее эффективным финансовым инструментом обеспечения исполнения контракта, по нашему мнению, является страхование. Смысл обеспечения исполнения обязательств по государственному контракту – это страхование ответственности. Разумно страховать ответственность в страховой компании. Страховая компания имеет лицензию, контролируется госорганами, имеет финансовые ресурсы в объеме, достаточном для осуществления страховой деятельности, продукты страховых компаний доступны для всех физических и юридических лиц. Однако 94-ФЗ изначально предусматривал страхование ответственности как способ обеспечения исполнения контракта, но был отменен. Рассмотрим причины отмены в 2010 г. страхования ответственности как способа обеспечения исполнения обязательств по госконтракту.

По данным Федеральной службой страхового надзора за 9 месяцев 2009 г., было собрано около трех миллиардов страховой премии по страхованию ответственности за неисполнение госконтрактов. За это же время было выплачено около 3% от этой суммы в качестве страхового возмещения. За данный период заключено около ста тысяч договоров страхования. Привлекает внимание очень низкая сумма выплат, по сравнению со сборами. При наступлении страхового случая страховая компания либо ссылалась на особые положения договора страхования, позволяющие ей отказать в страховой выплате, либо же доказывала факт подлога представленного договора страхования.

Страхование ответственности, которое было предусмотрено 94-ФЗ, в первую очередь защищало интересы не заказчика, а страхователя. Ключевыми недостатками страхования ответственности по госконтракту являются:

- отсутствие регрессного требования к поставщику (подрядчику) после выплаты страхового возмещения по страховому полису;
- ограничение суммы договора страхования, вследствие отсутствия возможности перестрахования рисков на Западе.

Таким образом, опираясь на международный опыт, считаем целесообразным использовать в качестве способа обеспечения исполнения государственных контрактов в системе госзаказа Российской Федерации такой инновационный метод как страховые поручительства.

Страховое поручительство – это договор, в соответствии с которым страховщик предоставляет государственному заказчику гарантию, что поставщик (подрядчик) выполнит свои обязательства по государственному контракту. Страховое поручительство представляет синтез договоров поручительства и страхования ответственности. Этот механизм, в принципе, родственен простому поручительству, банковской гарантии, но является страховой операцией, что позволяет перестраховывать риски на Западе, тем самым многократно увеличив возможности страховых компаний по выдаче, и защищает интересы уже не страхователя, а государственного заказчика, позволяя обращать регрессные требования к страхователю.

Основным отличием страхового поручительства от обычного поручительства является лицензирование, контроль и обеспечение финансовой устойчивости страховщиков, осуществляющих заключение договоров поручительства. При этом страховое поручительство является доступным финансовым инструментом для всех субъектов предпринимательской деятельности (малого и среднего бизнеса).

К особенностям страховых поручительств, которые отличают их от других продуктов страховых компаний, можно отнести:

- трехстороннюю структуру договора предоставления страхового поручительства. Другие виды страховых полисов предоставляют защиту держателю полиса. Страховое поручительство, напротив, приобретается поставщиком (подрядчиком), но при этом защищают имущественные интересы государственного заказчика;

– отсутствие четких временных рамок действия поручительства. Если проект откладывается, страховщик, выпустивший поручительство, остается на риске до его завершения. Даже отказ поставщика (подрядчика) платить премию не освобождает страховщика от обязательств перед государственным заказчиком [2].

Таким образом, инновационный метод обеспечения исполнения контракта в форме страхового поручительства с одной стороны предоставит доступный способ обеспечения обязательств по госконтракту всем участникам размещения заказа, в том числе и малому бизнесу, с другой – обеспечит защиту прав заказчика на получение денежной компенсации за неисполнение контракта.

Финансовые инструменты на исполнение контракта. Изученный международный опыт реализации государственного заказа показал широкое использование участниками размещения заказа заемных средств при исполнении госконтрактов. В Российской Федерации сфера кредитования участников размещения заказа на исполнение обязательств по госконтрактам является недостаточно развитой. Причиной низкого уровня предложения на рынке специализированных банковских продуктов на исполнение обязательств по госконтракту, в первую очередь является специфический риск оценки добросовестности участника размещения заказа. При выдаче кредита на исполнение госзаказа банк в качестве обеспечения рассматривает финансовый поток, поступающий от исполнения госконтракта. Однако довольно часто заемщик изменяет реквизиты перечисления денежных средств от исполнения контракта и финансовые потоки в банк не поступают.

На основании вышеизложенного считаем оптимальным способом финансирования поставщиков (подрядчиков) по государственным контрактам такой инновационный финансовый инструмент, как кредит на исполнение обязательств по госконтракту с залогом прав требования по контракту под гарантии Федерального казначейства.

Залог прав требования по контракту и гарантия Федерального казначейства оплаты по контракту минимизируют такие риски, как:

- изменение банковских реквизитов поставщика (подрядчика) по государственному контракту;
- отсутствие оплаты по контракту.

При этом, предоставление предложенного инновационного финансового инструмента должно сопровождаться заключением трехстороннего соглашения между банком, поставщиком (подрядчиком) по государственному контракту и государственным заказчиком о том, что все изменения к контракту могут быть внесены только после их согласования с банком.

Использование инновационного финансового инструмента, с одной стороны, предоставляет возможность банкам минимизировать риски, а соответственно сделать данный продукт более массовым, с другой стороны, поставщики (подрядчики) по государственным контрактам получают возможность привлечения доступных заемных средств, целью привлечения которых является

исполнение большего количества госконтрактов, а также исполнения более крупных госконтрактов.

Предложенная инновационная инфраструктура финансовых инструментов на рынке государственного заказа Российской Федерации включает:

- 1) финансовые инструменты на обеспечение заявки;
- 2) финансовые инструменты на обеспечение исполнения контракта;
- 3) финансовые инструменты на исполнение контракта.

В качестве инновационной финансовой инфраструктуры обеспечения заявки предложено создание центров тендерного кредитования на базе Федеральных электронных торговых площадок.

Главной отличительной особенностью инновационных центров тендерного кредитования при Федеральных электронных торговых площадках является то, что указанные центры с одной стороны выдают тендерные кредиты, с другой стороны являются депозитариями государственных заказчиков. То есть фактически каждый из 5 центров тендерного кредитования предоставляет средства участникам размещения заказа, для обеспечения заявки на электронный аукцион, размещенный на их Федеральной электронной площадке, и при этом одновременно является и получателем средств (обеспечения заявки), которые аккумулируются на счетах электронной площадки. Тем самым осуществляется полный контроль за движением денежных средств предоставленных участнику размещения заказа для обеспечения заявки. Это позволяет минимизировать до нуля существующие в настоящее время риски, связанные с предоставлением тендерных кредитов недобросовестным участникам размещения заказа, которые выражаются в возможности изменить реквизиты возврата аукционного обеспечения. И кредитные средства, которые должны были вернуться в банк со счета электронной площадки, в банк не возвращаются.

Использование тендерного кредита позволяет участнику размещения заказа:

- не отвлекать денежные средства из оборота;
- принимать участие в ряде конкурентных процедур одновременно;
- принимать участие в конкурентных процедурах с высокой начальной (максимальной) ценой контракта.

В качестве инновационного метода обеспечения исполнения контракта предложено страховое поручительство.

Страховое поручительство – это договор, в соответствии с которым страховщик предоставляет государственному заказчику гарантию, что поставщик (подрядчик) выполнит свои обязательства по государственному контракту. Страховое поручительство представляет синтез договоров поручительства и страхования ответственности. Этот механизм, в принципе, родственен простому поручительству, банковской гарантии, но является страховой операцией, что позволяет перестраховывать риски на Западе, тем самым многократно увеличив возможности страховых компаний по выдаче, и защищает интересы уже не

страхователя, а государственного заказчика, позволяя обращать регрессные требования к страхователю.

Инновационный метод обеспечения исполнения контракта в форме страхового поручительства с одной стороны предоставит доступный способ обеспечения обязательств по госконтракту всем участникам размещения заказа, в том числе и малому бизнесу, с другой – обеспечит защиту прав заказчика на получение денежной компенсации за неисполнение контракта.

Оптимальным способом финансирования поставщиков (подрядчиков) по государственным контрактам назван такой инновационный финансовый инструмент, как кредит на исполнение обязательств по госконтракту с залогом прав требования по контракту под гарантии Федерального казначейства. Залог прав требования по контракту и гарантии Федерального казначейства оплаты по контракту минимизируют риски банка. При этом на рынке появляется продукт, который позволяет поставщикам (подрядчикам) привлекать доступные заемные средства, вследствие чего предоставляется возможность исполнения большего количества госконтрактов, а также исполнения более крупных госконтрактов.

Построение инновационной финансовой инфраструктуры в государственной контрактной системе Российской Федерации позволит значительно повысить конкуренцию на рынке госзакупок, в первую очередь, за счет создания благоприятных условий для работы на данном рынке субъектам малого бизнеса, сделать легитимными инструменты обеспечения исполнения контракта и защитить права государственных заказчиков, что в целом позволит повысить эффективность реализации контрактной системы в Российской Федерации.

Список литературы:

1. Кузнецова, И.В. Общие принципы размещения заказов для государственных и муниципальных нужд [Текст]: учеб. – метод. пособие по программе «Управление государственными и муниципальными заказами» / И.В. Кузнецова.-М: Ин-т управления закупками и продажами им. А.Б. Соловьева ГУ ВШЭ, 2010. – 234с.
2. Смотрицкая, И.И. Экономика государственных закупок [Текст] /И.И. Смотрицкая. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 232 с.
3. Федорович, В. США: государствоиэкономика[Текст] /В. Федорович, А. Патрон. – М.: Институт США и Канады РАН. - 2007. - 386 с.
4. Особенности регулирования рынка страховых гарантий в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<http://www.ininfo.ru/mag/2010/2010-06/2010-06-013.html>. Дата обращения 22.02.2013.
5. Специальных продуктов под госзаказ не хватает[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://otchetonline.ru/art/yuristu/11659-13075.html>. Дата обращения 22.02.2013.

Станякин Сергей Викторович
Аспирант Орловского государственного университета – УНПК
e-mail: stanyakin@mail.ru

УДК 336.22:[00478:339.176]

Ю.А. Свидовская, Е.И. Минакова

ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Популярность торговли товарами через Интернет постоянно растет. Такая торговля выгодна и продавцам, и покупателям. Продавцы за счет экономии на торговых площадях имеют возможность предложить покупателям более выгодные цены, по сравнению с обычными магазинами. А покупателю для осуществления покупки не нужно даже выходить из дома. Достаточно несколько раз щелкнуть компьютерной мышью по экрану монитора, и выбранный товар будет доставлен прямо на дом. О том, что представляет собой Интернет-торговля, каковы ее особенности и как учитываются такие операции в налоговом учете, вы узнаете из этой статьи.

Ключевые слова: интернет-магазин, общий режим налогообложение, УСН, ЕНВД, доходы, расход.

Ритейл, другими словами розничная торговля оптовыми масштабами, является единственной отраслью в России, на протяжении многих лет показывающая бурный рост. Речь идет не только о развитии традиционной торговли, но и о торговле, осуществляемой в Интернете. Примечательно, что большинство розничных операторов развивают электронную коммерцию. А что касается онлайн-площадок, то они ограничиваются только социальной сетью. Это связано с рядом преимуществ, в том числе и налоговых.

В настоящее время Интернет-магазины являются одним из наиболее динамично развивающихся сегментов экономики. И это неслучайно, ведь покупки, осуществляемые через Интернет, выгодны как покупателю, так и продавцу.

Покупателей привлекает в первую очередь экономия времени, что немаловажно для нынешнего темпа жизни. Также, что не менее важно, есть возможность приобрести товар по более низкой цене, вместе с тем, в Сети предлагается неограниченный ассортимент продукции.

Продавцы переносят свою торговлю в Интернет по причине более низких издержек в Сети, по сравнению с традиционной торговлей. Ведь Интернет-магазин не испытывает необходимости в аренде торговых помещений, а также в штате продавцов и торговом оборудовании, приобретая товары под конкретный заказ, избегают скопления остатков залежавшихся товаров.

По сути, Интернет-торговля является одним из видов дистанционной торговли, только наиболее современный и наиболее удобный.

Что же с точки зрения российского законодательства представляет собой Интернет-магазин? Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности (ОКВЭД), торговля посредством Интернета относится к категории «Розничная торговля, осуществляемая через телемагазины и компьютерные сети» (код 52.61.2).

Правовые основы такого вида торговли урегулированы нормами параграфа 2 «Розничная купля-продажа» гл. 30 Гражданского кодекса РФ, а также п. 20 «Правил продажи товаров дистанционным способом» закреплено, что договор розничной купли-продажи считается заключенным с момента выдачи клиенту кассового или товарного чека. Это означает, что обязанности продавца по передаче товара покупателю возникают с момента получения продавцом акцепта (согласия на оплату).

На сайте Интернет-магазина должны быть сведения об основных потребительских свойствах предлагаемого товара, о месте его изготовления, цене и условиях приобретения. Кроме того, важны подробные данные о доставке, сроке службы (годности), гарантии, о порядке оплаты товара. При этом обязательно указать период, в течение которого действует оферта (т.е. предложение).

Согласно п. 21 «Правил продажи товаров дистанционным способом» потребитель имеет право отказаться от товара в любое время до его передачи, а после того, как товар передан, в течение 7 дней. Причем сделать это клиент может без объяснения причин.

Если информация о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества не была предоставлена в письменной форме в момент доставки товара, то покупатель вправе отказаться от товара в течение 3 месяцев.

В связи с тем, чтобы предотвратить появление возможных споров, продавец на сайте должен опубликовать порядок возврата и обмена товара.

Акцептом покупателя признается заявка, в которой потенциальный покупатель товара должен указать следующее:

- наименование и адрес продавца;
- свою фамилию, имя и отчество. Если получателем товара выступает другое лицо, необходимо указать его Ф. И. О.;
- адрес, по которому товар должен быть доставлен;
- наименование товара, артикул, марку, разновидность, количество предметов, входящих в комплект приобретаемого товара, цену;
- вид услуги (при предоставлении), время ее исполнения и стоимость;
- обязательства покупателя.

При безналичной оплате или продаже в кредит (за исключением оплаты банковскими картами) продавец обязан подтвердить передачу товара путем составления накладной или акта сдачи-приемки. Выбор способа оплаты товара, приобретаемого через Интернет, принадлежит продавцу товара. Может быть использован один из следующих вариантов:

- оплата наличными курьеру либо непосредственно в офисе продавца;
- оплата посредством банковской карты (VISA, MasterCard и др.);
- оплата с использованием электронной платежной системы (наиболее популярными являются следующие: WebMoneyTransfer, Яндекс.Деньги (PayCash), RuPay, E-Gold, Rapida, CyberPlat и E-port, Кредит-Пилот и т. п.);
- оплата наложенным платежом при доставке товаров по почте.

Интернет-магазины стремятся работать со всеми платежными системами, для чего прибегают к услугам интеграторов платежей (систем, которые позволяют пользователям оплачивать товары и услуги через Интернет). Это позволя-

ет выбрать удобный способ оплаты: банковской картой, электронными деньгами или отправкой СМС.

Согласно действующему Налоговому кодексу РФ, для налогообложения Интернет-магазинов применяется два режима: общий режим и упрощенный. Каковы же различия между двумя этими системами?

При общей системе налогообложения владелец Интернет-магазина обязан уплатить все налоги (налог на прибыль, НДС, транспортный налог, налог на имущество). Причем транспортный налог и налог на имущество исчисляются при наличии налоговой базы, т.е. в случае, когда владелец использует в своей деятельности основные средства или транспорт (например, для доставки товаров потребителям).

Упрощенная система налогообложения (УСН) является наиболее удобным вариантом для владельца Интернет-магазина. При упрощенной системе налогообложение предприятие платит следующие налоги:

- налог УСН, это либо 6% с валовой выручки, либо 15% разницы между доходами и расходами;
- отчисления в социальные фонды, 30% от фонда оплаты труда;
- налог на доходы физических лиц (НДФЛ), 13% от фонда оплаты труда.

УСН неслучайно пользуется большой популярностью сред предпринимателей. Главным преимуществом является то, что предприниматель может выбрать основания для уплаты налогов. Это может быть:

- доход – с него придется отчислять 6 %. Объектом налогообложения являются доходы. Т.е. в виде налога предприниматель платит 6 % суммы, которая прошла по его счету;

- либо доходы за вычетом расходов – за них попросят 15 %. Объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов. Т.е. перед исчислением положенного к уплате налога уменьшают сумму доходов на сумму расходов. 15 % того, что останется и является суммой налога.

Бухгалтерская статистика показывает, что 6 % налог с доходов платить выгоднее, чем 15 % на расходы. Все дело в том, что расходов в Интернет-магазинах немного. Самыми распространенными статьями расходов для виртуальный магазинов остаются создание, поддержка и продвижение сайта, реклама и маркетинговые исследования и заработная плата сотрудникам.

