

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

ИНСТИТУТ МАГИСТРАТУРЫ

**ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС:
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**STATE AND BUSINESS: SOCIO-ECONOMIC RESPONSIBILITY
UNDER CONDITIONS OF GLOBALIZATION**

**Материалы
III Международной межвузовской
научно-практической конференции
студентов магистратуры**

23 апреля 2014 г.

Секции 1–13

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
2014**

ББК 65.011

Г72

Рекомендовано научно-методическим советом университета

Г72 Государство и бизнес: социально-экономическая ответственность в условиях глобализации. State and Business: Socio-Economic Responsibility under Conditions of Globalization: Материалы III Международной межвузовской научно-практической конференции студентов магистратуры. 23 апреля 2014 г. Секции 1–13. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 575 с.

ISBN 978-5-7310-3037-3

В сборнике представлены доклады магистрантов СПбГЭУ, Казанского федерального университета, Сибирского федерального университета, Иркутского государственного университета, Поволжского института управления имени П. А. Столыпина (филиал ФБГОУ ВПО РАНХиГС), ГБОУ ВПО МО «Финансово-технологическая академия» (г. Королев), Heilbronn University (Германия) и других вузов по актуальным проблемам и перспективам социально-экономического партнерства в различных сферах деятельности.

Материалы межвузовской конференции представляют интерес для научных работников, аспирантов, магистрантов и студентов, а также специалистов в области экономики, финансов, менеджмента, маркетинга, коммерции, качества и логистики, туризма, социологии, государственного муниципального управления, лингвистики и юриспруденции.

Collected articles contain papers of master students from SPbSUE, KFU (Kazan), SFU (Krasnoyarsk), ISU (Irkutsk), Heilbronn University (Germany) and other universities about actual problems and perspectives socio-economic partnership in different areas.

Papers from 3rd international master students conference «State and Business: Socio-Economic Responsibility under Conditions of Globalization» may be interest for students, postgraduates, and specialists in economics, finance, management, marketing, commerce, logistics, sociology, tourism, linguistics and jurisprudence.

ББК 65.011

Редакционная коллегия:

д-р экон. наук, профессор **И. А. Максимцев**
д-р экон. наук, профессор **А. Е. Карлик**
канд. экон. наук, профессор **Т. Г. Тумарова**
канд. экон. наук, профессор **Н. М. Фомичева**
канд. экон. наук, доцент **Н. С. Славецкая**

Рецензенты:

доктор социологических наук, профессор **В. И. Сигов**
кандидат философских наук, доцент **А. К. Бондарев**

ISBN 978-5-7310-3037-3

© СПбГЭУ, 2014

УВАЖАЕМЫЕ УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ

Оргкомитет III международной межвузовской научно-практической конференции студентов магистратуры «Государство и бизнес: социально-экономическая ответственность в условиях глобализации» «State and Business: Socio-Economic Responsibility under Conditions of Globalization», проводимой в Санкт-Петербургском государственном экономическом университете (Институт Экономики) благодарит всех участников конференции и приславших свои доклады для публикации.

Текст сборника докладов сформирован по секциям. Оргкомитет конференции желает всем участникам успехов в научных исследованиях, развития творческого потенциала и приглашает принять участие в следующей конференции в 2015 году.

ОРГКОМИТЕТ:

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ – МАКСИМЦЕВ И.А., ректор СПбГЭУ, д-р экон. наук, профессор

ЗАМ. ПРЕДСЕДАТЕЛЯ – Карлик А.Е., проректор по научной работе и инновациям, д-р экон. наук, профессор

РАБОЧИЙ КОМИТЕТ:

ТУМАРОВА Т.Г. – директор Института магистратуры, канд. экон. наук, профессор – заместитель председателя

ДОРОШЕНКО Н.Н. – начальник научно-методического отдела Института магистратуры

ФОМИЧЕВА Н.М. – ответственной за научную работу Института магистратуры, канд. экон. наук, профессор кафедры страхования

СЛАВЕЦКАЯ Н.С. – канд. экон. наук, доцент кафедры международных экономических отношений

КОВАЛЕВА А.С. – канд. социол. наук, доцент кафедры международного менеджмента

ДОБРОСЕРДОВА И.И. – руководитель академического направления канд. экон. наук, профессор

СУЛЕЙМАНКАДИЕВА А.Э. – руководитель академического направления, д-р экон. наук, доцент

УРЖУМЦЕВА Т.Б. – ст. преподаватель кафедры теории языка и перевода

ПЕТРОВ А.С. – начальник управления информационных технологий;

КРИВОНОСОВ И.А. – начальник управления информации и печати;

МАКОСИЙ В.М. – главный редактор издательства;

ТРЯПИЦЫНА А.А. – начальник отдела НИРС

СЕКЦИЯ 1. PROSPECTS AND PROBLEMS OF INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT

Brakk Tatjana

Heilbronn University, Heilbronn, Germany

Master Thesis Program

Supervisor: Prof. Dr. Andreas Fuhrmann

SUSTAINABLE DEALER DEVELOPMENT IN THE COMMONWEALTH OF INDEPENDENT STATES

Indirect distribution implies further challenges on the CIS market for Deere & Company. Financial shortcomings, the lack of qualified staff and cultural differences shall be tackled in order to enhance dealer performance and to increase distribution density.

Keywords: Indirect distribution, CIS, agricultural equipment, performance measurement, cultural differences

In the course of the globalization process companies striving for growth need to enter new promising markets. The domestic market saturation and increased competition represent the main motivation for this trend. The American agricultural equipment manufacturer Deere & Company also pursues new outlet possibilities in emerging markets and has recognized great potential in the Commonwealth of Independent States («CIS») due to outdated agricultural technology from the Soviet era [1] and the rising demand for food effected by the ever-growing world population [2].

The heterogeneous and unfamiliar market environment in the CIS is creating new challenges for Deere & Company: American, Western European and local competitors maintain significant market share of the manufacturer. Within the distribution of John Deere products through contract dealers within the implementation of assisting tools there is a need for optimization. The lack of financial as well as human resources is prevalent in the CIS dealerships. Finally, culturally different individual behaviour and business conduct often leads to a lack of understanding, entailing unforeseen consequences for the business relationship to customers and dealers.

In order to minimize the shortcomings Deere & Company is having in the Commonwealth of Independent States, first the current optimization approach of the manufacturer, the Dealer of Tomorrow strategy, was examined. Furthermore, through the situational analyses of this market an overall insight could be provided, which lead to the definition of concrete recommendations to the manufacturer.

Offering products via a network of dealers worldwide enables Deere & Company to focus on its competitive advantage: production of premium agricultural equipment. Furthermore, the indirect distribution system allows the manufacturer to save capital, which would be needed for subsidiaries within a direct distribution system. It hands over the risks accompanying an internationalization strategy to self-employed and therefore motivated dealers. On the other hand Deere & Company has to face a greater need for optimized coordination within the distribution channel. The loss of control of the dealers' performance and insufficient information regarding dealers and customer needs are further disadvantages accompanying this sales strategy. [3, p.67]

In order to enhance channel excellence Deere & Company introduced the Dealer of Tomorrow strategy, which provides a range of supporting tools to the dealers. These tools, however, challenge the dealers in the Commonwealth of Independent States financially, as they are connected with additional expenses.

Analyzing the situational environment external conditions, which influence the business of Deere & Company in this region, can be observed. Whereas steady economic growth promises substantial turnover realization in the future, corruption and trade barriers are obstacles within the expansion process. [4]

In the context of the globalization process cross-cultural interactions increase and behavioral differences become obvious, possibly entailing misunderstanding. Cultural differences intensify the conflict of interests between the manufacturer and the dealers in this region. Aiming at describing and explaining cultural differences worldwide studies have been carried out. By means of these studies comparison of and with it consideration of differences in various countries is possible.

Geert Hofstede's cultural study of IBM-employees worldwide revealed understanding regarding the behavior of Russian employees: their willingness to tolerate authority of more powerful people (Power Distance) and their desire for rules in order to avoid unpredictable situations (Uncertainty Avoidance) are very high. Collectivist thinking and feminine values such as relationship and modesty are distinct in Russia. [5]

The findings of the GLOBE study, which was carried out in 61 countries, provide important information with regards to the target-performance (here: value and practice) comparison. It becomes obvious that within Eastern European societies the practices match the values of the dimensions of Assertiveness (degree to enforce own intentions), Collectivism (organization or family) and Gender Egalitarianism (whether gender equality is given). It is, however, striking that the dimension Power Distance is supposed to be much lower whereas the dimensions Uncertainty Avoidance, Performance, Future and Humane Orientation should be more distinct than the current common practice (see figure 1).[6]

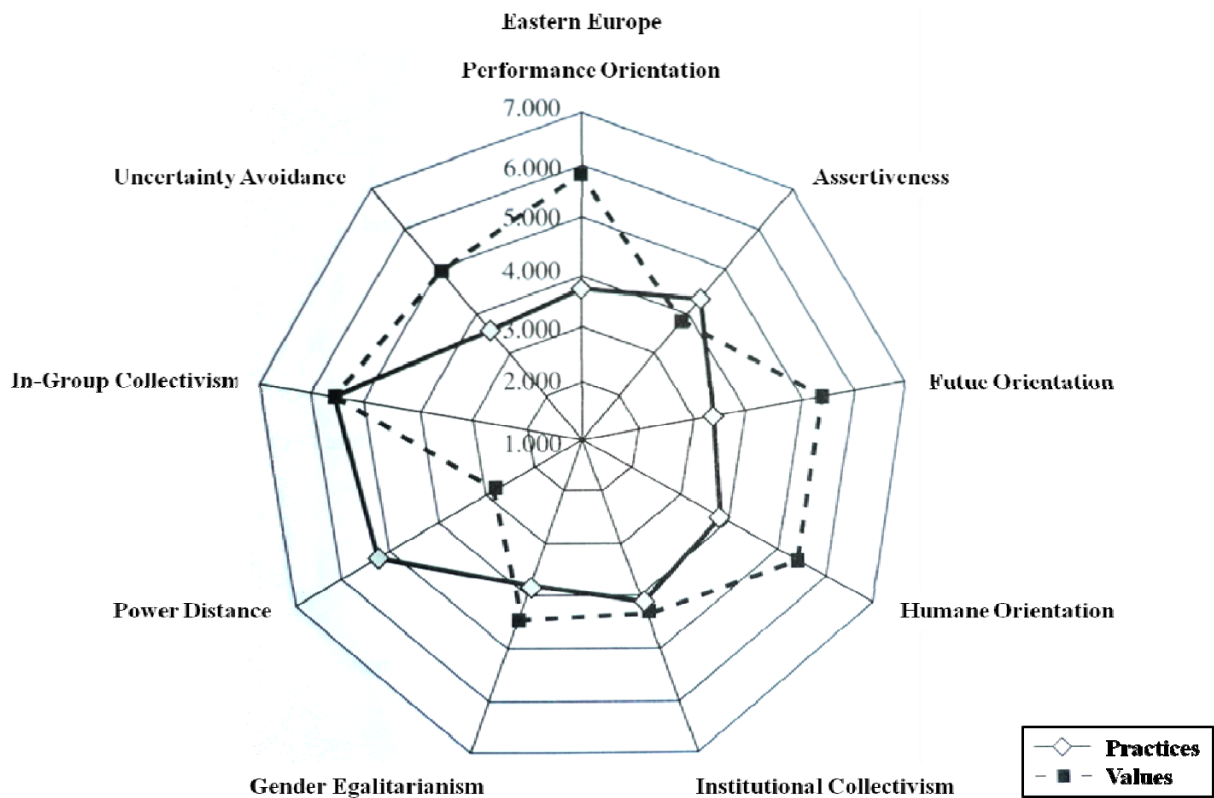


Figure 1. GLOBE 9 dimensions for the Eastern Europe cluster [6, p. 35]

From figure 1 the observed behavior in business in Eastern Europe can be obtained. Comparing the findings with the other questioned countries it becomes obvious that the Eastern European countries are in the middle area when it comes to Performance Orientation, Assertiveness and Institutional Collectivism. Regarding the dimensions Future Orientation (lowest: 2.88 in Russia), Human Orientation (lowest: 3.18 in Germany) and Uncertainty Avoidance (lowest: 2.88 in Russia) this cluster is in the lower range. The Gender Egalitarianism (highest: 4.08 in Hungary), Power Distance (highest: 5.8 in Morocco) and In-Group Collectivism (highest: 6.36 in the Philippines) dimensions rank in the upper field of the questioned countries.

Considering these findings in the daily business life may increase success of cross-cultural projects and businesses. Leadership or in this case coordination of the distribution channel can be done more efficiently if, whenever possible, the respective values of the dimensions are followed.

In addition to the external environment, the competitive and the customer environment represent further external impacts for Deere & Company. Hence, the company's opportunities and threats on the CIS market can be drawn from these analyses. With the John Deere dealer strategy (Dealer of Tomorrow) and the findings of the internal analysis the strengths and weaknesses of Deere & Company itself become obvious. Based on this SWOT-matrix recommenda-

tions in order to minimize the company's weaknesses are provided to better face possible threats in the CIS business.

In order to get information on dealers' performance it is useful to convince the dealers of providing data on performance metrics regarding the categories market, customer and operation (see figure 2). An optimized incentive system facilitates the installment of the performance measurement tools, from which both the manufacturer as well as the dealers can benefit.

Category	Metrics
Market	Dealer Net Sales
	Market Share
	Parts & Service Sales
Customer	Customer Satisfaction
Operational	Return on Sales ROS
	Expenses to Sales
	Asset Turns
	Return on Assets ROA
	Owner's Equity
	Absorption Factor

Figure 2. Performance Metrics [7]

The acknowledgement of cultural differences in the Commonwealth of Independent States compared to the Western European and North American countries shall reduce misunderstanding. By considering the differences at tool implementations, at negotiations and when doing business in general mutual trust can be increased.