Кроме того, отчетность при УСН происходит гораздо легче и проще: не требуется ежеквартальная сдача отчетов в Федеральную Налоговую службу (ФНС), отсутствуют налоги на прибыль, имущество и некоторые виды НДС, уменьшается налоговое бремя.

Однако чтобы иметь возможность применять УСН, бизнес должен соответствовать некоторым требованиям (например, если по итогам девяти месяцев того года, в котором организация подает уведомление о переходе на упрощенную систему налогообложения, доходы, определяемые в соответствии со ст. 248 НК РФ, не превысили 45 млн. рублей). Также УСН накладывает соответствующие ограничения. Все это устанавливается ст. 346.12 НК РФ.

Несмотря на то, что Интернет-магазины и занимаются розничной торговлей, применять специальный режим в виде Единого налога на вмененный доход (ЕНВД) они не имеют права. Связанно это с тем, что в определении розничной торговли, данном в ст. 346.27 НК РФ, указано, что реализация товаров по образцам и каталогам вне стационарной торговой сети, в т. ч. через компьютерные сети, телемагазины и телефонную связь, розницей не признается.

Рассмотрим общие принципы признания доходов и расходов в Интернет-магазинах.

Для начала уделим внимание особенностям признания доходов:

1. Кассовый метод. Датой получения дохода по данному методу как при общем режиме налогообложения в соответствии со ст. 273 НК РФ, так и при применении УСН в соответствии с гл. 26.2 НК РФ признается день поступления средств на счета в банках и (или) в кассу.

При оплате наличными продавец товара обязан использовать контрольно-кассовую технику. Такое требование предусмотрено ст. 2 Федерального закона № 54-ФЗ от 22.05.2003 г. «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт».

Согласно ст. 5 Закона № 54-ФЗ организации и индивидуальные предприниматели, применяющие контрольно-кассовую технику (ККТ), обязаны выдавать покупателям в момент оплаты отпечатанные ККТ кассовые чеки. Таким образом, Интернет-магазин обязан выдать кассовый чек в момент оплаты товара. В противном случае продавца ждет административная ответственность (письма УФНС России по г. Москве № 17-15/120840 от 17.11.2010 г., № 22-12/61982 от 29.06.2007 г.).

При оказании услуг по доставке товара с выездом на дом к заказчику налоговики советуют применять компактную ККТ с автономным электропитанием из числа находящихся в Государственном реестре контрольно-кассовых машин.

Соблюдение рекомендаций налоговых органов зачастую оборачивается для Интернет-магазина большими издержками. В то же время, согласно постановлению пленума ВАС РФ № 16 от 31.07.2003 г., пробитие чека заранее (до момента получения денег) не является неприменением ККТ.

Таким образом, стандартный вариант работы Интернет-магазина, когда доставка осуществляется через курьерскую службу и курьер принимает наличные деньги, выдает чек, пробитый заранее в офисе, не является нарушением.

Но что делать, если от товара отказались? В этом случае продавцом оформляется возврат. Для оформления возврата денежных сумм покупателям по неиспользованным кассовым чекам применяется акт формы № КМ-3. Как ранее отмечалось, для того чтобы предотвратить появление возможных споров, продавец на сайте должен опубликовать порядок возврата и обмена товара.

2. Метод начисления (при общем режиме налогообложения согласно ст. 271 НК РФ). В этом случае датой определения дохода является дата перехода права собственности независимо от фактического поступления денежных средств.

В соответствии с п. 3 ст. 497 ГК РФ договор купли-продажи товара по образцам или договор купли-продажи, заключенный дистанционным способом, считается исполненным с момента доставки товара в указанное место. А если оно не определено, то с момента доставки по месту жительства покупателя-гражданина или по месту нахождения покупателя-юридического лица.

Таким образом, так как переход права собственности происходит именно в момент вручения товара покупателю, то и выручка отражается в этот момент.

В случае определения даты расхода по кассовому методу как при общем режиме налогообложения в соответствии со ст. 273 НК РФ, так и при применении УСН с объектом обложения «Доходы, уменьшенные на величину расходов», в соответствии с гл. 26.2 НК РФ расходами налогоплательщика признаются затраты после их фактической оплаты.

В соответствии с п. 3 ст. 273 и п. 2 ст. 346.17 НК РФ оплатой товаров признается прекращение обязательства налогоплательщика-приобретателя товаров перед продавцом, которое непосредственно связано с поставкой этих товаров.

В соответствии с методом начисления расходы, принимаемые для целей налогообложения, признаются таковыми в том отчетном периоде, к которому они относятся. Причем независимо от времени фактической выплаты денежных средств и (или) иной формы их оплаты.

Рассмотрим виды доходов, которые присущи только Интернет-магазинам:

1. Расходы на создание сайта. Осуществление Интернет-торговли невозможно без виртуальной торговой площадки, т.е. сайта, через который будут осуществляться продажи. Поэтому для начала предпринимателю придется понести расходы на его создание. Портал может быть создан как собственными силами, так и с привлечением сторонних специалистов.

Порядок учета расходов на организацию сайта определяется его стоимостью, сроком полезного использования и наличием исключительных прав на нее у налогоплательщика.

Для предприятий, применяющих общий режим налогообложения, сайт, на создание которого ушло больше 40 тыс. рублей и срок полезного использования – не менее 12 месяцев, является нематериальным активом (НМА).

В свою очередь, расходы на создание или приобретение НМА в налоговом учете в силу п. 1 ст. 256 НК РФ списываются через амортизационные отчисления в том случае, если исключительные права на сайт для этого должны принадлежать организации.

Обычно сайты магазинов соответствуют всем приведенным условиям. Но стоит отметить, что если стоимость НМА не превышает 40 тыс. рублей, то учесть ее при налогообложении прибыли организация вправе одновременно на основании пп. 3 п. 1 ст. 254 НК РФ (письмо ФНС России № ЕД-4-3/18192 от 1.11.2011 г.).

Если сайт носит рекламный характер (на нем выложены информация о деятельности фирмы, ее контакты, адрес и т. д.), то расходы на его создание можно учесть на основании пп. 28 п. 1 ст. 264 НК РФ как рекламные (письма № 03-03-06/1/41 от 29.01.2007 г., № 03-03-04/2/254 от 6.12.2006 г.).

Если же не выполняются условия о сроке полезного использования или наличии исключительных прав, то затраты на создание или приобретение сайта можно учесть при исчислении налога на прибыль на основании пп. 26 п. 1 ст. 264 НК РФ как расходы на покупку программ и баз данных или как другие расходы, связанные с производством и реализацией.

При этом не следует забывать о п. 1 ст. 272 НК РФ, в котором установлен принцип равномерности признания доходов и расходов, также необходимо учитывать срок полезного использования данного актива, определяемого на основании договора. Если в последнем таковой не оговорен, то, по мнению Минфина России, хозяйствующий субъект вправе самостоятельно определить период, в течение которого указанные расходы подлежат учету для целей налогообложения прибыли, и закрепить свой выбор в учетной политике (письмо № 03-03-06/2/25 от 19.02.2009 г.).

Лица, применяющие УСН с объектом обложения «Доходы, уменьшенные на величину расходов», на стоимость сайта как НМА уменьшают налогооблагаемую базу (пп. 2 п. 1 ст. 346.16 НК РФ). Учесть подобные расходы налогоплательщики можно на момент принятия нематериального актива к учету (п. 3 ст. 346.16 НК РФ).

На протяжении налогового периода стоимость НМА признается равной долями на конец каждого квартала, начиная с квартала, в котором объект был введен в эксплуатацию, и до конца календарного года (пп. 4 п. 2 ст. 346.17 НК РФ). Ранее отмечалось, что для целей УСН объекты признаются НМА на тех же основаниях, что и для целей налогообложения прибыли (п. 4 ст. 346.16 НК) РФ.

Затраты на создание сайтов, не являющихся нематериальным активом, организации-упрощенцы могут учесть в составе расходов на рекламу (пп. 20 п. 1 ст. 346.16 НК РФ). Такого мнения придерживается Минфин России в письме № 03-11-06/2/136 от 28.07.2009 г.

2. Расходы, связанные с продвижением сайта. Для успешного ведения бизнеса в Интернете недостаточно просто создать сайт, необходимо сделать его максимально посещаемым. Ведь чем выше его популярность, тем больше потенциальных клиентов.

Увеличение посещаемости портала достигается за счет его продвижения. Это могут быть ссылки на сайт с других ресурсов, баннеры, размещение в первой десятке ответов поисковых систем и др.

Для организаций, применяющих общий режим налогообложения, расходы на продвижение сайта являются прочими в соответствии с пп. 28 п. 1 и п. 4 ст. 264 НК РФ. Предприятия, применяющие УСН с объектом обложения «Доходы, уменьшенные на величину расходов», учитывают затраты на продвижение в составе расходов на рекламу в соответствии с пп. 20 п. 1 ст. 346.16 НК РФ.

3. Расходы на доставку товаров. В большинстве случаев при покупке товаров через Интернет продавец доставляет товар до места, указанного покупателем. При этом доставка может осуществляться как собственной службой доставки, так и специализированными организациями.

При наличии собственной службы доставки и использовании общего режима налогообложения расходы на оплату проезда курьеров к месту нахождения покупателя и обратно, а также их заработная плата включаются в состав расходов на оплату труда (пп. 1 и 3 ст. 255 НК РФ, ст. 168.1 ТК РФ, письмо Минфина России № 03-03-04/1/642 от 29.08.2006 г.).

Что касается затрат на покупку топлива для автомобилей, развозящих заказы, а также на их ремонт, то они отражаются в составе прочих расходов, связанных с производством и реализацией (пп. 11 п. 1 ст. 264 НК РФ).

Если Интернет-магазин собственную службу доставки не организует, а обращается к специализированной организации, то плата за ее услуги также относится к прочим расходам на основании пп. 49 п. 1 ст. 264 НК РФ.

Еще одним вариантом доставки являются почтовые отправления. В этом случае оплата доставки товаров учитывается в составе прочих расходов на основании пп. 25 п. 1 ст. 264 НК РФ.

Организации, перешедшие на УСН с объектом обложения «Доходы, уменьшенные на величину расходов», также могут уменьшать свои доходы на сумму перечисленных выше затрат. Основаниями для учета являются следующие:

— расходы на оплату проезда курьеров и их заработную плату (пп. 6 п. 1 и п. 2 ст. 346.16, ст. 255 НК РФ);

— расходы на горюче-смазочные материалы и ремонт автомобилей (пп. 12 п. 1 ст. 346.16 НК РФ);

— расходы на привлечение службы доставки (пп. 23 п. 1 ст. 346.16 НК РФ, письмо Минфина России № 03-11-02/3 от 12.01.2006 г.);

— расходы на доставку товаров почтой (пп. 18 п. 1 ст. 346.16 НК РФ).

Как отмечалось ранее, покупатель может производить оплату разнообразными способами. Когда используются банковские карты или электронные платежные системы, у Интернет-магазина возникают расходы, связанные с получением оплаты на свой расчетный счет - это комиссия, взимаемая банком или оператором электронной платежной системы при перечислении оплаты продавцу.

При использовании общего режима налогообложения расходы на получение оплаты покупателей включаются в состав прочих расходов как расходы на оплату услуг на основании пп. 25 п. 1 ст. 264 НК РФ. Организации, перешедшие на УСН с объектом обложения «Доходы, уменьшенные на величину расходов», также могут уменьшать свои доходы на сумму перечисленных выше затрат. Основаниями для учета являются следующие:

— расходы, связанные с оплатой услуг, оказываемых кредитными организациями (п. 9 ст. 346.16, ст. 255 НК РФ);

— расходы на выплату комиссионных, агентских вознаграждений и вознаграждений по договорам поручения (п. 24 ст. 346.16 НК РФ).

В доходы владельца Интернет-магазина включается вся выручка, полученная от реализации товара, т.е. выручка с учетом суммы, удержанной оператором электронной платежной системы или банком. Это связано с примени-

ем п. 2 ст. 249 НК РФ, согласно которому выручка в налоговом учете определяется исходя из всех поступлений, связанных с расчетами за реализованный товар, т.е. исходя из цены, по которой он реализуется.

Как и в других организациях, в Интернет-магазинах также необходимо оформление налоговой отчетности.

Оформление налоговой отчетности для Интернет-магазина ничем не отличается от обычной. Владельцы Интернет-магазинов приобретают различные программы, с помощью которых необходимые данные отправляются в Налоговую инспекцию.

Самым распространенным решением для ведения бухгалтерской отчетности является программа «1С. Бухгалтерия». Также используется версия «1С. Упрощенка 8», с ее появлением ведение бизнеса стало намного легче.

Кроме того применяется программа «Парус», с помощью которой удобно вести не только бухгалтерский учет, но и фиксировать финансово-хозяйственную деятельность.

Не стоит забывать и о SaaS-решениях (бизнес-модель продажи и использования программного обеспечения, при которой поставщик разрабатывает веб-приложение и самостоятельно управляет им, предоставляя заказчику доступ к программному обеспечению через Интернет): «Мое дело» – онлайн-сервис, содержащий все необходимое для ведения бухгалтерии с версиями как для ИП, так и для ООО.

В заключение хотелось бы отметить, что, на первый взгляд, система налогообложения может показаться крайне сложной и запутанной. Нередко это даже заставляет предпринимателей отказываться от прибылей и перспектив, которое несет в себе открытие Интернет-магазина. Но на самом же деле достаточно один раз заставить себя разобраться в вопросе, связанном с системой налогообложения, и больше к нему не возвращаться - ведь открытие Интернет-магазина является хорошим видом бизнеса, но самое главное - очень прибыльным!

Список литературы:

1. Фомичева, Л.П. Интернет-магазин: учет от «А» до «Я» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.buh.ru>. Дата обращения: 06.01.2013
2. Создание интернет-магазина: налоги, ОКВЭД и правила игры [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.shopolog.ru>. Дата обращения: 06.01.2013
3. Интернет-магазин. Особенности учета и налогообложения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://shanity.ru>. Дата обращения: 06.01.2013
4. Налогообложение интернет-магазина [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lmaslak.ru>.
5. Налоговый Кодекс РФ от 31.07.1998 № 146-ФЗ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>. Дата обращения: 06.01.2013

*Свидовская Юлия Алексеевна
студентка 4 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: yuliya-alex-sv@yandex.ru*

Минакова Елена Ивановна

*к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: lena_57_78@mail.ru*

УДК [336.221:005.572]

О.Н. Козьявкина, Е.И. Минакова

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
ИНСТИТУТА НАЛОГОВОГО КОНСУЛЬТИРОВАНИЯ В РОССИИ**

Участившиеся в последние годы мировые и региональные финансовые кризисы сделали постоянной темой для обсуждения необходимость решения вопросов по обеспечению достоверности отчетности публичных компаний (в особенности финансовых институтов). Данные тенденции в значительной степени повлияли на состояние рынка аудиторских и консалтинговых услуг в разных странах.

Ключевые слова: налоговое консультирование, налоговое законодательство, аудиторско-консалтинговые компании.

Развитие налогового законодательства, постоянное увеличение количества нормативных документов, регулирующих налогообложение юридических и физических лиц, активное вовлечение граждан в налоговые отношения предопределили возникновение потребности в получении такого вида услуг, как налоговое консультирование, а, следовательно, и появление новой категории профессиональных участников рынка услуг - консультантов по налогам и сборам (налоговых консультантов).

Налоговое консультирование (консультирование по налогам и сборам) – вид профессиональной деятельности по оказанию заказчику (консультируемому лицу) на платной основе услуг, содействующих должному исполнению налогоплательщиками, плательщиками сборов, налоговыми агентами и иными лицами обязанностей, предусмотренных законодательством о налогах и сборах.

Налоговое консультирование возникло в двадцатые года XX века как составная часть управленческого консультирования, как консультирования по вопросам финансов, включая финансовые организации, финансовый контроль за осуществляемые хозяйственные операции.

При всем современном многообразии моделей в мировой практике можно выделить два варианта регулирования сферы налогового консультирования: государственное регулирование и саморегулирование.

При государственном регулировании в стране имеется специальный закон о налоговом консультировании, существует профессиональное объединение, созданное и действующее на основе этого закона, поддерживая его осуществление и контролируя его выполнение. Членство в этом объединении является обязательным для всех субъектов налогового консультирования страны.

Странами-представителями этой системы выступают: Австрия, Венгрия, Германия, Польша, Италия, Словакия, Франция, Чешская Республика и Хорватия. К этой группе относятся также Люксембург и Португалия, хотя членство является добровольным.

В странах, в которых оказание консультационных услуг в сфере налого-

обложения не подлежит законодательной регламентации, функции регулирования профессиональных услуг берут на себя саморегулируемые организации.