Based on the provided information regarding the financial and performance situation an adapted expansion strategy can be set up and the requirements for dealers become more realistic. In case of poor performance timely actions to enhance dealers' financial situation can be initiated.

With regards to the employee fluctuation on the CIS dealerships the findings of the cultural studies can be used as well. In the sense of network thinking, which is prevalent in the CIS, Talent Relationship Management can be established. The main focus is on the retention of talented employees at the dealership. For key functions talents are identified even when there is no vacancy at the moment. The identified candidate becomes member of a talent pool and contact is kept by building a personal relationship and providing information material. The target is to sooner or later provide or even create a suitable job to the coveted candidate according to the qualifications. [8, p. 18 ff.]

With the stated measures regarding cultural adaptation dealer satisfaction can be increased in the short term. However, further implementing performance measurement tools and doing business according to the performance of and information provided by the dealers enhances distribution density in the CIS or in this case the dealer network of Deere & Company in the long run.

Literature:

1. Zharmagambetova, Z. (2010, January 19). Commodity Intelligence Report: Kazakhstan Agricultural Overview. Retrieved February 6, 2013, from United States Department of Agriculture: www.pecad.fas.usda.gov/highlights/2010/01/kaz_19jan2010/
2. Scheer, R., & Moss, D. (2012, October 05). Will Human Population Growth Peak in the Late 21st Century? (Scientific American) Retrieved January 14, 2013, from scientificamerican.com: www.scientificamerican.com/article.cfm?id=human-population-growth-impacts
3. Florenz, P. J. (1992). Konzept des vertikalen Marketing: Entwicklung am Beispiel der deutschen Automobilwirtschaft. Köln: Josef Eul Verlag GmbH.
4. Schneider-Deters, W., Schulze, P. W., & Timmermann, H. (2008). Die Europäische Union, Russland und Eurasien: Die Rückkehr der Geopolitik. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag GmbH
5. Vogel, T., & Kunze, T. (2011, November 30). Nach dem Ende der Sowjetunion: Von der Sowjetunion in die Unabhängigkeit. Retrieved January 12, 2013, from Bundeszentrale für politische Bildung: Politik: www.bpb.de/apuz/59638/von-der-sowjetunion-in-die-unabhaengigkeit?p=all
6. Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). Cultures and Organizations - Software of the Mind. New York: McGraw-Hill
7. House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (2004). Culture, Leadership, and Organizations - The GLOBE Study of 62 Societies. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc.
8. Deere & Company - (2011, June). Presentation: Dealer of Tomorrow.
9. Trost, A. (2012). Talent Relationship Management - Personalgewinnung in Zeiten des Fachkräftemangels. Heidelberg: Springer-Verlag Berlin.

Anna Sophie Bröll
Heilbronn University, Germany
Master of International Tourism Management
Supervisor: Prof. Dr. Anna Hayduk

**MEDIATION APPLICATION IN BUSINESS:
GERMAN EXPERIENCES**

This article illustrates reasons for the use of mediation in business, its aims, how it works, where it can be applied in business and which benefits it brings to companies and its employees. A special focus is put on the application of mediation in Germany highlighting

its social and legal situation, education & training and accreditation, its organizations and institutes and related costs.

Keywords: mediation, mediator, application in business, joint problem solving, dispute resolution, ADR, conflict resolution, win-win solution, Germany.

If conflicts in business are not handled well, the climate changes for the worse which includes lower mutual respect, negative emotions, tension, lack of tolerance, autocracy intensification in management, high labor turnover etc. The staffs interaction, innovativeness and creativity declines. This brings large financial, material, time and emotional costs and causes organizational inefficiency. To manage conflicts and turn them into a positive meaning, mediation can be applied [1, p.13].

The aim of mediation in business is to resolve a conflict by providing a win-win solution. Mediation is one of the alter-native method of conflict resolution or alternative dispute resolution (ADR) because - different from the adjudicative methods - the two parties have the control over the outcome instead of being imposed a solution. A third party - the mediator - guides the disputants to reach a mutually agreed solution [2, p.56].

The mediator has to be impartial so that he/she is able to gain the confidence and trust of all parties. Its main tasks are in the first place to set the agenda and rules, to open communication channels and in the whole to coordinate the meetings. At the beginning of the mediation process, the mediator gathers information, identifies obstacles and helps the parties to identify and understand their interests. While doing so, the mediator creates a cease-fire between the disputants, reframes the parties' views in softer terms, summarizes what was said and asks open-ended questions to support the solution-finding process. Later, through uncovering underlying interests, the mediator supports the parties in brainstorming creative options and evaluating alternatives so that they find their own solutions based on mutual understanding [3, p.23f; 4, p.8].

Literature distinguishes two different applications of mediation in business: Mediation between and within organizations. Conflicts between organizations arise between all companies who are in relationship to each other. For example, power and competence issues after a merger & acquisition can cause a conflict between two companies. Conflicts within organizations include disagreements between shareholders, the negotiation process of regulations between the work council and entrepreneurs in the phase of restructuring, questions of power and competences between employees of the same hierarchy and between employees and their supervisors [5, p.1].

Mediation in business brings the following benefits for companies and employees [3, p.24ff; 5, p.2]:

FLEXIBILITY

The mediator can adapt the process to the needs of the parties for example concerning the choice over the location, the time frame, the people who partici-

pate, etc. Also the mediator can meet with each party in separate and private caucus to understand their underlying interests.

INFORMALITY

The parties can present their arguments in an informal manner; they are not obliged to take part in procedures of a legal system. The parties also have the ability to express their feelings and emotions, not only facts.

CONFIDENTIALITY

The mediator cannot give any information from any party to the other or to anyone else without permission. Therefore, everything said is “off the record” so neither the public nor the press are informed.

NON-BINDING NATURE

Mediation aims at reaching an agreement, but if the parties cannot come to a satisfying outcome, they are free to use another dispute resolution method, for example they can go to court or to an arbitrator.

SAVINGS ON RESOURCES

Mediation is generally not only faster than the judicial process, but also less costly, so it saves on resources like time, money, and energy.

MAINTENANCE AND OFTEN IMPROVEMENT OF THE RELATIONSHIP

Mediation has a special advantage when the parties have ongoing relations that must continue after the conflict is managed. Mediation preserves and potentially improves relationships between the parties because they gain understanding of each other’s interests, motives, needs and values.

COMPLIANCE

As the parties control the result and mutually agree on it, compliance with the mediated agreement is usually very high.

DEVELOPMENT OF A CONFLICTING CULTURE

As conflicts are constructive if handled well, mediation in business is not only meant to solve one single dispute, but to enhance communication in the company. Therefore, mediation pushes towards positive change and development.

The mediation application in business in Germany arose in the eighties then politicians tried to use US American mediation methods in Germany. They oriented their efforts on the Harvard method which was developed by William Ury and Roger Fischer [6]. However, these mediations failed mainly because they were too theory oriented and developed for the American society which is very different from the German one in terms of laws, discussion culture etc [7, p.19].

In the second phase in the midst of the nineties the mediation methods were adapted to the German society. Dirk Meuer und Markus Troja registered 86 public mediations between 1996 and 2002. The largest and most complex mediation was about the airport in Frankfurt which is often seen as a milestone for successful mediation in Germany [7, p.20].

The third phase is the systematic use and consolidation of mediation in decision making processes. This is accompanied by formal procedures like including mediation in law [7, p.20].

In 2008 the European Union passed a guideline for its member states to introduce mediation and the role of a mediator into their national law. In Germany the parliament passed a mediation law in July 2012 which defines the terms “mediation” and “mediator”, describes the process and the responsibilities of a mediator and the limitations including the confidential clauses. It also names norms for education, training and certification. However, there is no one final job classification for mentors. The federal states hold the main responsibility of the facilitation of mediation [8, p.1ff].

The educational requirements for accreditation as a mediator differ between accrediting groups and from country to country. In Germany professional bodies impose accreditation standards. Private organizations, e.g. Deutsche Gesellschaft für Mediation (DGM), Bundesverband Mediation in Wirtschaft und Arbeitswelt (BMWA) and Bundesverband Mediation (BM), educate, train and certificate mediators. They then convey their members to companies. Also private institutions which are publicly funded, for example the university in Heidelberg and Potsdam, offer master degrees. Frequently lawyers attend an additional training in mediation.

The costs for consulting an external mediator strongly depend on the expenditure of time of the mediator. In Germany the duties are negotiable. Normally it is less costly to employ a mediator than to pay a lawyer and go to court. The parties do not have to employ an attorney to settle the agreement. The mediated agreement, however, is fully enforceable in a court of law [6, p.2].

To conclude, mediation has a huge potential for conflict resolution in the future. However, as the mediation law was only recently passed in Germany, there is still the need to increase its awareness and to monitor its development. This includes that statistics need to be done for evaluation, e.g. about how many mediators are accredited, in how many conflicts mediation is applied and how successful mediation is in conflict resolution.

Literature:

1. Altmann, Gerhard; Fiebiger, Heinrich; Müller, Rolf (2005): Mediation. Konfliktmanagement für moderne Unternehmen. Weinheim; Basel: Beltz.
2. Duve, Christian; Eidenmüller, Horst; Hacke, Andreas (2011): Mediation in der Wirtschaft. Wege zum professionellen Konfliktmanagement. Köln: Schmidt, H, Mainz.
3. Yona Shamir (2003): Alternative Dispute Resolution Approaches and their Application. Hg. v. Israel Center for Negotiation and Mediation (ICNM).
4. Spangle, Michael; Isenhardt, Myra Warren (2003): Negotiation. Communication for diverse settings. Thousand Oaks ; London [u.a.]: Sage.
5. Bundesverband Mediation: Mediation in Organisationen / Wirtschaftsmediation. Online available under www.bmev.de.

6. Fisher, Roger; Ury, William; Patton, Bruce (2009): Das Harvard-Konzept. Der Klassiker der Verhandlungstechnik. Frankfurt/Main: Campus-Verl.

7. Meister, Hans-Peter (2012): Mediation und Dialog bei Großprojekten. Der Ausbau des Flughafens Frankfurt. Verlauf, Erfahrungen, Folgerungen. Frankfurt am Main: Frankfurter Allgemeine.

8. Bundesministeriums der Justiz in Zusammenarbeit mit der juris GmbH (2012): Mediationsgesetz (MediationsG). Online available under www.juris.de.

A. A. Efendieva

SPbSUE, International Business Master Program

Ass. Prof., Ph.D. I.S. Vardanyan

SOCIAL MEDIA & EMPLOYER BRANDING

В данной статье рассмотрены возможности использования социальных сетей в целях рекрутинга и повышения узнаваемости HR-бренда. Статья содержит примеры эффективного использования социальных сетей как компаниями, так и политиками. Данная работа вносит вклад в развитие HR-брендинга и изучение причин выбора менеджерами по персоналу социальных сетей для достижения поставленных целей.

This paper presents a viewpoint to the potential for use of social networks for recruitment and enhancing the employer brand awareness. The article contains useful examples of proficient appliance of networks by companies and politicians. This paper contributes to the field of Employer Branding by synthesizing work in this domain and research focus on studying the reasons why HR-managers prefer to fall back upon social media for obtaining the objectives.

Ключевые слова: HR-брендинг, социальные сети, рекрутинг

Key words: employer branding, social networks, social media, recruitment

The life of a modern man can hardly ever be imagined without the Internet basically and social media, particularly. By means of social media people get acquainted, find a soul mate, buy or sell something etc. Based on the results of a survey conducted by Internet World Stats in the year 2012, Russia had the lead in Europe in Internet users` count and was the 6th worldwide. So who are the Internet users in Russia? Predominantly, that`s the young audience and middle-aged people, i.e. the labor pool. We fall back to the Internet not only for solving business issues but also to read the news, see the weather forecast, get a life and so on, and social media is a unique world, whatsoever! [2]

Nowadays the most popular social networks in Russia are VKontakte, Odnoklassniki, Facebook and Twitter. The number of users is growing at an exponential rate. Even Presidents have started creating accounts in social networks; thus have become closer to the people.

Back on track, we consider social networks in terms of their efficiency for employer branding. First of all, it's necessary to give a definition of this term.

Employer Branding is a complex of efforts of a company to interacting with current employees and potential employees which makes it (the company) an attractive work; besides it's an active reputation management in the eyes of partners, potential employees and other key stakeholders. [1]

Thuswise, what share has the social media in the work of an HR-manager?

Social media is a brand new efficient tool for promoting the employer brand. It can be used either for enhancing the involvement of the personnel or for the purpose of working with the outside audience.

In order to prove the efficiency of using social media for promotion, it's useful to study the following example. It's a case of a Barack Obama's campaigning (incumbent President of the USA). He's placed his bets on using the social networks. From the beginning of the campaign (Feb.2007), he has managed to catch approx. 6.5 million voters on Facebook and 1.7 million on Twitter. He has even created his own network *my.barackobama.com* in which there have registered more than 2 million people. Analyzing the success of such a strategy, the experts agree that Barack Obama has managed to win the hearts of the voters having shortened the distance with ordinary people.

Everyone who had joined his account could follow all his news. People had known in what city was then Obama, with whom he had met. There even had appeared the personal information, texts, and speeches and so on. One could feel himself Barack's friend. It was easier for election campaign team to follow the trends and the preferences of potential voters. In the format of a social network there were tested the new communication methods.

So where does it concern the recruitment? The contest for the voters is a sort of recruitment. The main difference is that both magnitude of responsibility and the scope are enormous. Many politicians have followed this suit and have created accounts in social networks.

In such a manner, using social networks may be helpful for enhancing the company awareness and, perhaps, for attractivation of a campaign (electoral, advertising etc.). Hereafter are listed the main reasons to create accounts of the company in social networks.