Профессиональные объединения при этом, как правило, созданные на частноправовой базе, действуют исключительно на основе внутренних правил и норм. Членами профорганизации становятся лица, отвечающие требованиям для вступления в нее, но на добровольных началах. Таким образом, собственные нормативные положения, изданные объединением, обязывают только его членов.

Странами-представителями этой системы является Бельгия, Великобритания, Голландия, Ирландия, Испания, Финляндия и другие. Например, в Голландии функционирует четыре крупные организации, объединяющие налоговых консультантов, в каждой из которых приняты свои внутренние кодексы или уставы поведения, работают дисциплинарные и апелляционные коллегии. Членство в организациях является персональным, и, как правило, требует университетской степени образования. Обычно член одной из них не может вступить в другую организацию [5].

Участившиеся в последние годы мировые и региональные финансовые кризисы сделали постоянной темой для обсуждения необходимость решения вопросов по обеспечению достоверности отчетности публичных компаний (в особенности финансовых институтов). Данные тенденции в значительной степени повлияли на состояние рынка аудиторских и консалтинговых услуг в разных странах.

С одной стороны, наметилась тенденция к сокращению объектов обязательного аудита в сфере малого бизнеса из соображений обеспечения большей свободы и возможностей развития. С другой стороны, во многих странах регуляторы понимают необходимость развития консалтинга для повышения общего уровня финансовой грамотности, проявляют интерес к более мягкому воздействию на рынок аудита и созданию условий, способствующих дальнейшему развитию конкуренции, формированию возможностей для средних и небольших аудиторских компаний. В последнее время регуляторы также обращают внимание на необходимость ограничения монопольного влияния крупнейших аудиторско-консалтинговых групп, сетевых структур и необходимость повышения качества аудита.

Не менее важным в международной практике регулирования рынков аудиторских услуг, в особенности странами — членами Европейского союза, является обсуждение предложений по обеспечению прозрачности процедуры выбора аудитора, раскрытию информации о вознаграждениях аудиторов, что должно, в свою очередь, способствовать большей открытости аудиторских компаний, обеспечению прозрачности их деятельности и являться неплохим стимулом к соблюдению профессиональной независимости и этики.

В прошедшем 2011 г. в значительной степени усилилась тенденция к разделению услуг аудита и консалтинга, несмотря на возражения со стороны компаний «большой четверки», при этом европейские регуляторы аудиторской деятельности планомерно стремятся к реализации данного подхода.

В отличие от своих европейских коллег, американские регуляторы рынка аудита наибольшее внимание в 2011 г. уделяли качеству аудита, оценке и прогнозированию экономических рисков.

Важной тенденцией в формировании и аудите финансовой отчетности компаний во всем мире является постепенный переход от национальных стандартов учета и отчетности к международным стандартам финансовой отчетности (МСФО). Это способствует движению в направлении унификации требований к составлению отчетности и проведению соответствующих аудиторских процедур.

Таким образом, создаются предпосылки к расширению поля деятельности отдельных аудиторских компаний и групп, имеющих опыт работы по МСФО, позволяющие им выходить на международные рынки аудиторских и консалтинговых услуг. Также необходимо отметить, что аудиторская профессия в мире, несмотря на ряд скандалов, связанных с аудиторскими компаниями, и некоторое снижение доходов аудиторов по-прежнему остается престижной [1].

Ситуация на отечественном рынке аудиторско–консалтинговых услуг в целом вполне вписывается в общемировые тенденции с небольшими поправками на наш национальный колорит — особый российский путь во всем — как в нормотворчестве, так и на пути становления саморегулирования.

В 2011 г. сегмент обязательного аудита был искусственно сужен регулятором путем увеличения критериев объема выручки и суммы активов, подлежащих обязательному аудиту более чем в 6 раз. За последние 3 года общее количество клиентов аудиторских организаций по проведению аудита отчетности снизилось почти на 20% (рис. 1). При этом основная часть аудиторско-консалтинговых компаний удержалась на рынке за счет увеличения объема услуг от консалтинговой деятельности и сопутствующих услуг, а также некоторого увеличения спроса на инициативный аудит (в основном за счет компаний, привлекающих иностранные инвестиции).

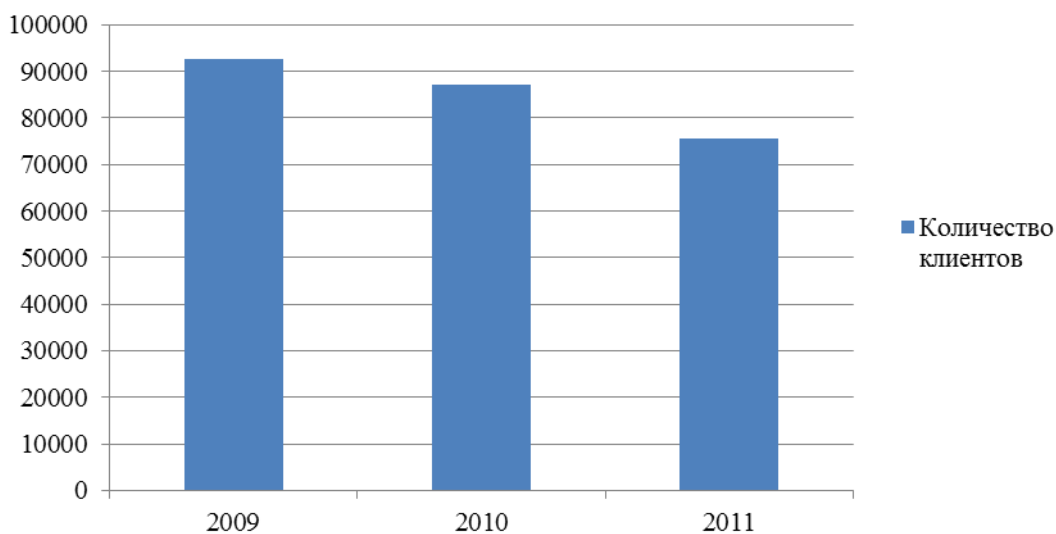


Рисунок 1 - Количество клиентов аудиторских компаний по аудиту отчетности за 2009 – 2011 гг.

Вместе с тем, нельзя не обратить внимание на то, что в настоящее время на рынке объектов обязательного аудита имеет место некоторая анархия, т.е. ответственность субъектов обязательного аудита за неподтверждение финансовой отчетности практически отсутствует. Хотя по прошествии 25-летнего периода становления и развития рыночной экономики в России общение с аудиторами и подтверждение достоверности отчетности должно было бы уже давно стать правилом хорошего тона в бизнес-сообществе.

Динамика доходов аудиторских организаций, в целом, имеет положительную тенденцию — в 3,5%, по сравнению с итогами 2010 г. Причем, следует отметить, что данный рост не носит системного характера, а этот результат получен за счет отдельных компаний, сумевших в сложное для рынка время найти для себя новые ниши в виде отдельных направлений сопутствующих аудиту услуг (в большей части — консалтинга) и за счет синергического эффекта при объединении компаний в группы для создания возможностей участия в крупных заказах [2].

Перечень компаний, подлежащих обязательному аудиту, предусмотренный Федеральным законом «Об аудиторской деятельности», достаточно широк.

Анализируя закон, можно увидеть, что в указанный перечень не вошли государственные и муниципальные унитарные предприятия. Вопрос о проведении аудита таких предприятий отдан на откуп собственникам имущества, и сейчас практически невозможно сказать, как собственники имущества распорядились этим своим правом, в каком количестве ГУПов и МУПов были проведены аудиторские проверки. И это притом, что деятельность многих из них точно имеет огромное общественное значение.

Еще одна группа предприятий, которые могли бы проводить аудит на обязательной основе, — предприятия ЖКХ. Вопрос справедливости формирования тарифов на услуги предприятий ЖКХ также мог бы частично сниматься независимыми аудиторами.

В действующем законодательстве нет статьи, наказывающей компании и их должностных лиц за непроведение аудиторской проверки. Кодекс об административных правонарушениях содержит лишь статьи, привлекающие к ответственности компании за непредоставление аудиторского заключения в налоговые органы в составе бухгалтерской отчетности. Да и сама эта ответственность очень мала — до 4 тыс. руб. с должностных лиц, а ответственность компании вообще не предусмотрена.

Понятно, что такое положение дел не может стимулировать недобросовестных руководителей к проведению аудиторских проверок и уж точно не соответствует общественной значимости проведения обязательного аудита.

Рабочим органом Совета по аудиторской деятельности были подготовлены поправки в КоАП, предусматривающие введение новой статьи, по которой у компаний и должностных лиц возникает ответственность за непроведение или уклонение от проведения обязательного аудита. При этом под уклонением от проведения предлагается понимать непроведение аудита в течение года, следу-

ющего за отчетным. И штрафы предусматриваются суровые, на уровне штрафов за нарушение корпоративного законодательства и законодательства на финансовых рынках: от 700 тыс. до 1 млн руб. для компаний и до 50 тыс. руб. для должностных лиц (вплоть до дисквалификации на 2 года). И на данном этапе развития аудиторского рынка такие санкции не кажутся чрезмерными.

Объединение отдельных аудиторских компаний в группы под единым брендом стало объективной реальностью рынка аудиторских услуг в последние годы и, пожалуй, одним из наиболее цивилизованных способов выживания на меняющемся рынке, попыткой противостоять экспансии крупнейших участников рынка. Хотя на этот счет существуют различные мнения специалистов как за консолидацию отечественных аудиторских компаний через создание аудиторско-консалтинговых групп, так и против этого по причине отсутствия четкого механизма распределения профессиональной ответственности аудиторов при проведении проверок.

Вероятно, в ближайшие годы этот вопрос решится самим аудиторским сообществом через систему реализации принципов профессиональной ответственности. Кстати, гарантом достоверности данных, предоставляемых аудиторскими организациями, вполне могли бы выступить СРО аудиторов, поскольку они ведут соответствующий учет.

Рынок аудита в России по-прежнему несет на себе некоторые отпечатки периода 90-х гг. прошлого века и накопившихся застарелых нерешенных проблем.

К сожалению, приходится констатировать то, что за весь 25-летний период существования аудита в России системным изучением рынка аудиторских услуг, заметим, очень важных в рыночной экономике, заняться, как оказалось, кроме «Эксперт РА», некому. Регулятор аудиторской деятельности в лице Минфина подходит к этому вопросу довольно формально, хотя это является одной из основных его функций, но ресурсов и времени для серьезного изучения рынка аудита в России и обеспечения в масштабах государства формирования статуса аудита как гаранта достоверности бухгалтерской отчетности у него явно не хватает. Саморегулируемые организации аудиторов заняты выполнением своих непосредственных обязанностей, а именно решением проблем организации обеспечения качества аудита, создания по-настоящему профессионального сообщества, формирования компенсационных фондов, повышением квалификации аудиторов [2, 3].

Нередко в рейтингах аудиторских компаний представляются данные так называемых групп компаний. Такое представление информации способно создавать у пользователя информации искаженное представление о действительных возможностях оказания услуг аудиторскими фирмами. Это происходит из-за ряда причин:

- 1) отсутствуют четкие критерии включения компаний в группу.
- 2) аудируемое лицо заключает договор на аудит с аудиторской компанией — юридическим лицом, а не некоей группой, критерии формирования которой

неясны.

3) ответственность перед аудируемым лицом несет сторона по договору, то есть аудиторская компания юридическое лицо, а не все та же пресловутая группа.

4) именно аудиторские компании — юридические лица являются членами саморегулируемых организаций аудиторов и, как таковые, в соответствии с Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» в обязательном порядке подвергаются внешнему контролю качества работы со стороны СРО.

Следует отметить, что именно данные аудиторских компаний — юридических лиц, являющихся членами СРО, в большей степени проверяемы, а потому могут считаться более достоверными и отражающими реальное положение дел, чем данные неких групп, сформированных при отсутствии четких критериев.

Таким образом, представление в рейтингах информации о выручке аудиторских компаний — юридических лиц:

1) должно оказать на них сдерживающее влияние в части распространения информации, преувеличивающей уровень услуг, которые аудитор может предоставить, его квалификации и приобретенного им опыта;

2) позволит пользователю аудиторских услуг получить представление о контрагенте, с которым он заключает договор, — аудиторе — на основе проверяемых данных бухгалтерской отчетности и данных СРО;

3) повысит достоверность и прозрачность информации, используемой при проведении тендеров, в том числе при государственных закупках;

4) исключит влияние на формирование у пользователей аудиторских услуг мнения об аудиторах услуг, не имеющих отношения к аудиту и связанным с ним услугам (включаемых в рейтинги в составе выручки групп компаний).

Поэтому до настоящего времени отсутствует достоверный в достаточной степени источник сведений о состоянии рынка аудита в России. Данные всех, кто занимается изучением состояния рынка аудита, существенно различаются. В частности, по оценке Минфина, объем оказанных услуг российскими аудиторскими организациями в 2011 г. составил 50,8 млрд руб., по данным агентства «Эксперт РА» — 70,7 млрд руб., Росстату рынок аудиторских услуг в силу небольшого объема вообще мало интересен, и он его не выделяет из общего объема сферы оказания услуг.

На относительно системной основе изучением рынка аудита в России занимается НИФИ ГУ Минфина России, но у него нет достаточных ресурсов для осуществления этой работы, при этом используются те же самые данные Департамента регулирования государственного финансового контроля, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета и отчетности Минфина, т.к. иной базы данных по рынку аудита на сегодняшний день в России нет.

Таким образом, за 25 лет существования аудита в России система учета и оценки состояния рынка аудиторских услуг так и не сформирована [1].

По всей видимости, некоторые проблемы аудиторского сообщества во многом связаны с тем, что органом, регулирующим аудиторскую деятельность в России, изначально было выбрано Министерство финансов. Да, наверное, на первых этапах развития аудита в России это было в какой-то степени обоснованным решением, чтобы уберечь «вновь испеченных» аудиторов от порочных связей с клиентами с сомнительной репутацией и повальной коррупции в 1990-х годах. Но следует вспомнить о том, что формы и методы аудита в значительной степени отличаются от подходов государственного финансового контроля и лишь только отчасти используют приемы ревизии и контроля, которые являются основными методами в сфере государственных финансов.

Следует отметить, что в настоящее время общие подходы, реализуемые в сфере деятельности государственных счетных органов (Счетная палата РФ, Счетные палаты регионов), более близки по духу классическим принципам, сформированным в сфере аудита, чем процедурам советской системы госфинконтроля (по-прежнему используемых Минфином). В аудиторской деятельности со времен ее возникновения всегда применялись публичный подход и выход на интересы широкой общественности, в отличие от узкой сферы контроля за исполнением государственного бюджета.

Существует необходимость в четком разделении деятельности аудиторских компаний на аудит и консалтинг для более ясного понимания состояния рынка аудиторских услуг. Основных причин две:

1) при изучении состояния различных рынков такое разделение (сегментация) обычно проводится. На рынке автомобилей выделяются в качестве основных сегменты легковых и грузовых автомобилей. В производстве электроэнергии выделяются тепловые, атомные и гидростанции и т.д.;

2) различный характер аудиторских и консалтинговых услуг. Кстати, корректнее, по нашему мнению, говорить не о консалтинговых, а о других по отношению к аудиторским услугам, среди которых консалтинговые являются основными, но не единственными. Консалтинговые услуги рассчитаны обычно на одного пользователя, тогда как у аудита большое число внешних пользователей. Отсюда иной контроль качества аудиторских проверок, иное их регулирование, иная организационная сторона дела. Не исключена и иная динамика состояния этих сегментов рынка аудиторских услуг.

Кроме того, что для непосредственной оценки объемов рынка аудита необходимо разделение услуг, оказываемых компаниями, с одной стороны, на аудит и сопутствующие услуги и, с другой стороны, на услуги консалтинга, аутсорсинга, оценки и др. Следовательно, до тех пор, пока нет четкого разделения услуг аудиторско-консалтинговых компаний на аудит в чистом виде и не аудит, дать достоверную оценку рынку аудита в России будет сложно [4].

В последние годы на рынке аудита и сопутствующих услуг в России формируются новые направления и расширяются некоторые сегменты этого рынка, в частности, налоговое консультирование, получившее толчок к развитию после вступления в силу нового закона о трансфертном ценообразовании, а

также услуги по проведению аудита по международным стандартам финансовой отчетности (МСФО) с 2012 г., а в преддверии этого уже стали актуальными консультирование и услуги по трансформации отчетности в формат МСФО и соответствующее обучение сотрудников компаний.

Переход на международные стандарты аудита (МСА) облегчит жизнь не только аудиторам, но и регулятору. Сейчас федеральные стандарты аудиторской деятельности (ФСАД), предусмотренные Федеральным законом «Об аудиторской деятельности», разрабатываются в соответствии с международными стандартами аудита. При этом необходимо учитывать, что ФСАД — это нормативный документ, разрабатываемый в соответствии с действующим законодательством и существующими писаными и неписаными нормами. В частности, даже структура МСА не может быть принята при разработке ФСАД.

Таким образом, подготовка ФСАД на основе МСА — это не только скрупулезный перевод, но и вынужденная тщательная переработка исходного документа. Все это приводит к тому, что разработка ФСАД на основе постоянно изменяющихся МСА может занимать годы. Так, Рабочим органом Совета по аудиторской деятельности 1 ноября 2011 г. была принята программа разработки новых ФСАД. В соответствии с этой программой процесс разработки ФСАД планировалось завершить к декабрю 2014 г. А к этому времени в МСА уже могут быть внесены большие изменения, что вновь потребует проведения работы по изменению ФСАД и приведению их в соответствие МСА.

Переход же непосредственно на МСА упрощает эту задачу, сближает сроки выхода новых (более совершенных, отражающих последние тенденции) МСА и сроки подготовки официального перевода МСА на русский язык, на основе которого и будут работать российские аудиторы.

Конечно же, это потребует внесения изменений в закон «Об аудиторской деятельности», разработки порядка признания МСА на территории Российской Федерации. И такая работа уже ведется и Минфином, и Рабочим органом САД [3].

Несмотря на происходящие изменения на рынке аудита в России и достаточно жесткие действия регулятора, нельзя однозначно сказать, что сокращение объектов обязательного аудита «зачистит» рынок от небольших организаций. Да, безусловно, на рынке всегда существует некоторая часть компаний, настроенных на быстрый и несложный заработок либо сильно уставших от постоянных изменений на рынке аудита, но это не означает, что они полностью уйдут из этой сферы бизнеса, поэтому велика вероятность того, что часть компаний переключится с аудиторской деятельности на сопутствующие услуги, консультирование и бухгалтерский аутсорсинг.

При этом существует множество небольших аудиторских компаний с 15–20-летним стажем работы, которые имеют в штате несколько квалифицированных аудиторов, в том числе и обладающих новым единым аттестатом. Эти аудиторские компании как в столице, так и во многих регионах, нацелен-

ные на стабильную работу и качественное оказание аудиторских услуг, имеющие большой опыт работы в данной сфере деятельности, ничем не уступают крупным и средним компаниям как в подготовке и повышении квалификации своего кадрового состава, так и в удовлетворенности заказчиков результатами их работы.

Кроме того, является неоспоримым тот факт, что определенная часть небольших компаний имеет серьезные планы и стратегию развития, проявляет значительную активность в расширении спектра услуг и качества обслуживания, что в течение нескольких лет выводит их в категорию динамично развивающихся средних компаний.

Итоги исследований рынка аудиторско-консалтинговых услуг за 2011 г., проведенных как ведущим рейтинговым агентством «Эксперт РА» и деловыми изданиями («Коммерсант-Деньги», «Деловой Петербург» и др.), так и экспертами редакции журнала «АУДИТОР», по-прежнему подтверждают, что, несмотря на любые изменения в российском законодательстве в части гражданского законодательства, аудиторской деятельности, налогообложения, как и прежде, основным капиталом аудиторских компаний остается их репутация, которую они могут укреплять только добросовестным и профессиональным отношением к исполнению своих обязанностей [4].

Список литературы

1. Институт налогового консультирования: проблемы и перспективы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru>. Дата обращения 21.01.2013.
2. Налоговое консультирование на современном этапе [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://science-bsea.narod.ru>. Дата обращения 21.01.2013.
3. Перспективы развития системы налогового консультирования в Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nalog-ink.ru>. Дата обращения 21.01.2013.
4. Проблемы и перспективы развития института налогового консультирования в РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nalogpro.ru>. Дата обращения 21.01.2013.
5. Развитие новых видов консультирования в Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://sibac.info>. Дата обращения 21.01.2013.

Козьякина Ольга Николаевна

*студентка 4 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: lele4ka4ka@yandex.ru*

Минакова Елена Ивановна

*к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: lena_57_78@mail.ru*

УДК 658:005

Ю.А. Звягинцева, Т.В. Мелехова

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА КАК МЕТОД ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В настоящее время на предприятиях требуется особый стратегический подход к управлению, так как современные условия хозяйствования характеризуются высокой изменчивостью внутренней и внешней среды, а также жесткой конкуренцией. Данная статья посвящена рассмотрению стратегической диагностики как метода эффективного развития предприятия. Авторы детально изучают понятие стратегической диагностики, ее основу и цели, методы разработки и актуальные проблемы использования

Ключевые слова: стратегическая диагностика, стратегия, стратегический анализ, стратегическое планирование, стратегический контроль, стратегический менеджмент.

Современные условия хозяйствования, которые характеризуются высокой динамичностью внешней и изменчивостью внутренней среды, жесткой конкуренцией, требуют использования стратегического подхода в управлении предприятием. Технологией, которая призвана повысить эффективность информационной поддержки принятия управленческих решений в области маркетинга и гибкость системы управления маркетинговой деятельностью предприятий, обеспечить развитие и поддержание конкурентных преимуществ предприятия, является стратегическая диагностика.

Стратегическая диагностика рассматривается как средство организации управления на основе систем диагностических показателей, позволяющих определить причины неэффективного стратегического поведения на рынке, разработать программы восстановительных мероприятий и стратегии достижения целей. Она также способствует корректировке новых проблем, возникающих на предприятии в результате изменения и влияния внешних факторов [1].

Целью стратегической диагностики является установление состояния объекта посредством реализации комплекса исследовательских аналитических процедур. Указанная цель обуславливает решение следующего комплекса задач:

- обоснование мероприятий, управленческих решений, направленных на обеспечение деятельности всех составных элементов системы и способов их реализации;
- уменьшение влияния нежелательных отклонений критериальных значений.

Однако в современных условиях к актуальным проблемам использования стратегической диагностики в управлении предприятиями можно отнести:

- создание структуры и состава диагностических систем показателей;
- отсутствие информации о рынках, на которых работает или планирует работать компания;
- создание информационного обеспечения стратегической диагностики;

— понимание взаимосвязей хозяйственной системы и способов использования показателей [2].

Основой стратегической диагностики является оценка стратегии развития предприятия, подходы к развитию которой сводятся к теоретическому анализу в сочетании с интуицией разработчиков. Важным является и то, что стратегия никогда не может быть продумана и просчитана до конца, а ее корректировка по мере изменения внешних и внутренних условий — процедура необходимая.

Из сказанного следует, что универсального, пригодного на все случаи жизни метода разработки стратегии не существует, но опыт подсказывает несколько возможных направлений разработки. Лидером разработки процедур формирования стратегий считается Гарвардская школа бизнеса. К. Эндрюс, М. Портер, Г. Хэмел и К. Прахалад разработали главные подходы к формированию стратегий.

К. Эндрюс затрагивает вопросы анализа и оценки внешних и внутренних ситуаций, предлагает алгоритм проведения SWOT-анализа, который является основой разработки стратегии [3]. Внешняя оценка предполагает выявление и анализ внешних угроз и возможностей, в результате аналитических процедур формулируются ключевые факторы успеха организации. Внутренняя оценка основывается на выявлении и анализе сил и слабостей организации, в результате выявляются отличительные компетенции. Приведение в соответствие результатов SWOT-анализа позволяет организации сформулировать стратегии развития. Большое влияние на процессы создания, оценку и выбор стратегии организации имеют организационные ценности, то есть убеждения и предпочтения индивидов, формально возглавляющих организацию и социальная ответственность, в частности моральные устои общества, в котором функционирует организация. Стратегии оцениваются по показателям последовательности, согласованности, осуществимости, стратегия должна обеспечивать возможности для творчества и (или) поддержки конкурентного преимущества в избранной сфере деятельности.

Например, в школе дизайна практически не обсуждаются проблемы новых, неожиданно развивающихся стратегий. Предполагается наличие цельной картины — общей стратегии, основной концепции ведения бизнеса. Поэтому аналитические инструменты, а именно SWOT-анализ, используется только на этапе разработки стратегий. Процесс разработки и формулирования стратегии должен быть жестко контролируемым. Основой для разработки стратегий организации служит практический опыт деятельности компаний, систематизированный и интерпретированный приверженцами школы.

Школа дизайна поощряет руководителей к упрощению стратегического процесса, настаивает на возможности разработки стратегии на основе краткого контекста о деятельности компании, отрицает, что формирование стратегии есть долгий, тонкий и сложный процесс обучения, поощряет менеджеров разделять мышление и действия и к кабинетному затворничеству [4].

В условиях влиятельной, порой непредсказуемой внешней среды, когда окружение организации изменяется неожиданно, послышки школы дизайна ста-

новятся основной проблем, с которыми сталкиваются многие современные фирмы, компании.

Некоторые исследователи [5] считают этот подход чем-то средним между моделью SWOT – анализа и моделью пяти конкурентных сил Портера. Во взаимоотношениях с внешней средой компания пытается сформировать свое конкурентное преимущество на основе внутренних ресурсов и возможностей. Актуальность нового взгляда на стратегический анализ, ориентированного на ключевые компетенции организации, обозначилась в результате фундаментальных изменений в окружающей среде, влекущих за собой смену всей философии бизнеса, одно из названий которых - глобализация. Данное направление делает ставку не на конкуренцию, а на сотрудничество как основу существования, развития и процветания бизнеса. При этом наиболее эффективная организация подобного сотрудничества между конкурентами строится, именно, на взаимодополнении способностей и компетенции участвующих организаций. Особенно важно научиться определять компетенции и способности с тем, чтобы добиться оптимальной их конфигурации в рамках создаваемого партнерства или альянса.

Г. Хэмел и С. Прахалад, а также другие авторы развили эту концепцию, используя термин «базисная компетенция» [6]. Авторы отмечают важность создания условий, способствующих развитию у сотрудников компании стратегического мышления как основы повседневно принимаемых решений и текущей деятельности.

Изучение теоретических и практических разработок зарубежных и отечественных ученых в области стратегического управления по вопросам применения анализа в стратегическом управлении позволило нам сделать следующие выводы:

1. Роль анализа необоснованно ограничивается лишь обеспечением обратной связи (контроля и оценки результатов) управления. Концепция стратегического управления требует присутствия аналитической основы во всех функциях.

Мы исходим из того, что посредством стратегического анализа происходит разложение исследуемого объекта на составные части для более точного понимания и изучения, на стадии стратегического планирования происходит интеграция результатов стратегического анализа в стратегический план организации. При этом процессы стратегического анализа и стратегического планирования в системе стратегического управления протекают в единстве.

2. Проведение стратегического анализа позволяет создать основу построения стратегического управления в организации, путем информационного обеспечения процессов формулирования миссии организации, целей, разработки и реализации стратегий.

На этапе стратегического планирования значение стратегического анализа выражается в:

- аналитическом обосновании целей организации на предмет достижимости, очередности, приемлемости и других требований к целям;

- аналитической поддержке процесса выработки стратегии;
- оценивании начального состояния внешней среды и начального состояния организации на способность достижения целей;
- оценке будущего состояния организации и будущего состояния внешней среды;
- выработке перечня возможных вариантов стратегий;
- ранжировании вариантов и выборе оптимального варианта стратегии.

3. Стратегический анализ является первым этапом процесса стратегического управления, еще до формулирования миссии и целей организации необходимо четко представлять возможности собственного бизнеса и угрозы внешнего окружения.

4. На этапе стратегического контроля необходимо постоянное проведение стратегического анализа с целью:

- своевременного отсеечения неосуществимых стратегий;
- поддержания процесса разработки новых, более конкурентоспособных стратегий;
- обеспечения постоянного соответствия реализуемой стратегии с целями организации.

На этапе реализации стратегии необходимо прослеживать ситуации, которые могут влиять на разработанную стратегию и касающиеся:

- изменений потенциала организации (снижается, повышается, какие именно факторы, узкие места, определение сдерживающих и способствующих факторов, внутренних);
- изменений внешней среды (возможности, угрозы, тенденции);
- изменений целей организации, которые могут повлиять на разработанную стратегию, ее необходимо будет срочно корректировать или разрабатывать новую;
- достижения определенных (заранее запланированных) показателей, которые могут привести к смене стратегии;
- фиксирование соотношений достигаемых целей и внедряемых стратегий.

5. В функции стратегического анализа включается создание и накопление стратегической информации, которая будет использоваться для прогнозирования и оценки тенденций внешних факторов, оценки стратегических альтернатив, стратегического потенциала организации и конкурентоспособности. В данном случае посредством стратегического анализа происходит создание информационного обеспечения стратегического планирования и стратегического управления в целом, поэтому процесс стратегического анализа предусматривает сбор, обработку, классификацию, систематизацию, накопление, хранение стратегической информации в целях управления.

6. Проведение стратегического анализа развивает у менеджеров способности к стратегическому мышлению и тем самым создает основу для внедрения в организацию концепции стратегического управления.

Так, в качестве одного из элементов развития способностей к стратегическому управлению Карлофф Б. выделяет умение смоделировать ситуацию, где частью стратегического мышления является анализ [7].

Значение проведения стратегического анализа таково, что данный этап является инструментом превращения организации в обучающуюся организацию. Использование технологий стратегического анализа в процессе принятия стратегических решений помогает менеджерам накапливать опыт работы по поиску и систематизации стратегической информации, а также является одним из источников накопления опыта и обучения в реальном времени.

Серьезной и недостаточно проработанной проблемой остается разработка и выбор систем показателей, используемая в процессе реализации стратегии в целях контроля. Концепция стратегического управления требует реального поддержания актуальности, жизнеспособности и эффективности стратегий, а также своевременного контроля за исполнением стратегии и достижением. Для достижения этих целей строится система показателей, которая позволит осуществлять постоянный мониторинг за реализацией стратегии, изменений потенциала и внешней среды организации.

Стратегический анализ как этап планирования направлен на информационно-аналитическое обеспечение процессов разработки стратегических целей, стратегий и формирования стратегического плана. Анализ носит периодический характер, в рамках которого оцениваются неуправляемые показатели внешней среды предприятия и соотносятся с внутренними, управляемыми показателями. Стратегический анализ как этап контроля над реализацией стратегии предприятия направлен на информационно-аналитическое обеспечение процессов выявления стратегических проблем, оценку достижения целей и реализации стратегических планов, оценку эффективности реализуемых стратегий и затрат.

Таким образом, значение стратегического анализа сводится к информационно-аналитическому обеспечению процессов принятия стратегических решений. Посредством стратегического анализа информация о внешнем окружении и внутренняя информация, формирующиеся в системах стратегического планирования и стратегического контроллинга, систематизируется, классифицируется, агрегируется и поступает в систему принятия стратегических решений.

Отсутствие точной и своевременной информации, адекватной проблемам достижения стратегических приоритетов, является одной из наиболее частых причин слабого управленческого воздействия на весь процесс разработки и реализации стратегии [8].

Проблемы успешного осуществления стратегии сосредотачиваются на том, насколько хорошо или плохо существующая организация реагирует на стратегию и насколько адекватно или неадекватно выдаваемые отчеты соответствуют действительности.

Большое значение в данном случае приобретает диагностический подход в системе стратегического менеджмента. Диагностический подход предпола-

ет определение характера нарушений и области хозяйственной деятельности, в которой происходят отклонения от нормальной относительной динамики различных процессов, выражаемые через темпы изменения соответствующих показателей.

По нашему мнению, стратегическая диагностика должна рассматриваться шире и означать способ организации стратегического контроля, так как посредством стратегического анализа выявляются факторы, повлиявшие на возникновение проблемы, определяется степень их влияния и оцениваются возможности предприятия по устранению проблемы с перечнем корректирующих мероприятий.

Для высшего руководства и собственников предприятия стратегическая диагностика есть средство получения достоверной качественной информации о стратегических возможностях и основа для введения в действие особых методов и механизмов менеджмента. Диагностика позволяет выявлять причинно-следственные связи в дисфункциях менеджмента, а затем переходить к построению объяснительной и прогнозной модели функционирования и развития предприятия [9].

Специфические свойства экономической диагностики, на наш взгляд, являются актуальными и для стратегической диагностики и включают в себя:

- изучение новых качеств объекта управления в результате развития социально-экономических системы;
- выявление причинно-следственных связей в развитии объекта и субъекта управления;
- определение границ экспертного знания менеджера и используемых экспертных систем в диагностировании стратегических проблем, их предупреждении и выходе из них;
- мониторинг за изменением состояний ситуации в условиях высокой энтропии рыночной макросреды предприятий, существенно снижающей управляемость и степень информационного контроля, и вероятность прогнозирования;
- необходимость повышения эффективности прогностических функций диагностики.

Итак, стратегическая диагностика помогает оценить эффективность стратегии предприятия, понять стратегическую позицию предприятия в каждом из направлений его деятельности, оценить сильные и слабые сигналы, которые поступают из внешней и внутренней среды. Информация, полученная в ходе такой диагностики, даёт неоценимую поддержку руководителю в процессе формирования стратегии предприятия.