5 reasons to create a company's page in social networks:

1. It's an efficient way of building relationships with a candidate having formed a ground for discussion;
2. It's easy enough to find the appropriate candidates;
3. Exploiting the social networks for recruitment the company gets additional advantages enhancing employer brand awareness and increasing the desire of other people to work in your company;
4. You as an employer ramify your constituencies thereby getting access to more potential candidates;

5. According to one of the recent surveys conducted in the USA, 78% of HR-managers confirmed that they used social networks for the purpose of recruitment. So in case you do not wish to be out of touch start using the networks even now.

It makes perfect sense, the more social networks you use, the more is your employer brand awareness. Nowadays absolutely all the networks provide powerful tools of targeted advertising.

It's been long now that social media have ceased being just a means of networking. Users of community of professionals' networks preeminently present themselves as the experts and succeed in networking. (building business relationships with a view to making use of them in future). The most influential professional networks today are LinkedIn, Professional.ru and Moa krug (the service of Yandex). One can even find special services for advertising vacancies. In the perspective of recruitment the network Xing is actual but not very popular yet. It may be useful for finding expatriates from Europe (the network is especially popular in Germany) or the USA and also may help one promote its company to move the Western markets.

Now that it's been proved that the benefits provided by social networks residing in promotion of an employer brand are obvious, it's reasonable to ask oneself *how can social networks be used to the maximum extent*.

Henceforth is proved an example of the recruiting agency Luxoft Personnel's employee who managed to apply networks for the purpose of best practice. Varvara Agaponova (the above-mentioned employee, Senior Consultant of Luxoft Personnel in St.Petersburg) shares experience noting that she had faced the challenge to find an expert for keeping the corporate blog regarding infosecurity. By means of infosecurity blogs' ratings she faced the candidates' blogs on Habrahabr and Livejournal. She could directly assess the performance and draw conclusion of a candidate's expertise. The candidate she was interested in got a message with a job offer on e-mail or a message in social networks.[3]

One more case example is the social Internet service Pinterest allowing users to add pictures online and place them in subject collections and share them with other network users. On this site one can advertise his company having created a company's whiteboard or having stimulated the employees to put newsworthy photos made at work on their personal whiteboards online. Headhunters may benefit from placing a vacancy advertisement and in case they follow the profiles of targeted users.

The last example to mention is the experience of 3M company's Russian division. 3M is a diversified company with a century-old history and many years of tradition. Aside from famous Russian social networks the company also pays attention to 2 professional communities' networks - LinkedIn and Professional.ru. The company joined social networks, namely Facebook, VKontakte and LinkedIn in the year 2012 and began to try out and mold a strategy of its presence in these networks.

Following the results of the year 2012, the most efficient practices of working with the audience in networks were conducting surveys, contests, publication of attractive pictures, employees' photos and videos having resulted in virus effect.

In conclusion, we ought to mention the distinctive excellence of using social networks by HR Departments for obtaining the objectives.

Thus:

Social networks are the efficient tool indeed that influences the personnel involvement;

Social network is a double-sided communication.

Just at that spot one can begin a dialogue. Candidates can ask their questions and request extra information;

Using social networks for the purpose of recruitment the company gets additional benefits enhancing employer brand awareness and increasing the desire of other people to work in your company;

Finally, there is no point in rejecting such a global candidate base as social networks.

Literature:

1. Vegesh M. A. Experience of management by a HR brand in social networks: as far as it is effective. [Electronic resource] / Vegesh M.A./Management of human potential. - 2013. - No. 02(34). - Page 158-163.

2. Medvedev S. Social networks. [Electronic resource] / Medvedev S.//Human resource management. – 2011. - No. 4.

3. Official site of recruiting agency Luxoft Personnel <http://www.luxoft-personnel.ru>

O. V. Fedotova

SPbSUE, International Business Master Program

Ass. Prof., Ph.D. I.L. Borovskaya,

MANAGEMENT OF TECHNOLOGY AND INNOVATION IN JAPAN

Innovation is one of the most effective ways to enhance profitability of a company. Innovation is a route to economic growth. Western and Eastern way of creating organizational knowledge differ a lot. By knowing key features of both of them, most particularly about Japanese one, we can gain competitive advantage in a given regional market.

Key words: innovation, technology, products, services, international business, Japan.

This century has been full of innovation. New technologies, new products, new services, whole new industries have emerged. Yet the call for innovation in business has never been so intense.

So what is innovation? It might be presented as a mix of having sufficient resources and satisfactory external conditions. In other words, it is an ability to effectively transform available resources into marketable products and services. The specific management competence is often referred to as Management of Technology and Innovation. All in all, it is a primary criterion distinguishing successful companies from unsuccessful ones. Innovation is about helping organizations to grow [1].

Innovation can be measured by seven factors, including the following:

- a) R&D intensity;
- b) Productivity;
- c) High-tech density;
- d) Researcher concentration;
- e) Manufacturing capability;
- f) Tertiary efficiency;
- g) Patent activity [4].

Successful innovation is about creating value. It does so either by improving existing goods, processes or services (incremental innovation), or by developing goods, processes or services of value that have not existed previously (radical innovation). However, both kinds of innovation require to do the following:

- a) Have an understanding of and insights into consumer needs;
- b) Develop imaginative and novel solutions.

While it is true that Innovation turns knowledge into cash, it is not limited to technologies and products. Innovation is not only about designing a new product or service to sell, but it can also focus on existing business processes and practices to improve efficiency, find new customers, cut down on waste and increase profits. Constantly innovating and improving business is also likely to help you attract better staff members and retain more of your existing staff – something which is crucial to the long-term health and performance of your business. So, nowadays innovation and business are absolutely correlated.

Moreover, growth of economies worldwide is increasingly related to the capacity of regional economies to change and innovate. Regions and cities have become key spatial units where knowledge is transferred, innovation systems are built and competition to attract investments and talents takes place. There is a lot of comparison between Eastern and Western way of thinking and, therefore, way of innovating. For instance,

Many experts tend to believe in a flexible attitude to management according to the Western civilization, whereas Asian companies have traditionally been more open to new ideas due to their philosophic approach at evaluating things. For example, they study the small pieces but always in the context of a larger whole [2].

More specifically, there is a paradox at the heart of Japan's culture. It is a deeply traditional country and yet it is hungry for new technology. The origins

of Japanese innovation can be summarized as following: “Japanese spirit, western technology”, which means rapid adoption of Western achievements usually followed by adaption to the Japanese way of life and subsequent perfection. However, all in all, it can be very difficult to make generalizations. We should take the best features from both of them.

Overall, Japanese corporations have to use new approaches like intrapreneurship and cocreation with outside organizations to re-energize the innovation processes required to be global leaders. What is more, we are ultimately optimistic about Japan’s ability to compete in a changing global market. Although Japan faced a number of formidable challenges in the past, many experts note that the country possesses an incredible capacity for innovation. In order to be leaders in innovative sphere companies should not view any change as threat but as an opportunity [3].

Literature:

1. Sauber T (2011): Design and Implementation of a Concept of Structured Innovation Strategy Formulation. ETH Zurich.
2. Ozawa T (2010): Japan’s Technological Challenge to the West, Motivation and Accomplishment, The MIT Press: Cambridge, Mass., London.
3. Kodama F (2011): Emerging Patterns of Innovation. Sources of Japan’s Technological Edge, Boston.
4. Management of Technology and Innovation in Japan, Herstatt, C., Stockstrom, C., Tschirky, H., Nagahira, A. (Eds.), 2006, XXIII, 406 p

А. Г. Гаврилюк, А. С. Озарян

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»

к.э.н., профессор Эпштейн М.З.,

к.э.н., доцент Пивоваров И.С.

INTERNATIONAL PROMOTIONAL ACTIVITIES: SIGNIFICANT AND INFLUENTIAL FORM OF ART OR THE SIMPLIFICATION OF THE ROLE AND FUNCTIONS OF THE SOUL IN THE WORLD?

Роль и место рекламной деятельности в современном мире весьма значительна. Международные бренды, выходя на внешние зарубежные рынки, испытывают конкуренцию со стороны местных брендов и международных конкурирующих брендов.

The role of advertizing activity is very considerable. Entering the foreign markets international brands compete with local brands and other international brands.

Ключевые слова: международный бизнес, конкуренция, культура, глобализация, рекламная кампания, мотивация

Key words: international business, advertizing, competition, culture, globalization, advertising campaign, motivation

At the turn of the 21st century the international business became so comprehensive and pervasive phenomenon of a modern civilization that it is almost impossible to give the definition to this difficult phenomenon.

We live in the world where borders of the states are open, where each country depends from each other. Strategic alliances, joint ventures, concerns, the companies of world level play a very important role in this constantly developing global world. Activity of such companies covers a lot of spheres that have a great impact on the life of each person. We have an opportunity to travel, to study in foreign higher education institutions, to work in other countries. Almost everyone has a mobile phone and PC created by one of leading companies in the sphere of IT, each of us has been to "MC'Donalds" and "KFC", used services of leading airlines of the world of alliance "Sky Team". Perhaps, there is no person who doesn't know the Coca-Cola company or the Apple company. It means that the international business develops and rather fast steps.

With growth of number of the companies the competition between them increases. To be competitive the companies take a set of measures. For that they have to answer for some very important questions as "How to make consumer choose exactly our company? ", "What distinguishes our company from other companies? »

Entering the foreign markets international brands compete with local brands and other international brands. The role of advertizing activity in this case is very considerable.

The word "advertising" occurred from Latin "reclamare" that means "to shout". Many companies understand it too literally. For that reason they frightening off the clients. It's impossible not to agree that nobody loves when somebody raises a voice on him. Though we live on one planet but in each country there are unique features which distinguish us from each other. For this reason it is necessary to understand there is no universal advertizing campaign for all of countries. It is necessary to consider features of each of cultures. Unfortunately nobody understands that. In the international practice there is a set of examples when entering the foreign market the company didn't consider its feature, and conducted the activity in the same way as well as in the local market. Here are some examples of such unsuccessful advertizing campaigns for 2012 year, provided by information portal "Vestnik K".

1. IKEA is the worldwide famous Swedish company producing furniture cut out pictures of all women from the catalog intended for distribution in Saudi Arabia. It isn't forbidden to put the photos of women in advertizing to this country. A lot of companies and local politicians were outraged of a such act from the side of IKEA. For that reason IKEA had to apologize. "We understood that were wrong having cut out images of women from the catalog for Saudi Arabia. It is contrary to values of our company".

2. Never call the shop Hitler. One companies in India risked and it was compelled to change the name as a result of the global protest.

3. The commercial video of the American chips Popchips with Asheton Kutcher was scarified on YouTube and in Twitter and was called as racist advertisement. Indignation of the audience was caused by the parody on the Hindu in advertizing. Kutcher played the role of Raj with a large number of the make-up imitating dark skin color and saying words with strong accent. Representatives of Popchips quickly reacted to criticism and declared that in the advertising didn't want to offend anybody but only make a smile.

As we can see from the given examples the problem in creation of advertising exists even among the companies engaged the international activity not the first year. Advertising is created by people. In our opinion the secret of success advertising campaigns is covered in attraction to work people whose knowledge, experience and creative opportunities are on the high level and who will be able to find the solution of the corresponding tasks. Therefore training of the highly skilled personnel in the sphere of the international advertising activity is an important task for each country. It is especially important for achievement of success in conducting the international business and to improvement understanding between the countries. Though advertising is a driving force in the international business that promoting growth of economy and establishment of partnership between the companies of various countries but it is only one side of advertising. There is also a reverse side. Advertising in particular the advertising of the international level as well as globalization is a process which conducts to unification of space, cultures and the identity of the person. Proceeding from the provided statistical data person by the age of 65 will watch on the average 2 million commercials TV-advertising. The ordinary child watches on the average 40000 TV advertising a year and these are more than 100 in a day. On the average one TV commercial video lasts from 30 to 60 seconds. Therefore the child spends for watching TV-advertising 75 minutes in day, i.e. it is possible to make a conclusion that the person by 65 years will spend 1,5 years for watching of TV-advertising but it is only the television. There are also banners, advertising in the subway and eventually Internet advertising. It is possible to say that advertising makes a considerable part of the life of each person. In this case mistakes made when developing an advertising campaign can have very destructive consequences. First of all advertising brainwashes the person. In many dictionaries a synonym of the word "zombie" is "advertising", i.e. since the earliest age the person is deprived by opportunities to think. Advertising of children's goods is designed for the nag factor. It inspires children on purchase of certain goods which will make them more coolly and more popularly among contemporaries. Further it is already a question of parental patience. According to researches the American teenagers on the average have to ask parents 9 times to buy a thing from advertizing before

they will agree on purchase. The American Association of Psychologists claims that children till 8 years aren't capable to estimate critically advertising and consider all provided information as honest, truthful and objective. More than a half of the children interrogated during research declared that purchase of advertised goods adds them a self-confidence. All listed above is highly disappointing. On the one hand the world without advertising can't exist yet but how it will be able to exist with the advertising that is represented at the moment. To motivate people on purchase of goods advertising appeals to psychological needs of the person. The instincts are most operated in advertising are fear, feeling of own advantage, a self-preservation instinct, imitation and thirst of the power. Our future will be build by the following generation and it is brought up on advertising. Scientists of York University established that the American pharmaceutical companies spend for advertising twice more money than for researches. Here is the question arises, "What advertisement may come? »

Literature:

1. Багиев Г.Л., Аренков И.А. Основы современного маркетинга: Учебное пособие / Г.Л. Багиев. – СПб.: Питер, 2004. – 116 с.
2. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: пер. с англ. / Ф. Котлер. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 944 с.

A. A. Gusakova, E. A. Zharikov
 SPbSUE, Master program International business
 Prof. Dr. A.G. Bezdudnaya
 Ass. Prof., Ph.D. I.L. Borovskaya

NEW TECHNOLOGIES IN BUSINESS. INTERNET BUSINESS AND CROWDSOURCING

In the article is told about actual technologies of management. Business models which successfully function in virtual space are considered. There is shown dynamics of crowdsourcing technology and electronic commerce.