Список литературы:

1. Минцберг, Г. Стратегический процесс [Текст]: учебник /Пер. с англ. / Под ред. Ю.Н. Каптуревского. — СПб.: «Питер», 2011. — 300 с.
2. Виссема, Х., Стратегический менеджмент и предпринимательство: возможности для будущего процветания [Текст]: учебник / Х.Виссема— М.: «Финпресс», 2010. — 245 с.

3. Уткин, Э.А., Стратегическое планирование [Текст]: учебник /Э.А. Уткина. — М.: «Тандем», 2010. — 229 с.
4. Вайсман, А., Стратегия менеджмента: пять факторов успеха [Текст]: учебник. /А. Вайсман. - М.: «Экономика», 2010. – 265 с.
5. Ольве, Н.Г. Оценка эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей [Текст]: учебник. / Н. Г. Ольве. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2011. – 304 с.
6. Спицнадель, В.Н., Основы системного анализа [Текст]: учебное пособие / В.Н. Спицнадель. - СПб: Изд. дом «Бизнес-пресса», 2009. - 326 с.
7. Карлофф, Б. Деловая стратегия [Текст]: учебник. /Пер. с англ./ Науч. ред. В.А. Приписнов. – М.: Экономика, 2009. - 239 с.
8. Литвак, Б. Г. Разработка управленческого решения [Текст]: учебник / Б.Г. Литвак. 3-е изд., испр. - М.: Дело, 2010.- 392 с.
9. Зайцев, Л. Г., Стратегический менеджмент [Текст]: учебное пособие / Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова – М: Юрист, 2009.- 416 с.

Мелехова Татьяна Владимировна

студентка 5 курса факультета управления

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: grigoriy0603@mail.ru

Звягинцева Юлия Александровна

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

Орловского государственного института экономики и торговли

e-mail: yguliazv@yandex.ru

УДК: 330.322

Е.В. Пьянова

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье рассмотрены изменения, происходящие в инвестиционной сфере, причины их появления, факторы влияния и перспективы развития инвестиционной деятельности в современных условиях.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, экономический кризис, инвестиционная политика.

Деятельность предприятий напрямую связана с инвестициями, необходимыми для расширения и обновления производства, повышения финансовой эффективности деятельности. Чем интенсивнее происходит инвестирование, тем быстрее осуществляется процесс воспроизводства и процесс рыночных преобразований. Поэтому основным фактором экономического роста является создание оптимальных условий осуществления инвестиционной деятельности.

Инвестиции играют важную роль в функционировании и развитии экономики. Изменения в количественных соотношениях инвестиций оказывают воз-

действие на объем общественного производства и занятости, структурные сдвиги в экономике, развитие отраслей и сфер хозяйства. Обеспечивая накопление фондов предприятий, производственного потенциала, инвестиции непосредственно влияют на текущие и перспективные результаты хозяйственной деятельности. При этом инвестирование должно осуществляться в эффективных формах, поскольку вложение средств в морально устаревшие средства производства, технологии не будет иметь положительного экономического эффекта. Нерациональное использование инвестиций влечет за собой замораживание ресурсов и вследствие этого сокращение объемов производимой продукции. Таким образом, эффективность использования инвестиций имеет важное значение для экономики: увеличение масштабов инвестирования без достижения определенного уровня его эффективности не ведет к стабильному экономическому росту [1].

Инвестиции необходимы для долгосрочного роста предприятия, они играют значительную роль в осуществлении стратегии выбранного предприятия.

Инвестиционная деятельность предприятия - это неотъемлемая часть функционирования любого коммерческого предприятия, целью которого является успешное ведение бизнеса, повышение качества продукции, расширение производства, взаимодействие и укрепление внешних связей.

В настоящее время ситуация, происходящая в инвестиционной среде, во многом зависит от экономического положения в стране, а в частности, от изменений в финансово-кредитной сфере.

Отличительными чертами рыночной экономики являются непостоянность экономической среды, изменение внешних факторов, определяющих политику предприятия, изменение цен на продукцию, изменение курса валют, наличие конкурентов.

Необходимо отметить, что негативное влияние на инвестиционный климат оказывают низкие темпы восстановления экономики после экономического кризиса. В связи с этим возникает необходимость инноваций в инвестиционной деятельности предприятий.

Одной из причин неблагоприятного инвестиционного климата является смена политической власти, которая может привести как к ужесточению требований к инвесторам, так и к облегчению налогового режима или созданию благоприятных условий для инвестирования в определенные секторы российской экономики.

Различают следующие виды факторов:

1. Экономические: уровень инфляции (невозможность точного определения изменения уровня цен, следовательно, увеличение риска потери капитала), налоги, уровень цен на продукцию или услуги, изменение курса валют;
2. Изменения государственного сектора: законодательство, лицензирование и т.п.);
3. Политические изменения: внешняя, внутренняя, инвестиционная политика);
4. Экологические;

5. Наличие конкурентов: количество, сильные и слабые стороны, потенциал.

Принципы формирования эффективной инвестиционной политики в условиях кризиса:

- учет различной стоимости денег во времени;
- учет темпов инфляции;
- построение прогнозов с учетом уровня рисков и доходов.

Главной особенностью инвестиционной деятельности предприятия в условиях рынка является неполнота и неточность информации о развитии ситуации, следствием чего является невозможность получения четких значений результатов инвестирования и надежности принимаемых решений. Исходя из этого, формируются новые требования к процессу планирования, разрабатываются различные варианты плановых решений и оценка их эффективности.

Проблемы управления инвестиционной деятельностью предприятия - недостаточность инвестиционных ресурсов, устаревшие производственные технологии и фонды, проблемы наличия квалифицированных кадров.

Особенностью инвестиционной деятельности предприятия является возможность возникновения рисков, которые обусловлены изменениями внешней среды.

Инфляция оказывает негативное влияние на инвестиционную деятельность, которая, в свою очередь, зависит от состояния экономики: при стабилизации и подъеме экономики она снижается. При этом следует иметь в виду, что с процессом инфляции тесно связана ставка банковского кредита.

Процесс активизации инвестиционной деятельности невозможен без систематизации и анализа факторов, оказывающих на нее влияние.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что одним из решений возникающих проблем является изменение системы управления инвестиционной деятельностью предприятия с учетом изменения современных условий. Предприятию необходимо создание новых направлений анализа инвестиционной деятельности.

Список литературы:

1. Игонина, Л.Л. Инвестиции [Текст] / Л.Л. Игонина.- М.: Экономистъ, 2005.-478 с.
2. Крутиков, В.К. Особенности становления и развития инвестиционных процессов в РФ [Текст]: учебно-методическое пособие/В.К. Крутиков, Т.В. Дрожжина, Ю.В. Зайцев и др. –Калуга: Изд. «Эйдос», 2012, -150с.
3. Щеткин, И. Е. Совершенствование методов инвестиционно-инновационной деятельности предприятий критической инфраструктуры. //Проблемы современной экономики. -2012. - №1. –С. 34-40

Пьянова Елена Владимировна
 магистрант Орловского государственного
 института экономики и торговли
 e-mail: elena.lavrente@mail.ru

УДК 339.137.21

Ю.П. Соболева, В.Н. Лукашова

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РЕГИОНА:
ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ СОЗДАНИЯ**

Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности любого предприятия. На современном этапе развития рыночных отношений ни одна организация не может обойтись без оценки как своего конкурентного положения на рынке, так и конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг. Несмотря на разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою единую конкурентную стратегию, свои конкурентные преимущества для достижения рыночного успеха.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентная борьба, сельское хозяйство.

В настоящее время термин «конкурентоспособность» стал одним из наиболее употребляемых в научной литературе. Политики, экономисты, предстатели бизнеса, журналисты и другие также широко его используют в своей сфере деятельности, когда речь идет о необходимости интеграции экономики страны или, как будет представлено далее, на примере Орловского региона в сфере сельской промышленности в систему современного мирового хозяйства. Сегодня отыскать профессионального, опытного и результативного руководителя на управляющие позиции очень сложно, потому, что сохранившиеся учебные заведения со своими программами не совсем успевают за потребностями реальной жизни, а краткосрочных курсов, обучающих управлению предприятием, нет. Практический опыт не всегда может дать возможность ориентироваться в современной экономике. Это происходит потому, что владельцами и организаторами торгового бизнеса также часто являются, например, бывшие научные работники, осваивающие правильную организацию торговли на своих собственных ошибках.

Цель каждого предпринимателя - максимизация прибыли, а, следовательно, и расширение масштабов хозяйственной деятельности любого предприятия. Это неизбежно приводит к взаимной борьбе предпринимателей различных стран и регионов нашей страны за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров, работ и услуг, рост объема производства, и они выступают по отношению друг к другу как соперники или конкуренты.

Если предложение любого товара на рынке больше, чем спрос на него, то, естественно, усиливается конкурентная борьба между продавцами. Каждый из них, чтобы продать свой товар или услугу, зачастую вынужден снизить цену, что, как правило, влечет за собой сокращение производства данного товара и, следовательно, уменьшение прибыли, что может привести данное предприятие к банкротству. Если спрос больше, чем предложение, то конкурировать друг с другом вынуждены уже покупатели, чтобы приобрести данный товар.

Чтобы иметь возможность приобрести дефицитный товар, каждый из них старается предложить по возможности более высокую цену, чем это могут сделать его соперники. Цена повышается, и это стимулирует увеличение предложения данного товара на рынке [2].

На современном этапе развития рыночных отношений в Орловском регионе и в стране в целом ни одна организация не может обойтись без оценки как своего конкурентного положения на рынке, так и конкурентоспособности своей продукции, товаров, работ или услуг. Несмотря на разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою единую конкурентную стратегию, свои конкурентные преимущества для достижения рыночного успеха и получения прибыли. Основными методами, которые используются при оценке конкурентоспособности предприятия, могут быть: анализ и синтез, системный подход, диалектический, оценка конкурентоспособности на основе уровня продаж; анкетирование, метод экспертных оценок, SWOT-анализ и т. д.

Конкуренция выступает как высшая побудительная сила, которая заставляет любое предприятие на рынке повышать качество своей продукции, товаров, работ или услуг, снижать затраты на производство, повышать производительность труда, затрачивая на это меньше времени и средств. Средством конкуренции являются товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание покупателей на рынке и получить деньги от потребителя. В наиболее полном смысле конкурентоспособность включает в себя три основные составляющие. Одна из них жестко связана с изделием как таковым и в значительной мере сводится к качеству, другая связана как с экономикой создания сбыта и сервиса товара, так и с экономическими возможностями и ограничениями потребителя. Наконец, третья отражает все то, что может быть приятно или неприятно потребителю как покупателю, как человеку, как члену той или иной социальной группы и т. д. [1].

Следует отметить, что исследования в области конкурентоспособности субъектов предпринимательской деятельности пока еще проводятся, в основном, с позиции влияния на нее производственных, материально-вещественных факторов. Современная экономическая мысль исходит из того, что решающую роль в обеспечении конкурентоспособности организации играет интеллектуальный капитал и связанные с ним нематериальные активы предпринимателя. Однако данное положение требует серьезной адаптации к условиям российской действительности, характеризующейся нестабильностью рыночных отношений, ограниченностью обращения информации и слабой правовой защищенностью экономических субъектов.

В последнее время в Орловской области и других регионах страны ясно проявляется тенденция к обострению конкуренции между предприятиями, которые подвергаются нарастающему совокупному воздействию конкурентных факторов. Орловский регион является одним из крупнейших производителей зерна и сельскохозяйственной продукции. Тем не менее, на многих предприятиях сельского хозяйства не проводится целенаправленная работа по анализу конкурентов, отсутствует систематизированные представления о том, что является конкурентоспособностью предприятия, как ее создавать, поддерживать,

оценивать, грамотно реализовать и управлять ею. Наглядный пример реализации этой работы мы рассмотрим на примере развития сельского хозяйства в Орловской области за период 2011-2012 гг. и перспективы реализации поставленных задач на 2013-2020 гг. «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Орловской области на 2013-2020 годы» [5].

Основным субъектом предпринимательской деятельности и, следовательно, носителем предпринимательской активности выступает предприниматель. При этом в соответствии с действующим законодательством РФ под предпринимателем понимают:

- индивидуального предпринимателя;
- физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность и зарегистрированное в установленном порядке;
- организацию (юридическое лицо).

Выделение следующих функций конкуренции представлено на рисунке 1.



Рисунок 1- Функции конкуренции

По характеру развития конкуренция разделяется на свободную и регулирующую. Также конкуренцию делят на ценовую и неценовую [2].

Ценовая конкуренция возникает, как правило, путем искусственного сбивания цен на данную продукцию. При этом широко используется ценовая дискриминация, которая имеет место в том числе, когда данный продукт продается по разным ценам, и эти ценовые различия не оправданы различиями в издержках.

Ценовая конкуренция наиболее часто встречается в сфере услуг, при оказании услуг по транспортировке продукции; при реализации товара, который не поддается перераспределению с одного рынка на другой (транспортировка скоропортящихся продуктов с одного рынка на другой).

Неценовая конкуренция проводится главным образом посредством совершенствования качества продукции, технологии производства, инноваций и

нанотехнологий, патентирования и брендинга и условий ее продажи, «сервизации» сбыта. Этот вид конкуренции основывается на стремлении захватить часть или лидирующее положение отраслевого рынка путем выпуска новых товаров, т. е. товаров заменителей, которые либо принципиально отличаются от своих предшественников, либо представляют модернизированный вариант старой модели товара.

Неценовая конкуренция путем сбыта продукции получила название конкуренции по условиям продаж. Этот вид конкуренции основывается на улучшении сервиса обслуживания покупателя. Сюда входит воздействие на потребителя через рекламу, СТИС, PR, мерчендайзинг, обслуживание клиентов.

Выделяют следующие основные направления конкурентной деятельности фирмы, которые представлены на рисунке 2.



Рисунок 2- Направления конкурентной деятельности фирмы

Реализация предпринимательской активности предполагает функционирование в условиях конкурентной среды и требует от субъекта предпринимательства поддержания заданного рынком уровня конкурентоспособности [1].

Конкурентоспособность является многомерным свойством, что определяется многоаспектностью самого явления конкуренции. Это означает, что менеджмент предприятия не может сосредоточивать усилия только на одном из конкурентных факторов - они должны учитываться одновременно с учетом взаимной зависимости и времени. Многоаспектность конкуренции также проявляется в том, что предприятия могут предвидеть поведение всех своих конкурентов, а также реагировать на одну и ту же ситуацию на рынке различным образом. Вследствие этого затрудняется прогнозирование ситуаций и долгосрочное планирование. Многие ошибки в конкурентной борьбе обусловлены сложностью самого явления конкуренции, далеко не всегда осознаваемого менеджментом российских предприятий. Решение этой проблемы необходимо начать со структуризации соответствующих понятий и выявления их взаимосвязи.

На сегодняшний день на рынке существует достаточное количество авто-

мативированных торговых систем, в том числе и в сельском хозяйстве, позволяющих получать необходимые отчеты о проведенных работах. Изучить, что же именно должно быть включено в эти отчеты, и какие отчеты необходимо читать ежедневно, еженедельно, ежемесячно, а также, какие действия следует предпринимать при тех или иных отклонениях от плановых показателей, сегодня можно всего за 2 дня, на семинаре «Коммерческий менеджмент», проводимый специалистами любой компании [3].

В современном экономическом словаре выделено следующее определение: конкурентоспособность страны - это способность экономики страны, государства участвовать в международной торговле, удерживать и расширять определенные сегменты на мировых рынках, производить продукцию, соответствующую мировым образцам. Определяется технико-экономическим уровнем производства в стране, величиной издержек производства, качеством производимых товаров, развитостью инфраструктуры, наличием абсолютных и относительных преимуществ.

Анализу конкурентоспособности страны, отрасли и особенно предприятия в отечественной и зарубежной экономической литературе уделено большое внимание. Отдельные авторы утверждают, что универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится. К сожалению, авторы ограничиваются указанным утверждением, хотя очевидно, что оно не может претендовать на абсолютный характер, а требует хотя бы минимальной типологизации экономических объектов [4].

С целью повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций-производителей на примере Орловской области растениеводческой продукции требуется рост рентабельности и качества выпускаемой ими продукции. В свою очередь, увеличение рентабельности возможно за счет роста цены и снижения полной себестоимости 1 Ц., реализуемой сельхозпроизводителями продукции. Наибольший финансовый эффект может быть получен посредством снижения себестоимости производства и реализации единицы продукции при одновременном увеличении объемов ее производства.

Применение элитных и новых сортов сельскохозяйственных культур, районирование, оптимизация системы удобрений, средств защиты растений, осуществление своевременного технического обслуживания и ремонта применяемой сельскохозяйственной техники своими силами, экономное расходование электрической энергии, привлечение высококвалифицированных специалистов будут способствовать росту урожайности и снижению производственных затрат. Для повышения объемов производства растениеводческой продукции необходимо увеличение посевных площадей, в том числе за счет введения в эксплуатацию ранее не использовавшихся земель, использования системы севооборотов и др. При этом следует учитывать, что многолетняя эксплуатация земель сельскохозяйственного назначения без восполнения микроэлементного питания может привести к их значительному истощению и резкому снижению урожайности, уменьшению питательной ценности продуктов сельского хозяйства и животноводства [3].

Немаловажно развивать инфраструктуру села, так как необходимо наличие высококвалифицированных специалистов, ведь их труд более производительен. К сожалению, в настоящее время наблюдается снижение численности населения в селах, что сказывается на недостатке высококвалифицированных механизаторов и других работников массовых профессий сельскохозяйственных организаций, что также сказывается на качестве выполнения технологических операций при возделывании растениеводческих культур и, в конечном итоге, на их урожайности. Для предотвращения этого процесса необходимо обеспечивать доступным жильем работников агропромышленного комплекса, улучшать социальную сферу села, обеспечивать достойную оплату труда работников.

Для реализации поставленных выше целей, сокращения издержек в сельскохозяйственном производстве администрация Орловской области разработала ряд целевых программ развития села. При этом следует отметить, что Орловская область активно занимается сельским хозяйством, причем сельская экономика занимает значительную часть в экономическом комплексе региона: земли сельскохозяйственного назначения и территории сельских поселений расположены более чем на 90% площади области, на которой проживают свыше 290 тыс. человек, или 35,7% населения. В общей земельной площади Орловской области, составляющей около 2,5 млн. га, 1,9 млн., или 77%, занимают сельскохозяйственные угодья, из которых более 1,5 млн. гектаров, или свыше 79,4% – пашня. В 2012 г. площадь посева озимых зерновых культур составила 417,4 тыс. га, на что было затрачено 34,5 млрд. руб., или 126,5%, к уровню 2010 г.

Объем государственной поддержки сельского хозяйства из федерального бюджета в 2011 г. составил около 2,1 млрд. руб. Из областного бюджета на поддержку сельского хозяйства в 2011 г. было направлено 313,2 млн. руб. На 127,2% обеспечено выполнение целевого индикатора - госпрограммы по внесению минеральных удобрений. Субсидирование мер по поддержке элитного семеноводства региона составило из федерального бюджета за 9 месяцев 2012 г. около 20,2 млн. руб., а из областного бюджета – около 1,1 млн. руб. Финансирование мероприятий по производству рапса за этот же период из федерального бюджета составило около 20962 тыс. руб., из областного бюджета – около 1103,3 тыс. руб., или 100 % и от целевого индикатора [5].

Следует акцентировать внимание на том, что правительство Орловской области утвердило долгосрочную областную целевую программу «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Орловской области на 2013-2020 годы». Как отметил заместитель Председателя Правительства области, руководитель агропромышленного блока В. Новиков, задачами программы являются увеличение объемов производства и повышение конкурентоспособности продукции растениеводства и животноводства и продукции их переработки, развитие племенной базы мясного скотоводства, развитие малых форм хозяйствования на селе, техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие отраслей.

Ресурсное обеспечение указанной программы составляет 45,1 млрд. руб., в том числе из областного бюджета планируется направить 2,9 млрд. руб., или 6,4%, доля федерального бюджета в финансировании программы прогнозиру-

ется в размере 29,1%, внебюджетных источников - 64,5 %. Программой предусмотрена государственная поддержка элитного семеноводства. Также в планах развитие садоводства, в том числе появится новое направление – возмещение части затрат на раскорчевку выбывших из эксплуатации старых садов при условии наличия плана рекультивации земель. Будет оказываться поддержка в кредитовании отрасли растениеводства, переработке ее продукции, развитии инфраструктуры и логистического обеспечения, управлении рисками в растениеводстве. Меры поддержки также будут направлены на сохранение почвенного плодородия. В рамках выполнения задач по технической и технологической модернизации за 2013-2020 гг. будет приобретено 607 зерноуборочных комбайнов, 62 кормоуборочных комбайнов, 841 трактор. С 2015 г. планируется ежегодная реализация не менее одного инновационного проекта, осуществляемого с участием государственной поддержки. В результате реализации программы индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в 2013-2020 гг. увеличится на 22,6%. Рентабельность сельскохозяйственных организаций (с учетом субсидий) в 2020 г. ожидается на уровне 15% [5].

Работа с этическими вопросами управления включается в программы обучения по управлению персоналом и лидерству. Также всё большее число компаний создаёт собственный, достаточно краткий, но однозначный этический кодекс, который, при правильной подаче, становится существенным элементом корпоративной культуры компании.

Таким образом, эффективная реализация вышеуказанных направлений развития сельского хозяйства, в том числе отрасли растениеводства, будет способствовать повышению конкурентоспособности как среди сельскохозяйственных организаций, так и среди производителей растениеводческой продукции.

Список литературы:

1. Бобков, А.Л. Экономия ресурсов как фактор повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной промышленности России [Текст] /А.Л. Бобков, Л.В. Бобков - М.: Дашков и К, 2010. - 147 с.
2. Грани конкурентоспособности: государство, регион, предприятие, товар [Текст] /Под ред. С.С. Чернова. - Новосибирск: СИБПРИНТ, 2008. - 186 с.
3. Емельянова, Л.А. Психология конкуренции и конкурентоспособности [Текст] /Л.А. Емельянова - М.: Изд-во МГОУ, 2008. - 441 с.
4. Иванов, С.В. Оценка и формирование конкурентоспособности системы управления компанией [Текст]: монография /С.В. Иванов –Орел :Аксиос,2008.-127с.
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://orel.gks.ru/>. Дата обращения:20.02.2013.

Соболева Юлия Павловна

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

Лукашова Виктория Николаевна

*студентка 3 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: nice.lukashova@bk.ru*

УДК [657.6:004]

И.И. Сергеева, И.С. Цуканова

**ИТ-АУДИТ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОГО
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ БИЗНЕСА**

Нынешние информационные системы (ИС) являются сложной совокупностью скоррелированных программно-аппаратных средств, имеющих окончательной целью передачу клиентам обработанной информации, принятой от источников информации в процессе переработки и накопления данных. Точное построение современных ИС представляется трудной технической задачей, от правильного выполнения которой зависят ключевые границы деятельности всего комплекса информационной инфраструктуры компании. Целью выполнения ИТ-аудита ИС является анализ состояния имеющейся информационной системы, обнаружение ее недостатков и разработка комплекса мер, направленных на улучшение взаимодействия всех компонентов системы.

Ключевые слова: информационные системы, программно-аппаратные средства, ИТ-аудит, обработка информации, анализ, обнаружение.

Нарастающая нагрузка на ИС заставляет руководителей все чаще задуматься о соразмерности ИС требованиям бизнеса. При этом важно, чтобы темпы изменения структуры ИТ-технологий были соразмерны с темпами роста бизнеса компании. Применяемые на практике информационные технологии имеют большое влияние на эффективность труда сотрудников и компании в целом, они могут изменять её как в положительном, так в отрицательном направлении. Любая ИС должна четко соответствовать предъявляемым к ней условиям, иначе неэффективность снизит общую эффективность бизнеса.

В условиях информационного общества больше внимание уделяется информационным технологиям. Для конкретного предприятия и его модернизации важно понимать, на каком этапе развития находятся используемые информационные технологии, и какие действия следует произвести для их дальнейшего совершенствования. Важным этапом для оценки этих параметров является ИТ-аудит, который позволяет, кроме названных задач, оценить дополнительно и проблемы безопасности и защиты данных в информационных системах предприятия. Процедура аудита может проводиться как внутренними экспертами, так и внешними компаниями. Сама процедура является достаточно сложной и трудоемкой, поэтому не лишена некоторых проблем.

ИТ-аудит — сравнительно новое понятие для России, поэтому трактуют его по-разному. В ведущих странах мира под аудитом подразумевается ежегодный процесс, подтверждающий соответствие компании заявленным бизнес-показателям и регулирующим стандартам. ИТ-аудит (или аналитическое обследование) используется для выработки ИТ-стратегии, проведения анализа рисков, управления стоимостью обслуживания информационных систем, создания

конфигурационной базы данных ИТ-ресурсов, разработки способов контроля изменений.

В специализированной литературе приводится такое определение: «Процедура аудита (обследования) сферы информационных технологий в компании предполагает сбор, анализ и предоставление руководству компании информации о текущем состоянии в сфере ИТ, о рисках, связанных с «проблемными зонами» информационных подсистем, и выдачу рекомендаций по снижению этих рисков и повышению качества функционирования подсистем».

В области информационных технологий аудит предприятия (учреждения) определяется как «объективный анализ его ИТ-инфраструктуры, главным критерием которого является ее соответствие законодательным и нормативным документам, национальным и международным стандартам, а также заявленной производителями функциональности программного и аппаратного обеспечения». Оценка состояния ИТ-структур включает несколько разных уровней, основными среди которых являются организационный (анализ существующих бизнес-процессов) и технический (программная и аппаратная составляющие).

Развитие информационных технологий носит динамичный характер. Оно требует постоянного контроля и управления. Эта потребность вызвала необходимость применения к последним аппарата аудита со всеми его приёмами и инструментарием.

ИТ-аудит является важным этапом при решении задач оптимизации затрат и снижения рисков ИТ-проектов, при создании системы информационной безопасности и др.

Основная задача ИТ-аудита - объективно оценить текущее состояние ИТ-системы предприятия (учреждения), ее соответствие поставленным целям и задачам бизнеса для увеличения эффективности экономической деятельности и рентабельности компании.

Организация, заинтересованная в проведении аудита ИТ – инфраструктуры, надеется получить не только заключение о текущем состоянии используемых ею информационных технологий, но и практические рекомендации по решению имеющихся проблем, выявленных в ходе проверки. Эта задача тесно связана с ИТ-аудитом, ведь именно на его результатах базируется ее решение.

Главная цель ИТ-аудита - изучить работу составляющих ИТ компании и показать, где существуют проблемы. При этом аудиторы содействуют сокращению сбоев ИС, проводят оценку рисков ИТ, участвуют в управлении рисками ИТ, помогают в подготовке нормативной документации, соизмеряют бизнес-риски со средствами автоматизированного контроля, периодически осуществляют проведение процедуры аудита и, в конечном итоге, способствуют правильному управлению ИТ.

Дополнительно ИТ-аудит позволяет проанализировать используемые компанией ИТ-проектов, соответствующих запросам и проблемам бизнеса; организация информационной системы, соответствующей задачам бизнеса, оце-

нить ИТ-системы предприятия на эффективную наполненность и соответствие международным стандартам; оценка ИТ - системы по нефункциональным критериям. К тому же аудит дает возможность проанализировать процессы разработки и внедрения ИТ, осуществляет сопровождение и техническую поддержку, оценку совокупной стоимости вложения инвестиций в ИТ и позволяет на основе анализа проблем в системе ИТ сформулировать пакет предложений по модернизации данной сферы.

Предметом ИТ-аудита являются информационные технологии и решения, принимаемые в компании. От цели проведения ИТ-аудита будут зависеть объемы работ специалистов: их деятельность может охватить как всю инфраструктуру предприятия, так и отдельные ее составляющие (локальная сеть, вычислительная техника, системное и прикладное программное обеспечение). Непосредственным объектом аудита является система управления ИТ в компании.

Аудиты рекомендуется проводить регулярно, например, раз в полгода, даже если в инфраструктуре не происходит никаких изменений. Любая ИТ-система, даже очень хорошо спроектированная, нуждается в регламентном обслуживании и контроле.

На Российском рынке в настоящее время можно выделить некоторые виды ИТ-аудита по объектам анализа. Краткий ИТ-аудит заключается в анализе настроек общих параметров ИТ-инфраструктуры (серверов, сетевого оборудования, операционных систем, системного и прикладного ПО, антивирусной защиты, рабочих процессов, ит.д.).

Аудит инфраструктуры заключается в обзоре и документировании размещения серверов, компьютеров, сетевого оборудования, анализе серверных помещений (охраны, видеонаблюдения, замков, процедуры доступа и.т.д.), анализе топологии вычислительной сети.

Аудит ИТ бизнес-процесса - это анализ соответствия настроек ИТ-систем существующим бизнес-процессам, осуществляющимся в организации, адекватность прав доступа пользователей систем.

Аудит управления ИТ заключается в анализе организационной структуры ИТ-подразделений, стратегии ИТ, планировании работ, оценке обоснованности инвестиций в ИТ, возможности перепрофилирования существующей ИТ-инфраструктуры для решения качественно других задач и т. д.

Аудит Информационной безопасности заключается в анализе доступности, целостности, конфиденциальности данных, оценке рисков несанкционированного доступа к данным. Данный вид аудита выявляет возможности и предлагает способы их восстановления после внештатных ситуаций, обеспечивает наличие и полноту необходимой административной и регламентирующей документации и ее соответствие действующему законодательству.

Аудит критерия ИТ — сбор, анализ информации и составление рекомендаций по какому-то отдельному критерию ИТ: безопасности, надежности, доступности, производительности и т.д. Аудит по определенному критерию оце-

нивает не отдельный элемент ИТ-инфраструктуры, а всю совокупности программных средств, процессов их сопровождения и обслуживания во всей проверяемой организации.

Комплексный аудит включает в себя полный ИТ-аудит организации (аудит инфраструктуры, аудит бизнес-приложений, аудит безопасности информационных систем, аудит информационной службы, аудит рисков и т.д.).

Коме того, классифицировать виды аудита можно и в разрезе жизненных циклов ИТ-системы. Предпроектный аудит дает анализ целесообразности модернизации существующей или построения новой информационной системы.

Аудит проекта определяет соответствие проекта техническим требованиям, оценивает все виды затрат на создание (внедрение) новой информационной системы, выявляет недостатки проекта при внедрении и определяет пути их устранения.

Постпроектный аудит заключается в выявлении и оценке факторов риска, определении затрат на поддержание внедренной информационной системы, содержит рекомендации по обеспечению бесперебойности функционирования ИТ.

ИТ-аудит - это системный процесс, который включает в себя получение и оценку объективных данных о состоянии информационных систем в данный период времени, используемых технологий, о действиях и событиях, происходящих в ИТ-системах. ИТ-аудит устанавливает уровень их соответствия определенному критерию и по итогам проведенного исследования предоставляет результаты заказчику аудита.

Условиями проведения ИТ-аудита являются:

- 1) проведение интеграции или поглощения компаний, при которых следует привести ИС к единому стандарту;
- 2) частые сбои в инфраструктуре и её частях;
- 3) смена руководителя ИТ департамента;
- 4) проверки в организации;
- 5) неудовлетворяющая требованиям бизнеса эффективность компьютерной инфраструктуры фирмы;
- 6) существует опасение на соединение к компьютерной системе внешних неразрешенных подключений;
- 7) начало работ по модернизаций ИТ-систем и после их окончания;
- 8) требуется оптимизация работы ИС для повышения эффективности и ясности работы имеющихся ресурсов.

Даже если в организации есть свои эксперты по компьютерным технологиям, не всегда можно справедливо оценить состояние ИТ-инфраструктуры своими силами. В таком случае обращаются к услугам фирм, специализирующихся на Аудите ИС.

Итогом проведенных работ является определение проблемных точек в ИТ-инфраструктуре. Аудит является базой для разработки предложений по изменению компьютерной инфраструктуры.

Чаще всего выполнение ИТ-аудита связано с реформированием компании, бурным развитием бизнеса, в том числе серьезными изменениями, вызванными процессами концентрации производства за счет слияний и поглощений мелких или более слабых бизнесов, а также в связи серьезными изменениями в руководстве компаний. Таким образом, заинтересованность в процедуре ИТ-аудита, как правило, проявляют собственники и руководители высшего ранга, а также основных функциональных подразделений.

Очень часто в СМИ при анализе проблем и задач ИТ-структур компаний рассматриваются вопросы необходимости ИТ-аудита. Однако для большей части бизнес-руководителей предприятий, реально функционирующих на производственных и товарных рынках России, ИТ остаются чем-то неясным и чужеродным. Для функционирования данного сегмента необходимы серьезные финансовые вливания, результатом же является некоторая информационно-техническая поддержка, при этом на первое место встают вопросы наиболее эффективного использования средств, т.е. получение максимально высоких результатов при минимизации затрат.

Таким образом, наиболее важной итоговой составляющей ИТ-аудита является принятие решения об инвестициях в ИТ: первым руководителям и топ-менеджерам нужно четко оценивать степени риска и понимать, насколько верно выбраны финансируемые направления развития ИТ и возможна ли реструктуризация затрат в дальнейшем.