Keywords: Internet business, globalization, electronic commerce, crowdsourcing, crowdfunding, international cooperation, B2B, business models, management.

In the XXI century people faced a phenomenon which today is called globalization. Globalization is an integration of economic processes, markets, and countries to scales of free international community. Due to this phenomenon, there is a creation of the world market network economy, based on system of the international division of labor, economic and political relations, transna-

tionalization and regionalization. In this regard many branches of science are faced to the problem of necessity in search new tools for studying, analysis and creation of real methods of the global market research.

Scientists face a similar problem when we speak about the management concept in the international business. How build and apply a method correctly, if the studied environment is incredibly mobile and unstable? How maximize efficiency of labor units or reduce power consumption in case of the project development? All these questions result us to necessity of updating new tools for economy and management.

So, a kind of new methods and technologies, which appear with Age of Internet should be find. Internet business provided a very big field to explore. First of all, it is assumed, that Internet business is a range of different methods and models, some can be known and wide used, some can be totally new and hardly studied.

The basic categories of business models discussed below include: Brokerage, Advertising, Infomediary, Merchant, Manufacturer (Direct). [3]

The models are implemented in a variety of ways and described with examples. Moreover, a firm may combine several different models as a part of its overall Internet business strategy. For example, it is not uncommon for content driven businesses to blend advertising with a subscription model.

Brokers are market-makers: they bring buyers and sellers together and facilitate transactions. Brokers play a frequent role in business-to-business (B2B), business-to-consumer (B2C), or consumer-to-consumer (C2C) markets. Usually a broker charges a fee or commission for each transaction it enables. The formula for fees can vary. Brokerage models include:

Marketplace Exchange - offers a full range of services covering the transaction process, from market assessment to negotiation and fulfillment. Exchanges operate independently or are backed by an industry consortium. [Orbitz, ChemConnect]

Buy/Sell Fulfillment -- takes customer orders to buy or sell a product or service, including terms like price and delivery. [CarsDirect, Respond.com]

Demand Collection System -- the patented "name-your-price" model pioneered by Priceline.com. Prospective buyer makes a final (binding) bid for a specified good or service, and the broker arranges fulfillment. [Priceline.com]

Auction Broker -- conducts auctions for sellers (individuals or merchants). Broker charges the seller a listing fee and commission scaled with the value of the transaction. Auctions vary widely in terms of the offering and bidding rules. [eBay]

Transaction Broker - provides a third-party payment mechanism for buyers and sellers to settle a transaction. [PayPal, Escrow.com]

Distributor - is a catalog operation that connects a large number of product manufacturers with volume and retail buyers. Broker facilitates business transactions between franchised distributors and their trading partners.

Virtual Marketplace or virtual mall, a hosting service for online merchants that charges setup, monthly listing, and/or transaction fees. May also provide automated transaction and relationship marketing services. [Shops and Merchant Services at Amazon.com]

The web advertising model is an extension of the traditional media broadcast model. The broadcaster, in this case, a web site, provides content (usually, but not necessarily, for free) and services (like email, IM, blogs) mixed with advertising messages in the form of banner ads.

Portal - usually a search engine that may include varied content or services. A high volume of user traffic makes advertising profitable and permits further diversification of site services. A personalized portal allows customization of the interface and content to the user. A niche portal cultivates a well-defined user demographic. [Yahoo!]

Classifieds - list items for sale or wanted for purchase. Listing fees are common, but there also may be a membership fee. [Monster.com, Craigslist]

User Registration - content-based sites that are free to access but require users to register and provide demographic data. Registration allows inter-session tracking of user surfing habits and thereby generates data of potential value in targeted advertising campaigns. [NYTimes]

Query-based Paid Placement - sells favorable link positioning (i.e., sponsored links) or advertising keyed to particular search terms in a user query, such as Overture's trademark "pay-for-performance" model. [Google, Overture]

Contextual Advertising / Behavioral Marketing - freeware developers who bundle adware with their product. For example, a browser extension that automates authentication and form fill-ins, also delivers advertising links or pop-ups as the user surfs the web. Contextual advertisers can sell targeted advertising based on an individual user's surfing activity.

Content-Targeted Advertising - pioneered by Google, it extends the precision of search advertising to the rest of the web. Google identifies the meaning of a web page and then automatically delivers relevant ads when a user visits that page. [Google]

Intromercials - animated full-screen ads placed at the entry of a site before a user reaches the intended content. [CBS MarketWatch]

Ultramercials - interactive online ads that require the user to respond intermittently in order to wade through the message before reaching the intended content. [Salon in cooperation with Mercedes-Benz]

Data about consumers and their consumption habits are valuable, especially when that information is carefully analyzed and used to target marketing campaigns. Independently collected data about producers and their products are useful to consumers when considering a purchase. Some firms function as infomediaries (information intermediaries) assisting buyers and/or sellers understand a given market.

Wholesalers and retailers of goods and services. Sales may be made based on list prices or through auction.

Virtual Merchant - or e-tailer, is a retail merchant that operates solely over the web. [Amazon.com]

Catalog Merchant - mail-order business with a web-based catalog. Combines mail, telephone and online ordering. [Lands' End]

Bit Vendor - a merchant that deals strictly in digital products and services and, in its purest form, conducts both sales and distribution over the web. [Apple iTunes Music Store]

The manufacturer or "direct model", it is predicated on the power of the web to allow a manufacturer (i.e., a company that creates a product or service) to reach buyers directly and thereby compress the distribution channel. The manufacturer model can be based on efficiency, improved customer service, and a better understanding of customer preferences. [Dell Computer]

Purchase - the sale of a product in which the right of ownership is transferred to the buyer.

Lease - in exchange for a rental fee, the buyer receives the right to use the product under a "terms of use" agreement. The product is returned to the seller upon expiration or default of the lease agreement. One type of agreement may include a right of purchase upon expiration of the lease.

License - the sale of a product that involves only the transfer of usage rights to the buyer, in accordance with a "terms of use" agreement. Ownership rights remain with the manufacturer (e.g., with software licensing).

Brand Integrated Content -- in contrast to the sponsored-content approach (i.e., the advertising model), brand-integrated content is created by the manufacturer itself for the sole basis of product placement.

In contrast to the generalized portal, which seeks to drive a high volume of traffic to one site, the affiliate model, provides purchase opportunities wherever people may be surfing. It does this by offering financial incentives (in the form of a percentage of revenue) to affiliated partner sites. The affiliates provide purchase-point click-through to the merchant. It is a pay-for-performance model - if an affiliate does not generate sales, it represents no cost to the merchant. The affiliate model is inherently well-suited to the web, which explains its popularity. Variations include, banner exchange, pay-per-click, and revenue sharing programs. [Barnes & Noble, Amazon.com]

Banner Exchange - trades banner placement among a network of affiliated sites.

Pay-per-click - site that pays affiliates for a user click-through.

Revenue Sharing - offers a percent-of-sale commission based on a user click-through in which the user subsequently purchases a product.

The viability of the community model is based on user loyalty. Users have a high investment in both time and emotion. Revenue can be based on the

sale of ancillary products and services or voluntary contributions; or revenue may be tied to contextual advertising and subscriptions for premium services. The Internet is inherently suited to community business models and today this is one of the more fertile areas of development, as seen in rise of social networking.[4]

Due to report provided by OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) it is obvious that business in Internet or e-commerce grow quite rapidly.

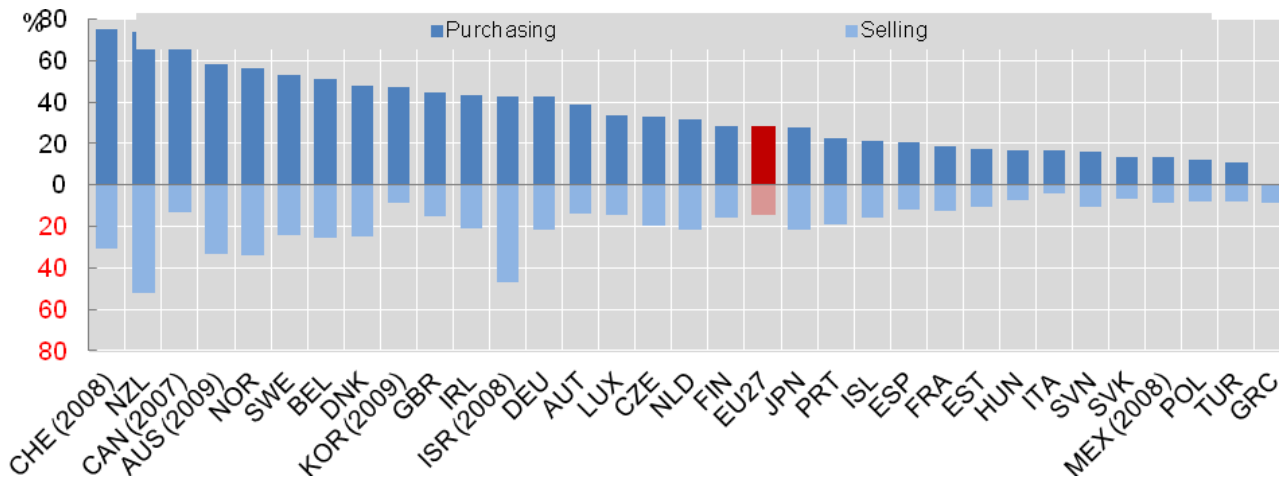


Figure 1. Internet selling and purchasing for total industry, 2010 [2]
Percentage of businesses with ten or more employees

Figure 1 shows a very intensive dynamic of electronic commerce. In forward group are China (80% purchasing and 20% selling), New Zealand, Canada and Israel (shown more dynamic in selling than purchasing).

As one of the such methods is the technology of crowdsourcing. The history of the term is rather young because it was offered only in 2006, however approach is known to mankind already long ago. We are faced crowdsourcing when it is suggested to us help with search of the criminal, the gone person, lost animal at the state or world level. We unconsciously enter the similar public contract and not always we look for a material remuneration. To the majority of society, in similar situations, moral satisfaction can be rather more important than real benefit. Probably we participate in public discussion of bills, or in an air we share information on jams, our contribution won't always demand from us inconceivable labor costs, and here the aggregate effect can be worthy. [2]

Therefore, if it is correct to use tools and methods which practically arose spontaneously in the social environment from the beginning of a new historical round of the economic relations postponed to virtual sphere, to be able correctly to estimate it and to apply, we will face considerable maximizing efficiency and usefulness inside both the separate company, and society as a whole.

Literature:

1. Afuah, A., & Tucci, C. L. 2012. Crowdsourcing as a solution to distant search. *Academy of Management Review*, 37: p. 355
2. OECD (2011), "E-commerce uptake", in *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2011*, OECD Publishing. http://dx.doi.org/10.1787/sti_scoreboard-2011-64-en
3. Business models on the web: <http://digitalenterprise.org/models/models.html>
4. Do Some Business Models Perform Better than Others? A Study of the 1000 Largest US Firms; Peter Weill, Thomas W. Malone, Victoria T. D'Urso, George Herman, Stephanie Woerner Sloan School of Management Massachusetts Institute of Technology: <http://ccs.mit.edu/papers/pdf/wp226.pdf>

M. Iakovlev

SPSEU, PhD Program

Ass. Lecturer

Supervisor: PhD. Ass. Prof. N.V. Trifonova

CORRUPTION IN RUSSIAN STATE CIVIL SERVICE: APPLICATION OF SCHWARTZ BASIC HUMAN VALUES MODEL METHODOLOGY TO CORRUPTION ANALYSIS

Corruption-related risks in Russian State Civil Service system are mainly related not to lucrative motivations, but rather to disinterest towards professional enhancement, reluctance of opposing collective opinion and trespassing unwritten laws of deformed segment of organization.

Key words: corruption, state civil organizations, professional motivation, value model.

Analyzing results of recent anti-corrupt efforts in Russia, it's hard to find little, if any, signs of success in this struggle. Comparing variety of corruption-related indexes for last 10 years we can note the fact of utmost stability, if not deterioration of respective values. As for example, according to Transparency, International "Corruption perception index" Russia's rank fluctuated as follows:

As provided by Ministry of Internal Affairs official website number of corruption-related crimes is reducing since its peak in 2009 (13100 registered cases). In 2011 and 2012 respective value deteriorated to 11000 and 8400 cases accordingly, yet the average bribe amount increased from 9000 rubles in 2009 to 236 000 rubles in 2011 [2] "Association of Russian Lawyers for Human Rights" evaluates average bribe amount for 2011-2012 as 300 000 rubles in general, and 3 000000 rubles for arbitration tribunal cases, reaching total corruption turnover volume of app. 1.6 bln USD or 52,6 percent of GDP total [3].

Year	Corruption perception index value	Russia's rank/Total number of countries in the research
1	2	3
2002	2,7	71/102
2003	2,7	86/133
1	2	3
2004	2,8	90/146
2005	2,4	126/159
2006	2,5	121/163
2007	2,3	143/179
2008	2,1	147/180
2009	2,2	146/180
2010	2,1	154/178
2011	2,4	143/183
2012	28*	133/174

Table 1

*new scale implemented with a scale from 0 to 100 (instead of 0-10) [1]

Russian government, as it seems, is not able to overcome corruption, partially due to infiltration of organized crime into its structures. Alteration of remuneration system and HR politics for government employees had not changed situation because of special system of cooperation between bureaucrats, unified by mutual interests and similar life approach. Corruption in Russia became organized, self-sustainable and self-repairable system, able to maintain its existence in invariable shape for considerable amount of time. Taking into account multitude of shapes and forms of corruption behavior, it can be associated with special culture layer, defined by complex of its bearer's life values. Deterioration of official legislation and executive systems promoted bureaucrats towards less formal ways of communication between each other. State management began to lean on personal bonds and sympathies between superiors and subordinates. Thus situation cannot be described with sole term "corruption", but «structural deformation" instead. As all structural phenomena, this particular one leaves appreciable mark on its component parts I.E. people involved. Shaped informal rules and regulations system shared by the majority of staff in corrupted unit or institution, acts like a filter for people, sharing inverse life values, effectively isolating structure from explicit influence. Theoretically, prolonged existence of structure with such value-based personnel selection mechanism leads to emergence of new corporate culture, significantly different

from the original and purposeful one. Thus, in order to be able to monitor corruption-related risks, it is possible to use instruments of human value analysis. Requirements, laid on such instruments are stipulated by variety of factors, including complications during practical application of research results, and reticent nature of possible members of deformed structure. Within the bounds of pilot research, held in St. Petersburg, Russia in 2011-2012, Shalom Schwartz Basic Human Values model and associated methodology of research were chosen as most convenient framework for comparative value monitoring.