Существует несколько причин для проведения ИТ-аудита. Он полезен тогда, когда необходимо проверить правильность и утвердить принятые решения. Аудит дает возможность выбрать правильное направление для внесения каких-либо изменений в управленческую и техническую сферы компании. Аудит предоставляет фактические доказательства того, что требуются какие-либо воздействия и в какой именно части структуры.

Ход проведения аудита, предшествующий составлению заключения аудитора, является предметом профессионального опыта аудитора и определяется аудиторской организацией.

Процесс выполнения аудиторского контроля можно подразделить на три основных фазы:

1. Планирование
2. Подготовка аудиторских аргументов
3. Завершение аудирования

На первой фазе аудита аудитор заранее знакомится с клиентом, регистрирует свои отношения с клиентом письмом о соглашении на осуществление аудита и договором возмездного предоставления услуг, исследует и взвешивает системы бухгалтерского учета и внутренней проверки, идентифицирует суще-

ность и риски ожидающейся проверки, организует общий проект и программу аудита.

На второй фазе аудитор занимается подготовкой аудиторских доказательств, для чего проводит аудиторские процедуры. В них входит тест средств проверки и аудиторские процедуры по существу. Аудиторские процедуры по существу делятся на детальную проверку точности отображения в бухгалтерском учете оборотов и сальдо по счетам и аналитические процессы.

На третьей фазе аудитор завершает подготовку рабочих документов в виде аудиторского отчета, занимается подготовкой письменной информации начальству заказчика по результатам проведенной аудиторской проверки, сформировывает по результатам аудита свой взгляд о точности бухгалтерской отчетности заказчика, организует по установленной форме аудиторское заключение.

Также есть еще и другое разделение этапов аудита, сведенное всего лишь к двум этапам, таким как «Планирование ИТ-аудита» и «Проведение ИТ-аудита». На этапе планирования проводится анализ структуры бизнес-процессов; платформы и структуры ИС, поддерживающих бизнес-процессы; состава ролей и разделение ответственности; бизнес-рисков и бизнес-стратегий. На этом же этапе идентифицируются информационные критерии, определяются ИТ-риски и рассчитывается общий уровень контроля бизнес-процессов. Далее на основании полученной информации определяются границы и объекты исследования ИТ-процессов и согласованных с ними ИТ-ресурсов.

На этапе проведения ИТ-аудита определяются существующие на предприятии способы управления и документирования процедур, оценивается производительность имеющихся способов контроля при выполнении задач управления, их рациональность и пригодность, а также определяются гарантии пригодности применяемых способов управления для решения управленческих задач. Важным для данного этапа является процедура тщательного тестирования работоспособности системы с целью выполнения регулирующих действий для улучшения состояния системы управления ИТ.

Развитие ИС приносит организации видимую пользу. Однако при неправильном применении они могут стать источником специфических рисков, выполнение которых может не только привести к минимальному эффекту от внедрения технологий, но и создать большие убытки. ИТ-аудит позволяет найти эти риски, оценить производительность ИТ-системы и выбрать направления для ее усовершенствования.

Главной целью аудита ИС является модернизация структуры системы управления ИТ и ИТ-технологий. Аудит предназначен для быстрого получения руководством организации достоверной и систематизированной информации, оценки используемых ИТ-технологий, принятия решений по контролю ИТ.

Аудит ИТ-инфраструктуры организации или фирмы является важнейшим этапом при оптимизации расходов на содержание и сервис компьютеров. Раз-

личные компании, занимающиеся ИТ-аудитом, предлагают выполнить ИТ-аудит в компании с разным количеством машин: от небольшого количества до нескольких сотен или тысяч, а также с любой организацией компьютерной инфраструктуры.

Список литературы:

1. Федорова, Г.В. Информационные технологии бухгалтерского учета, анализа и аудита [Текст]/Г.В. Федорова.– М.: Омега-Л, 2009.— 304 с.
2. Байновский, Ф. Информационный аудит[Текст] /Ф. Байновский//«Риск-менеджмент». – 2008. - № 5–6.
3. Трофимов, А.В. Аудит качества [Текст] /А.В. Трофимов.- Тамбов: ТГТУ, 2009. -96с.
4. ИТ-технологии вашего бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.itmain.ru>. Дата обращения: 12.12.2012.
5. Авдеев, В.Ю. Аудиторская фирма «Авдеев и К» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.audit-it.ru/articles/audit/a104/40729.html>. Дата обращения: 20.12.2012.
6. Федорова, Г.В. Информационные технологии бухгалтерского учета, анализа и аудита [Текст]/Г.В. Федорова. – М.: Омега-Л, 2009, - 168с.

Сергеева Инна Ивановна

*к.э.н., доцент кафедры информатики и информационных технологий,
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: inchksergeeva@yandex.ru*

Цуканова Инна Сергеевна

*студентка 3 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: inusk_bayanova@mail.ru*

УДК [336.71:004]

И.И. Сергеева, К.В. Деревицкая

**РАЗРАБОТКА ИТ-СТРАТЕГИИ
ФИНАНСОВО-КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИИ**

Одним из основных признаков современной организации является создание инновационных моделей ведения бизнеса, которые основаны на применении новых ведущих информационных технологий. В настоящее время большинство руководителей начинает приходить к следующему заключению: чтобы стать лидером на рынке и поддерживать непрерывный рост рыночной стоимости бизнеса, необходимо создавать современную информационную инфраструктуру, в которой ведущую роль будут играть ИТ-менеджеры, способные участвовать в создании стратегических задач управления предприятием.

Ключевые слова: ИТ-стратегии, ИТ-технологии, банковские АИС

Особенностями современной организации являются инновационные модели ведения бизнеса, основанные на применении новейших ИТ. На сегодняш-

ний день большинство руководителей предприятий приходит к выводу, что лидерство на рынке и постоянный прогресс стоимости бизнеса зависит от новейшей информационной инфраструктуры. Но только в некоторых фирмах присутствуют специалисты (IT-менеджеры или СIO), которые способны принимать участие в стратегических задачах управления предприятием. Следовательно, все большее количество организаций начинает задумываться об IT-стратегии.

Предприятий, использующих IT-стратегию, становится год от года всё больше. И, тем не менее, процессы их использования неоднозначны: имеется много мнений по этому поводу и возникают значительные проблемы. В частности, эти проблемы могут быть связаны с рядом обстоятельств. Во-первых, сами пользователи или их руководители могут быть недовольны нынешним состоянием информатизации организации. Во-вторых, отдача от IT ниже требуемой или ниже чем у конкурентов. В-третьих, могут возникать вопросы о развитии существующих информационных систем, о необходимости финансирования очередных технологий и критериях отбора проектов для внедрения.

В связи с этим все чаще можно слышать о необходимости и важности IT-стратегий, в том числе и для российского сегмента экономики.

И компьютеры, и IT используются повсеместно. Но нельзя быть уверенным, что предприятие получит преимущество перед другими фирмами только за счет внедрения новейшей техники и увеличения ее производительности. При этом важно понимать, что снижение производительности естественным образом отразится на уменьшении конкурентоспособности предприятия. Для создания конкурентного преимущества очень важно правильная и своевременная IT-стратегия, а также ее реализация. Процесс создания и внедрения IT-стратегии достаточно сложный и требует высокого уровня менеджмента на предприятии в целом.

Рассмотрим на уровне определений такое понятие, как IT-стратегия. Слово «Strategos» в переводе с греч. - «искусство генералов». IT-стратегия – это план управления организации, направленный на укрепление позиций предприятия и достижение намеченных результатов деятельности, а также удовлетворение потребностей ее клиентов. Главной ее задачей является достижение рентабельности и преимуществ предприятия над конкурентами.

В Российской Федерации IT-стратегия находится на ранних стадиях зарождения жизненного цикла, в то время как в зарубежных странах эта тематика обсуждается уже около 15 лет.

Разработка IT-стратегии специализированными фирмами очень дорогостоящая, а сотрудникам организации не хватает времени или опыта. Для того, чтобы добиться успеха в разработке IT-стратегии, необходимо поддерживать ее постоянно в актуальном состоянии. Для этого необходимо, во-первых, обучить своих рабочих или воспользоваться специализированным консультантом с опытом работы в сфере IT-стратегии. Во-вторых, осуществить сам процесс разработки IT-стратегии. Может быть несколько вариантов выполнения этой процедуры. Самостоятельная разработка IT-стратегии силами своих сотрудников.

При этом важно, чтобы у них была постоянная поддержка по методологии разработке ИТ-стратегий (т.е. как минимум, возможность получения квалифицированных консультаций). Другим способом может быть заказ разработки ИТ-стратегии внешним консультантам. При этом критически важно, чтобы ваши сотрудники активно участвовали в разработке и могли далее самостоятельно обновлять ИТ-стратегию. Кроме того, возможна самостоятельная поддержка ИТ-стратегии с небольшим, но регулярным привлечением наемных консультантов.

Сам процесс разработки — это динамичная процедура, постоянно обновляемая. Повторное рассмотрение ИТ-стратегии проводят раз в квартал или 1 раз в полгода. Годовой цикл составления планов бюджетов на следующий год в условиях нестабильности фирмы и при невысоком уровне менеджмента имеет декоративный характер. Для поддержки ИТ-стратегии в течение года планируют определенное количество ресурсов.

Итак, ИТ-стратегию очень важно не только создавать, но и далее поддерживать, при этом привнося коррективы в планирование, возможно, сокращая время, затраченное на ее проработку.

Основным фактором успеха является поддержка ее в актуальном состоянии, а не полнота созданной ИТ-стратегии. Чтобы ИТ-стратегию сделать актуальной, необходимо в течение года потратить столько сил, сколько было потрачено и на ее создание.

Целесообразно «эволюционное» развитие ИТ-стратегии: от простой, но регулярно обновляемой и работающей версии, к более сложной (но тоже обновляемой). Идеально, когда в компании есть свой собственный отдел по информационным технологиям, которые раз в год обязательно пересматривает стратегию.

Несомненно, ИТ-стратегия необходима для всех стран мира. Все дело в том, что, несмотря на все преимущества технологий, остаются нерешенными технические и организационные вопросы, которые можно решить в рамках создания стандартов, нормативных документов и самой облачной инфраструктуры только при активном участии государства. Стратегия — правильный первый шаг в этом направлении.

Наиболее явно выражено применение ИТ-стратегии в финансово-кредитной отрасли. Рассмотрим это на примере деятельности Сбербанка и Банка ВТБ.

На сегодняшний день Сбербанк занимает передовые позиции в российской банковской системе. По совокупности показателей, таких как величина сегмента завоеванного рынка, значения финансовых результатов, объемы активов и уровень капитализации, по масштабам инфраструктуры, Сбербанк существенно опережает всех своих ближайших конкурентов.

Каждой организации и каждому члену коллектива необходима цель, которая бы определяла смысл и содержание их деятельности, которая сформулирована в миссии и видении организации. Перспективы развития Банка, передовые задачи, стоящие перед коллективом, формируют качественно иные требо-

вания к сотрудникам, позволяют осознать новые ценности, понять смысл преобразований, принять принципиально инновационные основы, технологии и содержание банковской деятельности, которые выражены в его миссии. Она подчеркивает важное значение Банка в экономике России и особую социальную его роль в обществе, заключающуюся в поддержании у потенциальных клиентов уверенности, надежности и стабильности этой финансовой структуры. Миссия Банка однозначно признает основой своей деятельности чаяния и потребности клиентов, воплощение их мечты и создание путей достижения поставленных целей.

Основная задача Сбербанка России — стать одной из лучших финансовых компаний не только на родине, но и в мире. При этом постулируется, что для банка важны его профессионально подкованные и целеустремленные работники, целевое развитие этой организации невозможно без реализации личных и профессиональных целей сотрудников, работающих в нем.

Выполнение миссии Банка и реализация сценария процесса модернизации требует инновационных подходов к реинжинирингу непосредственно модели ведения бизнеса, использования качественно новых технологических приемов и технического перевооружения, изменения менталитета сотрудников и внедрения новейших управленческих и мотивационных механизмов, перехода на европейские стандарты обслуживания.

Реализация выбранной стратегии развития должна обеспечить Сбербанку существенное расширение сферы своего влияния, укрепления позиции на российском рынке банковских услуг и помощь в достижении высоких результатов, соответствующих уровню высокочассных универсальных мировых финансовых институтов. В рамках стратегии Банк ставит перед собой цели по четырем основным направлениям:

1. В качестве основного финансового результата предусматривается рост объема прибыли более чем в три раза к 2014 г., при этом необходимо добиться падения отношения операционных затрат к чистому доходу, не удерживать, а поддерживать уровень рентабельности капитала не ниже 20%.

2. На отечественном рынке финансово-кредитных услуг предполагается существенно укрепить позиции и обогнать конкурентов за счет дополнительного привлечения средств физических и юридических лиц, увеличения кредитования населения, привлечения средств инвесторов.

3. Для обеспечения качественных показателей развития внедрять наилучшие в стране и за рубежом навыки и принципы работы с клиентами; укреплять лидерство по качеству обслуживания населения и бизнес-структур; применять современную систему управления рисками; использовать в своей деятельности сопоставимые с лучшими мировыми стандартами управленческие и операционные процессы, решения и системы; обеспечить адекватные требованиям и масштабам бизнеса prerogative ИТ-технологий; поддерживать корпоративную культуру, разделяемую всеми работниками Банка, направленную на рост производительности труда и самосовершенствование; поддерживать у

персонала высокий уровень профессионализма, заинтересованности в плодах своей деятельности, узнаваемый «позитивный» бренд, высокую степень лояльности клиентов.

4. В части осуществления деятельности на мировом финансовом рынке стоит задача постепенного роста значимости международных операций и увеличение объемов, в первую очередь, за счет роста сегмента на рынках стран СНГ и Восточной Европы, при этом важно поэтапно наращивать свое присутствие на рынках Индокитая. Также ставится задача довести долю чистой прибыли, полученной за пределами России, до 5—7%, в том числе за счет дополнительных приобретений.

Успешное достижение поставленных целей будет способствовать росту рыночной капитализации и выдвигению Банка в число лидирующих финансовых институтов мира. При этом важно понимать, основой для решения поставленных перед Банком задач в области развития бизнеса первостепенное значение будет иметь внедрение инноваций, проведение комплексной технологической модернизации и реинжиниринга существующих бизнес-процессов, которые приведут к росту масштабируемости процессов и систем, позволят обеспечить увеличение производительности труда и оптимизировать издержки. Главными задачами Банка станут успешное построение консолидированной операционной модели бизнеса, совершенствование и оптимизация систем управления рисками и выход на качественно иной уровень автоматизации.

Совершенствование операционной модели должно обеспечить стабильное увеличение производительности труда и неуклонный рост экономической эффективности деятельности Сбербанка, качества обслуживания населения и юридических лиц, повсеместное увеличение степени удовлетворенности клиентов. Основной задачей в этой области является построение таких автоматизированных систем и новейших ИТ-процессов, которые бы не только бесперебойно обеспечивали существующие масштабы деятельности, но и выступали локомотивом для формирования новых уникальных конкурентных преимуществ на рынке банковских услуг.

Создание единой операционной модели должно привести к росту пропускной способности, увеличению объемов продаж и обеспечению высокого качества обслуживания, позволит максимально использовать эффект экономии на масштабах. Наличие быстроразвивающейся масштабируемой платформы с использованием новых облачных технологий и сетей с распределенным доступом будет способствовать росту бизнеса, высвобождению финансовых ресурсов для достижения запланированных стратегических целей. Для обеспечения надежности и непрерывности работы Банка и преемственности бизнес-процессов построение новой операционной модели бэк- и мидл-офиса будет производиться поэтапно.

Решения задач, стоящих перед Банком, настоятельно требует использование новейших разработок в сфере информационных технологий и систем, переход на качественно новый уровень автоматизации всех основных бизнес-

процессов, совершенствование телекоммуникационной инфраструктуры за счет использования самой современной техники и иных технических средств

К 2014 г. в Сбербанке России планируется построить единую информационную систему, интегрирующую все, ныне используемые корпоративным, розничным и операционным блоком приложения, являющуюся центром построенных систем фронт-офиса, новейшими разработками в области систем классов CRM, ERP, MIS, управления рисками с использованием единого репозитория, выступающего как хранилище данных. В Банке будут сформированы сквозные системы отчетности и управления отношениями с клиентами на базе систем MDM, DWH, CRM, обеспечивающие Банку узнавание своих клиентов (в т. ч. на основе мультимедиа-технологий), способствующие улучшению предложения и расширению продаж банковских продуктов и услуг, росту качества обслуживания клиентов.