According to researchers, working with Sch. Schwartz model (see Licht, Goldschmidt, Schwartz, Tavares) high approval rate for values, related to “Conservation” dimension are generally associated with lessened transparency in the organization and increased corruption-related risks [5,6]. “Openness to change” value group is somewhat an opposite to “Conservation”, and its high rate of approval generally being interpreted as an indication of more open and fair organization. In order to apprehend measure of discrepancy between bureaucrat and an average citizen, a research was carried out in 2011-2012. in St. Petersburg University of Economics [7]. In its course, more than 70 officials and 100 students of leading economics universities were surveyed as well. Student sample group were designed to act as a source of reference values for basic human value portrait of an individual, uninvolved in corruption network or deformed segment of structure. Economic universities were chosen as source of information, as one of the main staff suppliers for Russian State Civil Service. Civil Servants, as well as students were offered to fill in Sch. Schwartz BSV Survey Questionnaire, localized by V. Karandashev in 2003 and to answer few questions about their job [8]. Results of research have proven the fact of significant discrepancies in sample group's motivational values. Generally, civil servants had shown significantly higher levels of approval for conformity, tradition and security (i.e. conservation value group) and were lesser commended to values of Achievement, Power, Hedonism (self-enhancement value group), Stimulation and Self-Direction (Openness to change value group). On the other hand, although bureaucrats rated Self direction lesser, than students, it nevertheless appeared to be the most important one for them as a life principle. Table below contains processed research data for approval of values, as individual priorities.

As it can be apprehended, civil servants are rating highly values, belonging to opposite dimensions i.e. Openness to change (Self-direction), Security and Conservation (Conservation), Benevolence and Universalism (Self-transcendence). Analyzing corruption-related risks, following from research results, low levels of approval for Achievement and Power are indicating low interest of civil servants for professional growth and self-perfection. Relatively high approval levels for Security and Conformity values reflects strong inclination of civil servants to preserve status-quo, to evade confrontation inside col-

lective and fit group expectations and interests. Thus, corruption-related risks in Russian State Civil Service system are mainly related not to lucrative motivations, but rather to disinterest towards professional enhancement, reluctance of opposing collective opinion and trespassing unwritten laws of deformed segment of organization. Substantial differences between student and civil servant value portrait indicates, that Civil service corporate culture promotes specific set of values and rejects bearers of distinct ones. In consideration of abovementioned self-isolationist nature of state institutions, present corporate culture and set of dominating values are likely to remain in power in nearest future inside Russian state civil service.

Value as individual priority	Absolute value for civil servant sample	Individual priority rank	Absolute value for student sample	Relative difference between level of approval between civil servant and student samples	Absolute difference between level of approval between civil servant and student samples
1	2	3	4	5	6
Conformity	2,053	4	1,643	24,90%	0,409
Tradition	1,296	9	0,824	57,33%	0,472
Benevolence	2,191	3	2,209	-0,83%	-0,018
Universalism	1,912	5	1,762	8,51%	0,150
Self-Direction	2,520	1	2,754	-8,51%	-0,234
Stimulation	1,658	8	1,962	-15,49%	-0,304
Hedonism	1,781	6	2,077	-14,25%	-0,296
1	2	3	4	5	6
Achievement	1,605	7	2,172	-26,10%	-0,567
Power	1,202	10	1,820	-33,96%	-0,618
Security	2,263	2	2,039	10,97%	0,224

Table 2

Literature:

1. Transparency International "Corruption perception indexes" data for 2002-2012. <http://cpi.transparency.org/cpi2012/>, annual reports from 2002 to 2012.
2. Russian Ministry Of Internal Affairs official crime statistics. <http://mvd.ru/presscenter/statistics/reports>, monthly reports.
3. "Denis Sugrobov, Police Major General, head of economic safety and anti-corruption service main department interview" September 9, 2011, Russian Ministry Of Internal Affairs official website, accessed September 9, 2011. <http://mvd.ru/news/item/160054/>
4. Clean Hands, independent Russian anti-corruption civil society center, 2011 "Corruption in Russia " Annual Report (Moscow, 2012), p. 25.
5. Amir N. Licht, Chanan Goldschmidt, Shalom H. Schwartz "Culture rules: The foundations of the rule of law and other norms of governance" *Journal of Comparative Economics*, December 2007, p. 659-688
6. Aida Isabel Tavares "The socio-cultural and political-economic causes of corruption: a cross-country analysis" *Economics Working Papers* (Aveiro: Universidade de Aveiro, 2004)
7. Mikhail Iakovlev, Natalia Trifonova "Analysis of organizational structural deformations in Russian State Institutions" *Business development and environment. St-Petersburg University of Economics and Finance*, (St.-Petersburg, 2012) p 12.
8. Vladimir. N. Karandashev. "Schwartz methodic for basic human values analysis: a concept and methodological recommendations". St-Petersburg.: Rech 2004, p. 13, 31

Kompanets Victoria

Master programme "Global Management of Innovation and Technology"
 Research Assistant, Northern Dimension Research Centre NORDI,
 Lappeenranta University of Technology (LUT)
 Supervisor: Prof. Dr. Tuomo Kässi, LUT

BEST PRACTICES OF RUSSIAN AND EUROPEAN DOUBLE DEGREE PROGRAMMES

This article gives a review of Russian and European double degree programmes at Master's level from administrative and academic perspective. The paper discusses the following issues: how to improve implementation of the double degree programmes; what has been being done to support the quality, continuous development and attractiveness of joint programmes and what are motivating factors for starting DD programmes. Results of the research reflecting best practices of eighteen strong Russian universities and one Finnish university which has fourteen double degree agreements with Russian universities can be used by education and science practitioners involved in international double degree programmes.

Key words: double degree programme, joint degree, dual degree, educational cooperation, international program, Master's programme, Russian higher education system

Russia's economic potential and its accession to WTO predicts expansion of cooperation with Western world that dictates the need for specialists who know equally well Russian and European business environment. As a response to this demand special training programmes including studies in universities of several countries are created. Transnational degree programmes give wider prospective on various aspects of business, technology and humanitarian sciences along with better understanding of cultural differences.

Practice of cross-border educational cooperation started active development since 1980s [2, p. 9]. The first double degree programmes in Russia appeared in mid-1990s after Soviet Union was collapsed and universities as well as other organizations started looking for opportunities for cooperation with western capitalist countries. However, the majority of the double degree programmes was established 3-5 years ago and more programmes are planned to be launched in the nearest future. Interest from both European and Russian universities in joint degree cooperation and potential economic conditions ensure topicality of best practices sharing in this field.

The purpose of this research is to learn about effective double degree (DD) programmes management by analysis of existing Russian and European DD programmes in universities with universities. In order to achieve this purpose, the research aims at answering the following research questions:

- 1) What are the best practices of DD programmes implementation?
- 2) How to improve the quality and attractiveness of the DD programmes?
- 3) What are the motivating factors for starting DD programmes?

Results of the research reflect best practices of eighteen strong Russian universities (Russian National Research Universities, Federal Universities, other best universities) and Finnish Lappeenranta University of Technology which has fourteen double degree agreements with Russian universities. Among the target groups 25 universities have double degree programmes. Methods of data collection were desk research and interviews.

Double degree programme is a higher education programme provided by two or more higher education institutions (HEI) awarding a student with two or more degree certificates upon completion. The term "joint degree programme" is applied either to the cases when students of a programme get one joint degree certificate provided by all partner HEIs or to express a general term complying to all types of programmes jointly developed by several HEIs. [3]

There are 246 double degree programmes in 79 universities in Russia [1]. The given research is limited to Master's degree programmes with European partners in 24 Russian strong universities. 85% of Russian universities consider double degree programme development as important direction of their activities. Master's double degree programs are more widespread in Russia as well as in Europe. Country analysis of double degree programmes in question shows

that most of the DD programs are organized with French universities (23 HEIs, over 25 DD programmes), Germany (19 universities, over 22 programmes), UK (16 universities, over 17 DD programmes), Finland (7 universities, over 28 programmes) and Netherlands (7 universities, over 8 DD programmes).

The structure of Master's double degree programs is more or less same in most universities: a student gets 50-60 ECTS credits at home university and 30-40 ECTS credits at the partner university and submits final thesis or project worth of 30 ECTS. In most cases students write jointly supervised Master's thesis either in English or both in Russian and English. Requirements for the thesis may differ for partnering universities but the topic of a project is usually similar. As a result, students get two national degree certificates. The similarity of degree structure is due to joining of Russia to Bologna declaration.

The differences between the double degree programmes are rather in academic mobility arrangement. There are three general models of double degree programmes in Russia. The most widespread is a model of one-way mobility when students from Russian university study the first year in Russia and for the second year go to European partner university for one or two semesters. In this case double degree agreement does not cover the mobility of European students to Russian university. The second type of double degree programme organization is when students do not study abroad, but professors from partner university come for lecturing in Russia or distant learning techniques are applied. And thirdly there are DD programmes providing two way mobility approach when the programme is thoroughly planned and students from both universities study abroad and complete their degrees in two universities. The third type can be called as a reference model at which most universities aim.

The first condition for successful process of building joint curriculum and combination of different universities' standards and requirements is mutual interest of the partners, there should be persons responsible for and interested in development of the programmes as it requires a lot of resources (time, human, financial). Educational standards and requirements in Russia as well as in some other European countries are quite inflexible; thereby partners should be loyal and respectful to each other's peculiarities. Normally, studies at partner university are included in optional part of the home university programme and individual study plan for students of DD programmes is developed.

The common problem in provision of the two-way mobility of students within the DD programme is a scarce amount of courses in English at Russian universities and stereotype that it is dangerous to live in Russia. Thereby, first of all, enough courses in English should be developed and good living conditions in student dormitories provided. In addition to marketing methods described later in this article, it may reasonable first to invite potential students from partner university to participate in short-time traineeships or summer schools. As for the development aspect, including a guaranteed traineeship in

multinational company operating in Russia, not necessarily paid, was mentioned as attracting factor by many respondents.

Recognition of previous degree certificates (nostrification) of foreign students is an outstanding challenge in double degree programmes. Nostrification process is a long procedure in Russia taking from six to twelve months, meaning that DD students should submit their documents at the beginning of the first year of their studies to Russian authorities. Another challenge is that according to Russian requirements, recognized Bachelor studies take 4 years, while in Europe students can get Bachelor degree after 3 years of studying. In some cases students have to submit their Master's diplomas after graduation from European university that postpones their graduation in Russia. However, Russian government tries to solve these problems by giving the right to Russian National research universities, Moscow State University and Saint Petersburg State University to independently make decisions on diploma recognition. In these cases foreign students' degree certificates may be recognized, or students are asked to take some extra bachelor courses in Russia.

In order to ensure continuous development of DD programmes universities establish regular mechanisms for systematic collection and analysis of students' feedback on courses, teaching methods, employers' feedback by involving them to university councils and as corporate partners of the programmes; following and responding to the trends in the world.

What comes to marketing of the double degree programs as well as any other programmes, online marketing instruments are recognized as most effective, such as creation of groups, pages in social networks, blogs of DD students studying at the moment at partner university. Promotion and management of the programs requires many human resources for live (during their visits) / online communication with professors of the partner university, involvement of students and young scientists to joint presentations, "personal sales" (organization of presentations for potential students, visiting Bachelor students and other university departments), educational exhibitions.

Among motivational factors respondents point out increase in the quality of education (increases in educational standards, best practices sharing in education, extension of course package), marketing aspect for potential students, need for integration into international community, strategy of the university and stimulation measures from the government.

In addition to the challenges in provision of two-way mobility, unflexible Russian educational standards, lack of legislation base for DD programmes, low English language proficiency of Russian students is an obstacle for the development of the programmes. In order to overcome this challenge, universities include intensive training of English language into the first year of studies, start promotion of DD programmes earlier at the bachelor level.

Results of this research can be used by education and science practitioners involved in international double degree programmes and those planning to launch a joint educational programme.

Literature:

1. Novosibirsk State Technical University, 2012. Creation and introduction of joint degree programmes in NSTU. Seminar materials.
2. OECD, 2005. Guidelines for Quality Provision in Cross-border Higher Education. 40 p. Available at [www.oecd.org]
3. The Committee of the Convention on the Recognition of Qualifications concerning Higher Education in the European Region, 2004. Recommendation on the recognition of joint degrees.

O. V. Kosorotova
SPSUE, PhD Program
Supervisor: PhD, Ass. Prof. N.V. Trifonova

SHOULD THE INTERNATIONAL COMPANIES CONCENTRATED ON CORE COMPETENCIES IN THE CASE OF GLOBAL INSTABILITY?

In the article the author regards the conceptual framework of core competencies of international companies and necessity to concentrate on it's in case of global instability.

The author suggests that the companies will catch position against its competitors when specialize according to their skills and focus on their core competencies. The importance of this topic is particularly acute in the success of international companies in the global instability. The purpose of this paper is to determine the prospects of development of core competencies of largest multinational companies in Germany.

Keywords: core competence, skills, financial crisis, multinational company, strategy

Well known the fact that economic crises are cyclical law-governed, and that each of the crises is neither the first nor the last. Financial crises shock and paralyze not only the country but also the company and often push them to the bottom. However, the real professionals perceive instability differently - as a change of scenery to their business - and try to use the time to best advantage. Keeping calm in the chaos and confusion, constantly monitoring the important changes of the legislative, financial and political constraints, the most talented managers are in adverse circumstances, new sources of growth.

In a situation of crisis, most managers think that the basic survival - in tough times, it seems to them the only possible strategy. However, a sharp-witted leaders understand that it is a period full of uncertainty, when the financial and market environment is changing almost every day, a chance to make a

major strategic breakthrough. In a crisis, the basic contradiction of the economy has not been canceled: the needs are still endless, and the resources are more and more limited. In these conditions, it is even more acute, and the advantage is given to the one who is better able to maneuver and dispose of resources. Turning to the theory of strategic management can be found there clues in solving this problem. Approach to building a corporate strategy based on the model of core competence has been known for a long time. The main difficulty in the implementation of this model lies in the fact that today is not well established technology to identify and formalize corporate strategies. The source of the efficiency of the corporate strategy is the ability of a corporation to consolidate around core competencies aimed at providing consumers with a unique customer value.

"Core competence" (as it was formulated by Prahalad and Hamel) has three characteristics: it makes the contribution to estimated benefits of the client, it is difficult to imitate for competitors, and it can be used for a wide range of the markets [1]. Knowing the main specialization of firm is important for development of strategy. Concentration on the main competence and outsourcing some activities, managers can use resources of the companies in four ways: they maximize returns by concentrating their attention that they do best of all, they give serious obstacles from penetration of competitors, they fully use strengths of external suppliers and investments that they wouldn't be able to duplicate, and they reduce investments and risks, to reduce time expenditure and to increase to react to the consumer.

Competence, how good it was, only able to create additional value of the company when it can be established based on customer value, the mere existence of any unique skills of no value. During the financial crisis, the analysis of competence is very important. In order to respond effectively to crises, managers need to pay greater attention to the development and maintenance of core competence as a core competence contributes most to the perceived importance of the product by the consumer. Need to develop unique skills and abilities of company in order to create significant competitive differentiation companies. The purpose of the development of key competencies in the crisis is to offer a new base for the formation of a strategic plan, the execution of which is to maintain a sustainable competitive advantage, and to assess the potential of this plan from the standpoint of financial condition and capability of the organization or the business system as a whole. It is important to determine which company's ability to create maximum share of priority for the purchaser of the use value and the resources involved in this [2]. From ranked so rows of operational and market-linked combinations of abilities and resources allocated indirectly hierarchy of existing competences and, accordingly, a core competence as an organizing and managing the creation of the maximum share of "quality" use value. In the case when the task is not to identify the currently existing core

competencies, but rather a definition of the target of anti-crisis competence, which must be purchased from outside or develop within the business - the system, according to the analysis of the spectrum of existing competitive market offers a variety of companies as well as consumer preferences builds a hypothetical structure and hierarchy of resources and capabilities needed to meet the target market (to reduce cost and time for adaptation), as based on the existing structure, and crisis management, target competencies and core competence.

In the period of crisis many businesses need to search new markets for business. In this situation, the key competence can make the transition to the new markets, the ability to penetrate the market and compete successfully in several markets due to the novelty and originality of the key products - the key competence requires abstraction from outside the traditional parameters of the product and the formation of new product concepts needed to enter new markets. In times of crisis, when the competition becomes a struggle not resources, and strategies companies are increasingly direct investment in the creation of core competencies and provide its dynamic capabilities. The increasing role played by innovation potential, the ability to create more effective strategies and continually develop the company, updating its structure and key business - processes in response to the challenges of the external environment.

To analyze the dynamics of core competencies in crisis period we first define main types of competencies and analyze their dynamics on examples of leading German companies. The majority of competences share on three main groups: high level of the technological know-how; reliable processes, and also close connections with external parties.

High-level of technological know-how. Technological competence means deep understanding of a subject of area. This deep understanding comes from early, essential and continuous participation in this area. It includes in knowledge scientific properties of interrelations, and the latest events in subject. This knowledge is useful if competitors have no similar knowledge base and if knowledge can be transformed in high-quality products for clients. The global context gives various opportunities for development and using excellent technological know-how. Special opportunities of various countries can be received in developing technological know-how. Large international sales can finance and amortize more R & D expenses. Improved technological know-how gives to foreign firms the lever for an exit to foreign markets and to compete with local firms which can understand local conditions. Because countries development differs on infrastructure, opportunities exist for transfer and extension of service life of old technologies in developing the countries as new technologies appear in industrialized countries.

Reliable processes. Reliable process delivers expected result quickly, consistently and effectively, with the smallest inconvenience or failures in clients. Reliable process can include decomposition, reintegration, or transfer of

skills to functions, currencies, or the countries. It also can be opportunity to combine various entrances for product control for satisfaction of specific needs of the customer. Reliable processes can happen in researches and development of new products, in zero-defect production, in the international sources without failures, in implementation of cross-border transactions effectively, without snags or losses, and in transfer of system or organizational culture at the international level or in the acquired organization. Stada AG (biggest German pharmaceutical holding) has reliable competences of process of development of new drugs. This reliable process happens because of various factors. Its researchers rank high in the areas and to use higher professional and ethical standards in them researches, than other pharmaceutical firms, Stada created strict internal control has for prevention of release of medicine that prematurely are established as within the country and in its international branches. Employees pass through training programs where safety will be strengthened. In a stage of testing, Stada works with stricter. In a stage of testing, Stada works with more strict Tests, than it is required on control of products and drugs (FDA). It added testing increases reliability of requirements about efficiency of a preparation and reduces chances unknown side effects. It is added testing not has to slow down preparation introduction on the market. Stada compensates stricter testing, making more resources for R & D, than at competitors that accelerates development. Known Reliability of development of the Stada Company helps to get quicker approval from FDA. Besides that, Stada keeps in the house capacities in chemicals which quality of production allows firm to increase quickly the new preparation after FDA approval.

Being able to offer reliable process it is appreciated by clients with international operations cultural distinctions, or red tapes are subject big uncertainty and failures because of transport, communication and customs delays. The countries also differ on their production capabilities and desire for individual a product. The few companies have opportunity effectively to break design or production at international level and to combine various entrances for satisfaction of specific need of the client. Deutsche Bank has reliable competences of process of providing several financial services through own global network of the 100 million clients worldwide. It is directed on providing the clients "any service of bank, in any place, at any time, in any currency in any case they choose", without losing and without operation of bureaucratic delays. It is capable to provide these cross-border operations effectively because more than 100 years of a foreign exchange with experience. Its presence in some the countries with small restrictions of the bank give to firm operational flexibility.

Close relations with externals. Close relations with suppliers, regulators, the professional organizations, distributors and clients a number of advantages give. Firms and the partner can identification of opportunities for mutual benefit (for example, joint decrease in expenses by removal of purchases and sales of

functions or off-peak planning). Suppliers can offer ideas for development of new products or to execute fast change of design it is necessary in parts. The talent can provide the professional organizations excellent. Regulators can facilitate and accelerate the statement of a product or quality of production. Distributors can provide access to the markets and to information on clients. Clients can offer new competences that the firm has to develop. In cultures with a long-term basis, firms seek to develop the relations before business. The relations are especially useful in decrease opportunistic behavior in the countries which are less legal, than the United States. The strong relations with the local partner can be used for effective use of other firms of assets at the international level. The relations are useful to buffering inevitable failures and uncertainty which characterize the international business. Firms can cut down also the financial expenses of foreign investments by carrying out international business through close relations with other organizations, instead of through creations and functioning subsidiaries abroad.

Siemens makes the big capital equipment of goods, such as electricity generation, telecommunications, transport and the equipment. Historically it developed that the German companies had the close relations with Deutsche Banks. Siemens, in particular, was close relations with Deutsche Bank; with heads sit each other on boards. These close relations with one of large German the bank provided Siemens with sufficient, inexpensive financing for the clients that allows firm to make international sales in many countries. Siemens the international competitors are based in other countries can not to have it close relations with banks and don't provide such financial benefits.

Now we can analyze dynamics competence. Various factors promote development of three types of competences. It is obvious that various approaches and some methods, necessary for development each type of competences.

Development of Technological know-how Competence. Due to the development of the technological competence, the most widespread a factor is an influence demanding technical, operation or economic conditions. Often firms united up technologies which were available where it was or at home. Managers working in such conditions threw down a challenge prevailing it is supposed limits and pushed border productivities, that is considered to be possible. Resource the obligation is important for development of knowledge in subject domain, in particular, if the obligation is made at early stages. From the early obligation, competitors can doesn't exist, and the firm has longer period of time in which to accumulate examination. It also helps if allocations of resources are essential which can be stimulated on the economy sphere. Besides, allocations of resources have to be continuous in to support an impulse of advance and to avoid dysfunctional consequences of a stop and begins in development.

Stada is given an example which illustrates a role which is played by

these factors in development of technological competence. In the thirties of the last century founders of Stada created laboratory in Dresden and employed prominent researchers in the field of chemistry and biology. Existing of the medico-chemical and health care industry in Germany gave rich base from which it is possible to scoop talents. Researches in crossing of these two disciplines promoted development various pharmaceutical products, such as B12 vitamin, a cortisone and streptomycin. The joint research approach also promoted synthesis of chemical compounds which block education an illness of enzymes, and not just treatment of symptoms of a disease. Stada was after all first of all the research organization, licensing many from the patents of other companies on a royalty. Despite the fact that, prominent scientists, Stada lagged behind other companies in the field of introduction of preparations on the market. It is Stada it is offered to take more active position, and it began to improve on competitors drugs and the license of technologies from the foreign pharmaceutical companies at the end of 1975, the finance director of the Stada company persuaded to increase sharply R & D expenses, claiming that they will transfer to disproportionate increase development of new preparations and profitability firm. By the end of the 1980th years, Stada stepped-up research program of the program made 10% of all industry R &D expenses. The firm accepted policy of hiring the Top of 10% of scientists and "without feeling sorry for expenses" for work of the most talented. Growth and functional competence of specialists of the Stada Company helped to gather and preparations of new generation of experts. Within a decade, these steps led to Stada of doubling of sales, profit trebling, and achievements of the highest ratings in industry reviews which catapulted firm in to become indisputable the leader in the field of pharmaceutical industry.

Development of Reliable Process Competence. The companies use a combination informal corporate culture and formal operational management and standards for development of reliable process. The informal corporate culture minimizes waste and delivers to consumer value. Formal governing body's control and standards reduce quantity and deviation degree in this process. Some firms seek to minimize delays, analyzing, what actions have to be executed in the house against outsourcing, and then they carry out the careful analysis reliability of the supplier before they choose suppliers. Use of logistic innovations for communication and transport improvement (for example, satellite channels, the general program platforms, or private planes and airfields) can improve also firm's operational reliability and reactions. Various other methods are used by the companies for reliability increase, such as use of personal contacts for achievement of coordination, with use of the analysis of data on the established products of firm for identification weak places and to develop them, or by means of encouragement and system of incentives for efficiency increase.

Development of Close External Relation Competence. Companies can use

early acquisitions to buy the relations which would be takes away a lot of time and too expensive to develop from scratch. Firms can use the existing relations to develop the relations with other party. Their existing competences can be offered in the perspective relations or lack of competence there can be a motivator to create the relations to attract necessary resources. Effectively to build the relations, firms to assume the obligation of understanding and satisfying various requirements which exist in the organization of the partner. This obligation can include creation of team led by a high sales level the manager personally more partners are responsible for account service. This team it is possible to implant into the organizations of the partner to define the requirements and various it is better to satisfy them. As firms increase in sizes, they can seek for expansion and deepening of the relations with suppliers and buyers through, for example, more long-term contracts, acquisition of economy, or joint researches and development. Life of an advancing exit also gives to firm more time at the smaller competition in which to build the relations with potential partners.

Innovations in Deutsche Bank generated many new products which were used for to receive new clients and cross-sale to existing clients. Deutsche Bank began the first bank to enter: traveler's checks; percentage savings accounts that people can open one dollar with the minimum contribution; reverse compact disks (deposit certificates); the ATMs, credit cards with renewable credit the identity card with the photo, adjusted for risk of pricing; and the world the consumer bank which allows clients to make a contribution in a choice of the countries and currencies. Companies can be leaders in their areas, are not standing still or leaning on their prior competences. The leading firms constantly challenged by ancestors. Therefore, those leaders are changed by development of new competences.

The new accent becomes on external competences of the relation. These new competences of the relation can supplement traditional firms of competences and give the chance to it to cope with requirements of globalization, mass settings and more quality, and shorter cycles of a product. To help the companies to expand the relations of competences traditional technological and reliable process of competences in the world markets that they can be not able to reach on their own. Close relations between buyers and suppliers help to adjust products and improvement of quality. At last, closer the relations help firms a source of new ideas and technologies for development of the following generation of competence of the world of fast products and change processes.

Development of several types of various competences grants advantages in comparison with competitors. Several competences are more difficult for competitors to imitate, than one type of competence. Several competences to give opportunity effect which is more, than each effect in rest. In accumulation of several competences, firms can develop new competence that the survival is necessary for a changing era, increase of their adaptability. It should be noted

that the core competence of the company may eventually become a major limitation of its development. This can happen due to the fact that existing competencies are essential for today's products of the company, respectively; managers and staff of the company are experts in them. If the dominance of established competence becomes too large, the managers run the risk of underestimating the need to develop new (emerging) skills. Conservatism inherent in traditional business models and generating resistance to change, the orientation of management on short-term results and effectiveness of operations, fixation on costs and driving down the experience curve, existing supply chain and prevent the development of new markets (emerging) skills in the companies of the traditional business, leaving it field of small innovative firms and integrators.