Внедрение новейших информационных технологий обеспечит достижение поставленных перед Банком на нынешнем этапе бизнес-задач и поддержку будущих изменений в организационной структуре, которые потребуют использования новых механизмов и более качественного уровня управленческой информации. Сбербанк планирует изменить статус информационных технологий и трансформировать их в устойчивый источник формирования уникальных конкурентных преимуществ, по сравнению с другими участниками рынка. Банк будет стремиться к росту унификации программного обеспечения, репозитория и иных систем хранения информации, к формированию единого информационного пространства при условии обеспечения высокой надежности, достаточной устойчивости и стабильно бесперебойной работы всех систем и приложений.

Предполагается, что развитие информационных технологий в структуре Сбербанка будет осуществляться не как единовременный революционный переворот, а эволюционным путем. До 2014 г. будет сохраняться ряд действующих ныне автоматизированных информационных банковских систем при условии максимально централизованно их доработки. При этом вокруг вырастут новые, интегрированные в масштабах всего банка современные технологические решения. Разработка этих систем нацелена на обеспечение недостающей функциональности. ИТ играют важную роль в бизнесе компании. Для оптимального их использования необходима хорошо продуманная стратегия, обеспечивающая рост результативности и улучшение качества работы информационно-технологических служб за счет внедрения таких проектных методов управления, которые усилят ответственность бизнеса как за постановку ИТ – задач и разработку функциональных требований, так и за построение объективной и адекватной модели приоритетности внедрения проектов.

Сбербанк России в этих условиях станет высокотехнологической компанией, способной предложить клиентам целый довольно широкий ряд новых возможностей, реализованных с помощью ИТ. Среди них – использование новейших бесконтактных технологий, заказ госуслуг через устройства самооб-

служивания (в т.ч., в форме автоплатежей за коммунальные услуги, штрафы ГИБДД и пр.) и услуги виртуального мобильного оператора, которым крупнейший банк страны, возможно, станет через несколько лет.

Ещё одним крупным представителем банковской сферы, активно внедряющим ИТ, является Банк ВТБ. Рассматривая ИТ-стратегию этой финансово-кредитной организации, следует отметить, что в ближайшие годы компания намерена сократить ряд дублирующих друг друга ИТ-специалистов, часть из которых будет переведена во внешние ИТ-структурные группы. Кроме того, планируется заменить существующую CRM-систему на новую, которая позволит работать с клиентами на протяжении следующих 10 лет. Подводя итоги реализации ИТ-стратегии 2007-2010 гг., старший вице-президент, руководитель департамента информационных технологий ВТБ Дмитрий Назипов отметил: «За прошедшие четыре года существенно изменилось покрытие ИТ функциональных областей бизнеса – автоматизировано более 80% основного функционала. Таким образом, был создан фундамент для перехода в ближайшие 3-4 года на другой целевой уровень».

В банке унифицированы и оптимизированы бизнес-процессы, повышена производительность труда операционных сотрудников и снижены операционные риски.

Разработка новой ИТ-стратегии группы ВТБ велась с апреля 2009 г. по ноябрь 2010 г. Стратегические цели ИТ ВТБ определяются приоритетными задачами бизнеса. Это поддержка новых продуктов и каналов обслуживания, повышение эффективности бизнес-процессов, обеспечение качественными данными и инструментами для принятия управленческих решений и выполнения регуляторных требований, обеспечение непрерывности бизнеса за счет надежной ИТ-инфраструктуры, а также предоставление бизнес подразделениям своевременных ИТ-услуг.

В настоящее время в банке продолжается проект по автоматизации бизнес-процессов ведения документарных и гарантийных операций в дочерних банках группы ВТБ. Также выполняется проект по ИТ-поддержке создания инновационного кассового центра ОАО «Банк ВТБ» [15]. Для банков группы ВТБ на основе единых технологических и информационных подходов для построения ключевых систем внедряются единые принципы работы с клиентами, продолжается развитие проекта по консолидации финансовой и аналитической информации, создается общее информационное пространство на основе современных интернет-технологий, включая информационный портал группы ВТБ.

Основной вывод в том, что ИТ-стратегия является частью стратегии предприятия, но при этом значительно инерционной. Степень ее детализации будет зависеть от сроков, ее существования, и от рисков, несущих предприятие: чем короче срок и чем больше риск, тем более подробно и тщательно должно быть описано каждое действие организации. Если идет создание нового направления в бизнесе или в организации, то ИТ-стратегия также должна быть максимально

расписанной, подробной и должна включать несколько возможных вариантов развития тех или иных событий, как и сам план ведения бизнеса.

Также можно сделать вывод, что к наиболее эффективному способу использования IT-стратегии относят проектный подход. В связи с тем, что результат созданного проекта заранее известен, заказчики могут легко проследить его применение. Заказчиком может быть как генеральный, так и финансовый директор, а также руководители других различных подразделений. Бюджет проекта всегда рассчитывается исполнителем, т.е. IT-директором, а итоговый результат затрат - это результат между исполнителем и заказчиком, говорящим на одном языке.

При распределении всех расходов на технологии директор по финансам должен использовать какой-либо ориентир, к примеру, средний показатель по отрасли. Предприятие должно иметь тенденцию развития по всем направлениям достаточно ровное и равномерное, чтобы не вышло так, что одно направление развивается быстрее другого. Но не зависимо от сферы деятельности каждая организация, которая представляет собой значительного конкурента на рынке, должна использовать IT- стратегию, которая будет давать предприятию возможность занимать лидирующее положение по отношению к другим фирмам.

Список литературы:

1. Семь подходов к разработке IT-стратегии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://krasgmu.net/publ/uchebnye_materialy. Дата обращения: 25.01.2013
2. Стратегический консалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.itesco.ru/strategy.html>. Дата обращения: 25.01.2013
3. Томсон, А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии [Текст]: учебник для вузов /Пер. с англ. /Под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. — М.: Банки и биржи, Юнити, 2008. – 368с.
4. Официальный сайт ОАО ВТБ, [Электронный ресурс]. - Режим доступа:<http://www.vtb24.ru/personal/Pages/moscow.aspx>. Дата обращения: 14.03.2013
2. Официальный сайт Сбербанка [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sberbank.ru/moscow/ru>. Дата обращения: 10.02.2013)
3. IT-архитектура Сбербанка.Интервью с Виктором Орловским [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sberblog.ru/2012/08/1772/>.Дата обращения: 10.02.2013.
4. Кожевников, А. Новый кредитный продукт Сбербанка России [Текст] /А. Кожевников //Астраханские ведомости/ - 2011. -№43.

Сергеева Инна Ивановна

*к.э.н., доцент кафедры информатики и информационных технологий,
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: inchksergeeva@yandex.ru*

Деревицкая Карина Викторовна

*студентка 3 курса факультета учета и информационных технологий
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: karishok-malishok@yandex.ru*

I.G. Parshutina, E.M. Samorodova

**THE CONCEPT OF POSTINDUSTRIAL ECONOMY:
FORMATION HISTORY, TERMINOLOGY, RESEARCH AREAS**

Occurrence of the modern concept of a postindustrial society is caused by objective conditions of historical and economic development of a society. The events occurring in an economic life of a society, have led to occurrence of the new scientific concept - concepts of postindustrial economy.

Keywords: a postindustrial society, postindustrial economy, the economy based on knowledge, economic growth, economic development, economic progress.

L.M. Marchenkova, A.V. Kuznetsov

FOREIGN TRADE OF RUSSIA: SPECIFIC CHARACTER AND FEATURES

Foreign trade is a form of communication between commodity producers of different countries which assumes exchange of goods, services and capital. Foreign trade development allows establishing balance between surpluses and deficit in the economy of separate countries. The role of foreign trade is constantly growing in countries' economic development. On the one hand, foreign trade became the powerful factor of economic growth, and on the other hand, there was an appreciable increase of countries dependence on international goods exchange.

Keywords: foreign trade, liberalization, foreign trade modes, export, import.

N.A. Skvortsova, A.A. Parushin

**FORMATION OPTIMIZATION OF EXPORT MARKET CHANNEL
AT REGIONAL LEVEL WITH THE USE OF INTERNATIONAL INFORMATION
B2B SEARCH SYSTEMS "KOMPASS"**

Under conditions of Russia's entry into the World Trade Organization there are many opportunities for the domestic enterprises for new trade channels for finished production on the world market. To minimize the costs connected with cooperation with the companies-intermediaries, Russian small and average enterprises choose the strategy of independent search of potential partners. To facilitate this process international information B2B search system "Kompas" was created which allows choosing the companies in the world market corresponding to the purposes of the enterprise. Data of this resource allow estimating financial stability and solvency of the future buyer for the purpose of maximum optimization of trade channel for export production.

Keywords: foreign trade activities, trade channel, world market, wood industry, optimization, estimation, model, solvency, autonomy, financial stability, search system "Kompas", b2b system.

J.P. Soboleva, E.N. Sidorenko

**WHOLESALE AND RETAIL TRADE DEVELOPMENT
IN ORYOL REGION**

The majority of both individual and corporate consumers perfectly know that they can get hundreds or even thousands of every possible goods and services in any of the numerous shops which are a part of marketing channel. However, not all of them understand, how difficult the structure of these channels uniting lots of establishments, agencies and organizations and thanks to which the goods and services find their consumer can be. The most different industrial, commercial organizations and organizations specializing on wholesale or retail trade unite their efforts creating marketing channels allowing them to deliver the goods to industrial enterprises and consumers.

Keywords: retail and wholesale trade, Oryol region, consumer market.

M.I. Sorokina, I.V. Smagina

**INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ADVERTISING OF GOODS
AND SERVICES**

Recently innovative technologies are more often used in advertising toolkit of the 21st century. Innovations are used in various areas of advertising both in its traditional formats, and in non-standard advertising communications. Advertising methods with the use of innovative technologies have appeared rather recently. However, it has already widely spread among manufacturers and got hot target audience approval. First of all, innovative advertising is based on its use in promotions of serious technical equipment, the newest computer technologies and non-standard ways of presenting information.

Keywords: innovation, innovative technologies, innovative advertising

N.A. Lytneva

**INTERACTIVE TECHNOLOGIES AND COMMUNICATIONS
IN EDUCATIONAL PROCESS USED IN TRAINING
ECONOMIC PERSONNEL FOR SMALL-SCALE BUSINESS**

The article discloses the directions of professional competences expansion of economic staff of small enterprises by means of close interrelation of theory and practice, interactive technologies application in the educational process, and the use of automated systems at the solving registration-analytical problems and situations.

Keywords: communications, interactive methods, ways and methods, informatization, innovations, small-scale business, economic staff, educational models.

A.A. Lavrinenko, E.A. Bobrova

FISCAL RECORD KEEPING OF COSTS AND REVENUES ON BILLS

In the article some questions concerning fiscal accounting of expenses and incomes on bills are considered. As the bills are one of the most widespread and convenient financial tool, in scientific literature pays steadfast enough attention to them. In order to avoid difficulties we will discuss their versions and design procedure of the sums in details.

Keywords: fiscal accounting, expenses, incomes, bills, interest-bearing bills, discount bills, discount.

T.V. Pereygina, N.A. Lytneva

FEATURES OF MANAGEMENT ACCOUNTS AND EXPENSES AUDIT UNDER MODERN CONDITIONS

In the article modern approaches to expenses accounting and cost prices calculation of production are discussed. These approaches promote rational control of the expenses which are one of major factors, influencing maximum possible profit.

Keywords: calculation, cost price, expenses, technique, factors, complex analysis.

E.A. Bobrova, N.A. Lytneva

CONCEPTUAL DIRECTIONS OF EXPENSES MANAGEMENT UNDER CRISIS IN SMALL-SCALE BUSINESS

The article shows modern directions of the development of expenses control system under crisis in a small-scale business and reforming of registration subsystems, allowing to form the operative detailed information on expenses for all spheres of economic activity with a view of making administrative decisions.

Keywords: expenses, small-scale business, crisis, information, administrative accounting, managerial process, industrial accounting, efficiency.

I.I. Lazareva, A.N. Astakhov

ROLE OF COMMERCIAL BANKS ON THE SECURITIES MARKET ON THE EXAMPLE OF SBERBANK (SAVINGS BANK) OF RUSSIA

Value of banks activity on the securities market is great both for the activity of each separate bank, and for economy as a whole. Thus, banks carrying out operations on securities market strengthen their position in the market of bank services, expand their profitable and client base and increase mobility. All these

promote dynamical bank system formation the activity of which is characterized by versatility and involvement into the activity of economy real sector.

Keywords: commercial banks, securities market, assets structure, profitability, efficiency.

S.V. Stanyakin

**MODERNIZATION OF
FINANCIAL TOOLS INFRASTRUCTURE
IN THE CONTRACT SYSTEM OF THE RUSSIAN FEDERATION**

In the article the operating infrastructure of financial tools of the market of state purchases is considered and its new elements are suggested. Advantages of modernized infrastructure of financial tools are proved and possibilities provided to the participants of placing the order at the expense of the modernized infrastructure use are presented. The conclusion that Construction of modernized financial infrastructure in the state contract system of the Russian Federation will allow competition increase in the market of state purchases considerably, first of all, at the expense of creation of favorable conditions for work in the given market for small-scale business subjects. It will make legitimate tools of contract execution and protect the rights of the state customers.

Keywords: financial tools infrastructure, application execution, contract execution, participants of the state order placing

Ju.A. Svidovskaya, E.I. Minakova

TAXATION FEATURES OF INTERNET SHOPS

Popularity of goods selling through the Internet is constantly growing. Such trade is profitable both for sellers, and buyers. Sellers have possibility to suggest buyers more beneficial prices in comparison with usual shops at the expense of economizing trading areas. And the buyer does not need even to leave the house to buy. It is enough to click the computer mouse on the monitor screen several times, and the chosen goods will be delivered directly to the house. You will learn from this article what Internet trade is, what its features are and how such operations in tax accounting are considered.

Keywords: Internet shop, general mode of taxation, STS (Simplified Taxation System), STIE (Single Tax on Imputed Earnings), incomes, the expense.

O.N. Kozyavkina, E.I. Minakova

**MODERN CONDITION AND PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT
OF FISCAL CONSULTATION INSTITUTION IN RUSSIA**

World and regional financial crises which happen oftener recently makes it necessary to solve the problem of reporting reliability of public companies (financial institutions, in particular). These tendencies affected the market state of auditor and consulting services in different countries greatly.

Keywords: tax consultation, tax laws, auditing-consulting companies.

Ju.A. Zvyagintseva, T.V. Melekhova

**STRATEGIC DIAGNOSTICS AS A METHOD OF
EFFICIENT ENTERPRISE CONTROL**

Special strategic approach to management at the enterprises is required now as modern conditions of managing are characterized by high variability of internal and external environment, and tough competition. Given article is devoted to strategic diagnostics as a method of effective enterprises development. Authors study in details the concept of strategic diagnostics, its basis and purposes, methods of working out and actual problems of its use.

Keywords: strategic diagnostics, strategy, strategic analysis, strategic planning, strategic control, strategic management.

E.V. Pjanova

**ENTERPRISE INVESTMENT ACTIVITY
UNDER MODERN CONDITIONS: DEVELOPMENT PROSPECTS**

The changes occurring in the investment sphere, the reasons of their occurrence, influence factors and prospect of investment activity development under modern conditions are considered in the article.

Keywords: investments, investment activity, economic crisis, investment policy.

J.P. Soboleva, V.N. Lukashova

**REGION COMPETITIVENESS:
FACTORS AND CREATION METHODS**

The purpose of each businessman is profit maximization, and, hence, the expansion of economic activities scales of any enterprise. At present stage of market rela-

tions development no organization can do without estimation of both the market competitive position, and competitiveness of production, goods, works or services. Despite various methods and forms of competitive struggle each firm tries to develop the uniform competitive strategy and its competitive advantages to achieve market success.

Keywords: competition, competitiveness, competitive struggle, agriculture.

I.I. Sergeeva, I.S. Tsukanova

IT AUDIT AS THE BASIS OF EFFECTIVE BUSINESS FUNCTIONING

The present information systems (IS) are a complex set of correlated hardware-software means, having its definitive purpose to transfer the processed information accepted from information sources in the course of data processing and accumulation to clients. Exact construction of modern IS is a difficult technical problem from which correct performance of key activities of all complex of information infrastructure of the company depend on. The purpose of IT auditing of IS is the analysis of available information system condition, detection of its drawbacks and working out of measures aimed at interaction improvement of all components of the system.

Keywords: information systems, hardware-software means, IT Auditing, information processing, analysis, detection.

I.I. Sergeeva, K.V. Derevitskaya

WORKING OUT OF IT STRATEGY OF FINANCIAL-CREDIT ORGANIZATIONS IN RUSSIA

One of the chief features of modern organization is creation of business innovative models which are based on new leading information technologies. Now the majority of the executives starts to realize that to become a leader in the market and to provide continuous of market cost growth of business, it is necessary to create modern information infrastructure in which IT managers capable to participate in creation of strategic problems of business operation will play the leading role.

Keywords: IT strategies, IT Technologies, bank AIS

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.