Speaking about the importance of core competencies of the company in times of crisis, we can consider several options for the development of companies. The first version of the "expected growth", characterized by the presence of own funds of the company and core competencies, and as a consequence of the strategic opportunities may be "windows of opportunity", the consolidation of the market, organizational innovation, the rejection of excess. This can get quite a large number of companies from different industries: the IT-companies, high-tech companies with know-how in manufacturing, service companies, as well as many small innovative companies. The second group - "Overcoming the financial imbalances" - can enter companies that have core competencies, but a high proportion of borrowed funds, which may be caused by different factors (duration of the production cycle, the specifics of the business model). Then there may be a loss of autonomy, restructuring or support of the state. The third option is a company whose core competencies is absent, but, as a rule, has their own means for the development of the company or not burdened by financial debt. These companies were in the zone of intense competition. The most problematic fourth group of companies that work with the borrowing of funds and who do not have the key competencies. The inevitable result is the care of such companies from the market, if they will not support the government or the owner of the company with the resources of other businesses. However, this group can significantly expand at the expense of companies that have purchased with borrowed funds advanced equipment, but have failed to integrate new production capacity in the company's business processes, enhancing (creating) thus their competence. As a result, these companies not only have created a technology platform to improve its competitive position in the industry, but due to rising fixed costs and operating leverage significantly worsened their financial situation, have become vulnerable to the financial crisis (real threat to withdraw from the market).

To turn the crisis to their advantage, is not enough to realize that the game has changed and it is necessary to look for new opportunities. That in such circumstances, to develop a strategy, you need to, as they say, to be able to spin

and quickly re-evaluate the situation after each of the next significant change. The most forward-thinking leaders hold a re-evaluation of weekly, if not daily. Manage the company during periods of instability is difficult, but we cannot forget about the changes necessary for the company's future. We must figure out how to profitably exploit the situation - before competitors do.

Literature:

1. C.K. Prahalad and G. Hamel, "The Core Competence of the Corporation," Harvard Business Review, (May/June 1990) 79-91.
2. J. Quinn and F.G. Hilmer, "Strategic Outsourcing," Sloan Management Review, (Summer 1994)

D. Mordvinova, A. Popova

SPSEU, PhD Program

Supervisor: PhD. Ass. Prof. N.V. Trifonova

THE MODEL OF INTERNATIONAL BUSINESS EXPANSION

In this article model of international business expansion is discussed. It is shown model development process, its recurrence and stages.

Key words: international business, international expansion, model, internationalization

Globalization and integration are the processes on the way to global market and common economic space. All over the world internationalization processes are going on, and multinational companies are playing one of the key roles there. Going international is solid strategic decision for particular company as well as its realization. Indeed, ways and methods of internationalization are various and fundamental issue is in choosing the most effective of them.

Based on studies of various authors such as Parashiv D., Buckley and Ghauri, Lehtinen and Penttinen, Johanson and Vahlne, Dorrenbacher, Dunning and others, conclusion that there is no universal model of international expansion and mostly authors creates sequence of methods that was used by company during her expansion period. Following this methodology expansion of multinational manufacturing company Alcatel-Lucent into Russian market was analyzed by author. As the result international manufacturer had started several joint ventures, once strategic alliance and merger was used as methods of expansion [2].

Entering Russian market was in 1990 by establishing joint venture Len-Bell Telephone with Russian State Company Inteltek and Austrian NORDEX, at the same time joint venture Alcatel DS was established in Russia. LenBell

Telephone was in manufacturing and retailing global Alcatel's solutions, in Alcatel DS part, main scope of activities was in maintenance and installation. These joint ventures succeed in expanding into Russian telecom equipment market as they offered almost exclusive product: no analogs that time were available, each client was offered flexible individual terms of payment and excellent service.

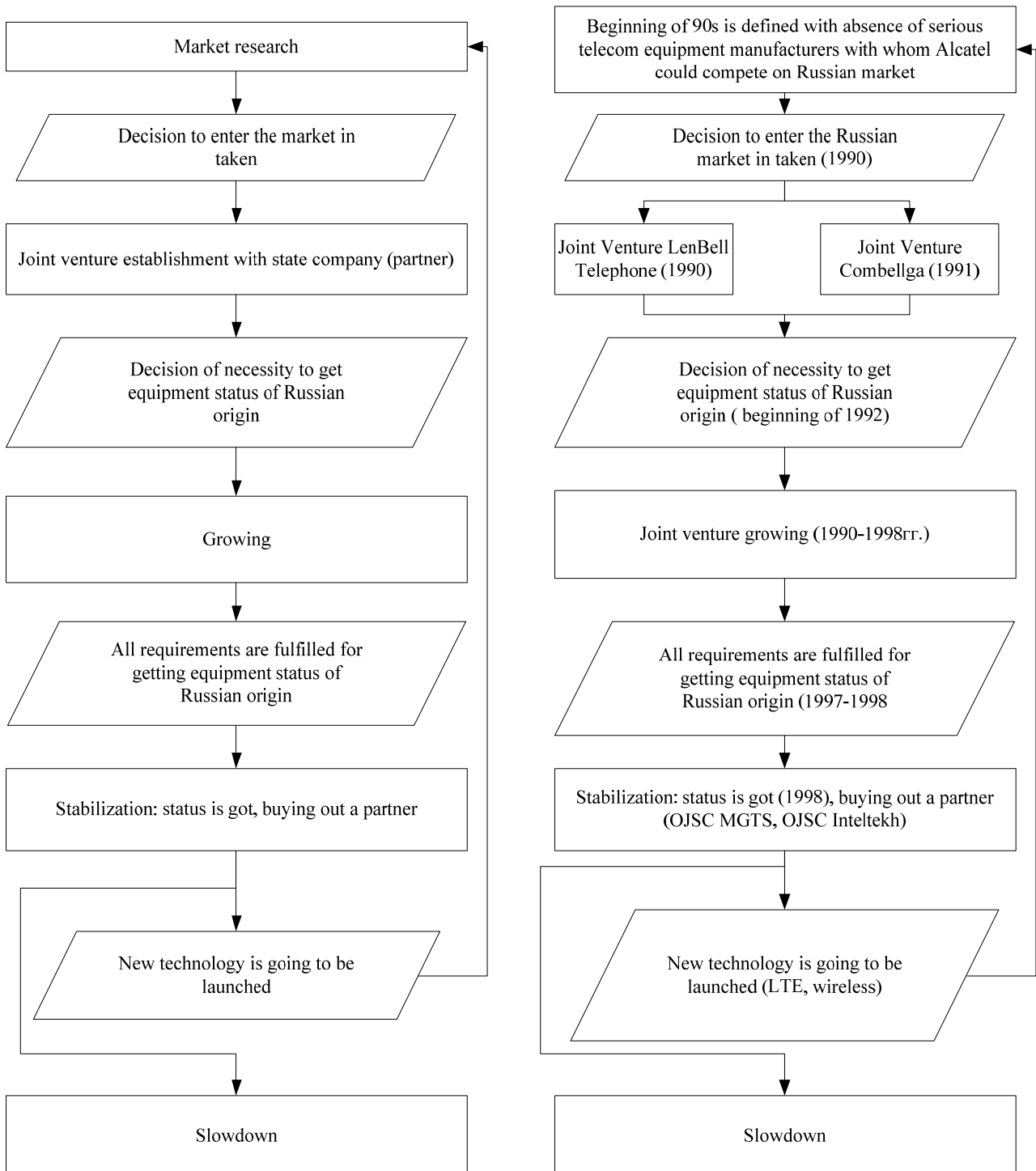


Figure 1 Model development process

In 1991 Alcatel and partners (OJSC Comincom, OJSC MGTS) established first alternative cellular telephone operator.

French global manufacturer Alcatel was merged with American Lucent in 2005-2006 and was definitely recognized unsuccessful by many experts. Company was slightly stabilized position in the end of 2012, means more than five years of settling down [1].

Later in 2009 it was announced about strategic alliance establishing between Alcatel-Lucent and Hewlett-Packard companies. It was planned to increase sales by billions euro providing integrated solutions for customers. Since its establishment only one contract was signed in African region. Globally and particular in Russia relations represents IT outsourcing [2].

Experience of Alcatel-Lucent in international expansion represent algorithm described in the picture 1. Right column corresponds to Alcatel-Lucent's expansion realization into Russian market, left one corresponds to aggregated model.

First stage is defined as expansion into Russian market already having competitive product on markets in other countries. Russian telecom equipment market is specific in its regulations; therefore Alcatel-Lucent was obliged to fulfill requirements to get equipment status of Russian origin. This status makes many state tenders accessible [5], means access to government work contracts that are essential due to telecom equipment market specific. By 1998 share in joint venture Combella was sold out to Golden Telecom, meanwhile joint venture LenBell Telephone was bought out and renamed in Alcatel.

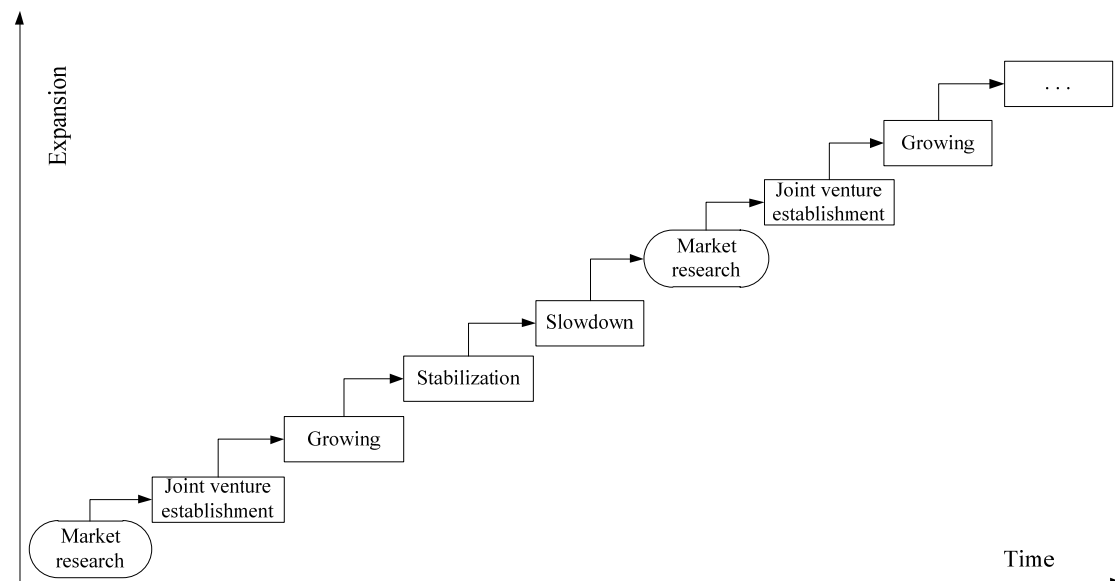


Figure 2 Expansion model: gradual evolution

Second stage is nowadays when Alcatel-Lucent faces with the same problems as in the beginning of first stage: Alcatel-Lucent is going to expand into

wireless segment, mainly LTE (Long Term Evolution) in Russian market. For this joint venture Alcatel-Lucent RT is established with Rostelhnologii State Corporation.

All these steps can be reflected as gradual evolution; see picture 2.

In the business development of transnational manufacturing company "Alcatel-Lucent" development is clearly defined cycles caused by technology lifecycle. First steps of expansion into market correspond to the initiating stage when the technology gets to market. Growth stage of the lifecycle corresponds to the joint venture growing stage, when the company has a major task to fulfill all the requirements for getting the status of produced equipment of Russian origin. At the stage of stabilization company gets it and buying out partner's share in the joint venture, that strengthens the company's position in the Russian market.

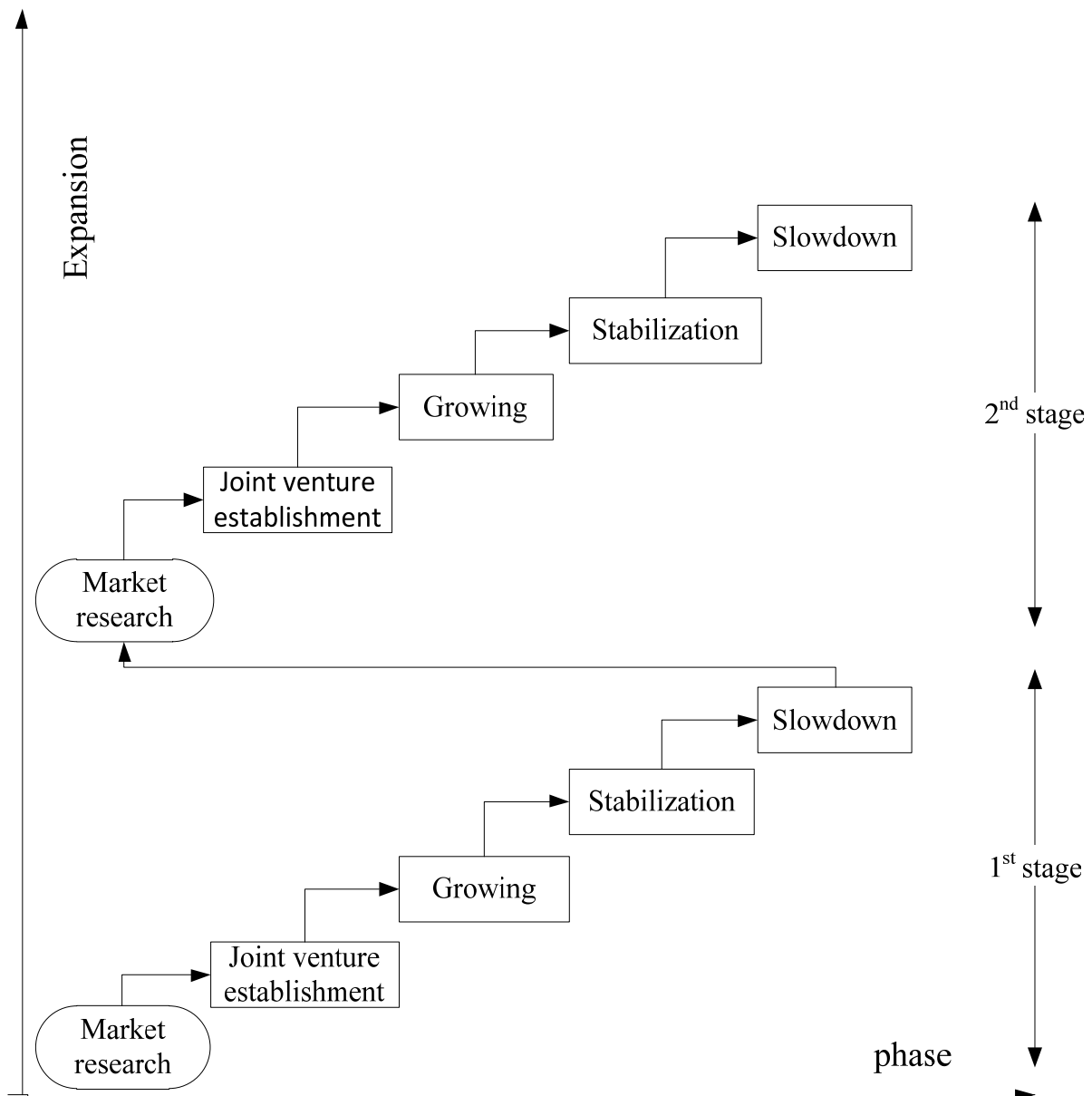


Figure. 3 Expansion model: phases

At the stage of market research characteristics of the market, its key players, probable selected segment, potential development zones are studied and the joint venture partner is being defined. Joint venture establishment stage is full of negotiations with a partner with aim to build a business plan of the enterprise, assess its viability and feasibility of its creation. Also, this stage is characterized by local development and adaptation of the equipment to the local requirements, production setting up on the territory of Russian Federation. At the stage of stabilization company begins to fulfill the requirements to get the equipment status "telecommunication equipment of Russian origin". After getting the status, production volumes are increasing and distribution channels are expanding. Recession begins when the technology starts to die and is going to be replaced with new innovative products. The above steps are following one after the other.

Cyclic pattern is particularly evident in the graphic display when the abscissa indicates stage (picture 3). The duration of each cycle is determined by the technology lifetime.

Model formulized in the article can be applied to wide representatives that can be proved by tendency of creation joint venture among main competitors [4].

Literature:

1. Campbell M., Burrows P., «Alcatel-Lucent Chops Away at Years of Failure» // BloombergBusinessweek magazine, 28.04.201, accessed 26.03.2013
2. Corporate web site of Alcatel-Lucent, www.alcatel-lucent.com
3. «ЛенБелл» увязал половину регионов» // website of magazine «Деловой Петербург», 19 January 1996, www.dp.ru
4. «Новости телекоммуникаций, вещания и ИТ», <http://www.comnews.ru>, accessed 15.09.2012
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 27 февраля 2008 г . № 236-р "О перечне товаров (работ, услуг), размещение заказов на поставки (выполнение, оказание) которых осуществляется путем проведения аукциона"

Daria Makarenko

SPbSUE, Master Programm «International business»

Ass. Prof., Ph.D. D.K. Khubieva

RUSSIAN-CHINESE RELATIONS: CURRENT CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

В статье рассматриваются сложные отношения России и Китая в эпоху глобализации, проблемы и перспективы их дальнейшего развития в стратегическом аспекте.

This paper deals with the complex Russian-Chinese relations in the globalization era, their challenges and opportunities in strategic direction.

Ключевые слова: российско-китайское сотрудничество, стратегическое партнерство, стратегическая угроза, сырьевой экспорт, криминализация, культурно-цивилизационные ценности, глобализация.

Key words: Russian-Chinese collaboration, strategic partnership, strategic threat, raw export, criminalization, cultural values, globalization.

China holds itself as the Centre of the East. Today China collaborates with the West only for reasons of pragmatism; but there is no spiritual kinship between China and the West, as between Russia and the West. It may be noted that there is the crucial moment for China: last year in the newspaper "人民日報" (People's Daily - the main party media) the article about Chinese-Russian alliance against the West appeared. The fact that China advances ideas of internationalism and that there was the Plenum of Central Committee last year, where the issue of cultural safety and identity of P.R.China was discussed, - means that Russia could become a principal partner for China in economics, in the hydrocarbon sector as well as in the world rearrangement. At this point two vectors - Chinese East vector and Russian Eurasian one - get in line.

China's economic achievements over the past decade are really impressive. But every acquisition is a loss and every loss is an acquisition. The more China's economic success - the more their economic and social price. Sinologists note such growth limits as demography, power economy, social inequality growth, unemployment, ecology, corruption, etc. [1]

According to the leading politics experts' estimates, the tendency of gradual sustained reconstruction of Russian-Chinese relations is one of the critical factors of the overall situation development in the Asian-Pacific Region.

Relations with China hardly would become strategic partnership by virtue of tangible cultural-civilizational difference and current geopolitical rifts. "Two such a big countries could not be the long-term partners. They could be the partners in some directions and opponents - in other ones." [5]

In the globalization era so far Russia keeps superiority in the nuclear energetics development, missile and munitions production and several other spheres. At this time the investment climate and legal terms are unfavorable in Russia as well as there are great difficulties in innovative breakthroughs achievement (by virtue of the lack of scientific discoveries commercialization skills as well as great material, financial and human loss in the Russian science and applied research spheres). That's necessary for Russia to improve long-term development strategy, strive for science up-grade, formation of the integral intelligent potential management system. Principal obstructions on the road are the lack of political will, bureaucratization and corruptness of the state machine and low-level of people's trust in authorities.

There is another situation in China. Efficiency criterion for P.R.China is economic expansion, therewith plan and market are economic adjustment means, rather than economic antipodes.

Nowadays China has a world lead in export turnover and in foreign currency and gold reserves.

The perspective of farther rise of Chinese economic induced mixed reaction: range of estimations fluctuates from enthusiastic ones (21 century is age of China) to negatively pessimistic ones (Chinese rise is a deadly threat for Russia).

However as of today, the strategic partnership of Russia and China is one of the solid achievement of Russian authorities over the last years. RF and PRC partnership highlighted the viability.

As a matter of course, gap in economic power and role-reversal in Russian-Chinese products exchange make up great challenge for Russia. Naturally occurring Russian response to this strong challenge could become economic and scientific-and-technological advance.

Economic importance of China for Russia is critically great, in future it will grow. That's much more difficult to understand economic importance of Russia for China. There are serious concerns to suppose that economic value of Russia for China will remain less than value of the USA, Japan, Western Europe and the ASEAN countries for long.

There are a lot of problems in the mutual relations of Russia and China. One of them is a sever imbalance between political and trade-economic dealings of the countries. The crisis caused smart drop in Russian-Chinese trade volume (by 35-40%). China gains the lead among foreign trade partners of Russia, which includes the sixth position in export and top position in import. The percent of Chinese goods in external turnover of Russia accounts for 9,6 %, Russia lies in 13th place among foreign trade partners of China.

The solid factor is that over the last years the military-technical cooperation virtually came to nough. The chief exports to China are petroleum, agricultural chemicals, wood.

Furthermore there is a pressing problem of our economic relations criminalization (particularly, in Russian Far East). Part of Chinese export to Russia turns out to be smuggle in practice – so-called “gray customs clearance” according to some reports amounts two billion dollars yearly.

One-dimensional raw export and vast assortment import make Russia hostage to outer market including Chinese one. This situation does not meet Russian interests. In the relations with China Russia is up against the task of the proceeding to economic cooperation, hi tech scientific exchange, activation of investment cooperation. These same challenges were set by V.V.Putin during the visit to PRC in October 2011, when speaking of Russian-Chinese cooperation perspectives.

Russian economy does not tangent to Chinese one in the world market as competitors (except metal). Some political analysts began to think about perspective of complication of Russian-Chinese partnership with economic constituent. Apparently, business activity of the Chinese in Russia will grow increasingly diversified and include concern on scientific-and-technological advance, Russian specialists recruitment to Chinese R&D establishment, etc. [2]

As a result globalization offers a challenge for the participatory Russian-Chinese development. Among the instances of international collaboration there are construction of the grand energy bridge from Russia to China, Japan, North and South Korea and to Far East. The apparent comparative advantages realization (energy sources availability, immense territory) enables Russia to become ingrained in the economic affairs system in Asian-Pacific Region.

Large-scale attraction of Chinese investments to Siberia and Far East is capable to enliven Russian machine-building complex, at first in innovative direction and then by means of high-volume production.

Nowadays, fruitfulness of Russian-Chinese relations depends largely on the capability of both parts to sand off the rough edges, such as "national self-interest" or aggressive "economic nationalism", efficiently defend the cultural values under the globalization era as the integral features of diversified world. [2]

The main lesson the Chinese learnt in 20th century is the stable development necessity. And Russia need to understand the place and role of China in strategic perspective of our historical development. So then Russian-Chinese partnership demands to discover new horizons. And this process hardly will be fast and easy.

Literature:

1. A.I. Fursov. Eurasian giants Russia and China in contemporary world: problems, contradictions, challenges. // Knowledge. Comprehension. Skill. - 2009 №2.
2. Yu.V.Tchudodeev. Globalization challenges and behavior of Russia and China in Asian-Pacific Region. 2012.
3. A.Yu.Baranov. SCO: future and perspectives of Russian-Chinese cooperation. // Scientific journal of Belgorod State University - 2010. №1 (72). Issue 13.
4. L. Ivashov. China treats Russia as co-ally of 21th century. 22.03.2013 [Electronic resource] nakanune.ru
5. Record of the debating club "Modernization of Russia: new vector", session № 17. "China in 21 century: strategic partner or strategic threat?" 17.10.2006 // IA Forum-MSK [Electronic resource] forum-msk.org

M. V. Miguljova
SPbSUE, International Business Master Program
Ass. Prof., Ph.D. I. L. Borovskaya

PERSPECTIVES ON PARTICIPATION OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF ENDOWMENT FUNDS OF RUSSIA

Endowment fund is a new phenomenon for Russia. It is important to attract international business in the development of universities and raise social responsibility of business. Effective fundraising team and special departments incorporated in the university structure will help to involve corporate investment.

Key words: endowment fund, fundraising, target capital, withdrawal policy, international business.

Endowment funds are gaining popularity among Russian universities as they attempt to attract long-term sources of funding and reduce dependence on the state. Such activities are a part of massive reform of the higher education system currently being implemented.

What is an endowment? It is an investment fund set up by an institution in which regular withdrawals from the invested capital are used for ongoing operations or other specified purposes. Endowment funds are often used by non-profits, universities, hospitals and churches. They are funded by donations, which are tax deductible for donors.

There are three main components to the typical endowment fund:

1. **Investment Policy:** This policy dictates the types of investments the manager can make and how aggressive he or she can be in meeting return targets.

2. **Withdrawal Policy:** This policy determines the amount that the institution can take from the endowment fund at each period and is usually based on the institution's needs as well as the amount remaining in the fund.

3. **Fund Usage Policy:** This policy ensures that the money from the endowment fund is being used properly and for the purposes set out by the fund. [1]

Many institutions use their endowment income to fund financial aid and other programs for students and faculty. In the world endowments remain significant sources of support for higher education. How can Stanford afford to keep so many world-class humanities scholars on such a slender student base? Here's a clue: Stanford's endowment is over \$17bn, and with a student body of about 16,000, that is over \$1m per student. [2]The biggest endowment funds have Harvard University, Yale University, Stanford University, Princeton University. In fact 30%-40% of their budgets are formed by endowment funds.

In Russia the process of establishing endowment funds has been slow, despite legislation adopted in 2006 regulating the "formation and use of endowment capital of non-profit organizations".

Nowadays there are 117 registered endowment funds, but currently only 50 universities have their own funds, with a total value of 25 billion rubles. In Saint-Petersburg there are 17 endowment funds, the largest of them are the Endowment Fund of the EUSP– 1, 1 billion rubles and the Endowment Fund of Saint-Petersburg State University– 946 million rubles.

Until now, the private sector has expressed little interest in donating to universities, mainly due to low social responsibility levels in businesses, the absence of incentives, and donor uncertainty that their financial contributions will be used for long-term future-related projects rather than current needs. Therefore the situation regarding endowment funds is complex.

Nowadays the main donors for Russian universities are big Russian companies, banks and individual philanthropists. The important strategy for the development of a university is to attract international companies to invest in the endowment for the implementation of different kinds of scientific applied and fundamental projects.

Fundraising team must be supported by the University structure especially at the early stages of target capital formation. It is suggested to incorporate special departments in the structure of university to fulfill applied and fundamental scientific projects. For example, it can be the position of vice-rector on strategic development and two departments that are subordinated to him. There are informative analytical department – that will be responsible for fundraising and department on innovation – that is responsible for developing and implementation projects.

Let's consider the duties and benefits for a university, international business. University provides areas on contract basis (laboratories, lands), provides the possibility of off-budget remuneration of teaching and scientific staff, gets the possibility to train students and post-graduates on the basis of modern laboratories, gets extra-budgetary resources to provide training process.

International business provides single investment in the foundation that pays for the work of specialists of a project, acquires long-term partners and guarantors, may enter the new local markets of Russia through promoting among university staff and students, transacts business, providing efficient technologies, paid services to Russian companies through universities, it can invest in special training programs for students who will study with the equipment of this company.

Due to globalization realization of such projects as international centers on the platform of local universities using the endowment as a financial tool can help to attract foreign corporate investment in the development of territory where the branches of multinational are or would like to be located.

Literature:

1. How do university endowments work? [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.investopedia.com/ask/answers/06/universityendowment.asp>
2. Endowment league table reveals university funding gap between UK and US [Electronic Source] -Access mode: <http://www.theguardian.com/education/2014/jan/21/jonathan-wolff-uk-universities-dont-benefit-from-large-endowments>

Elena Samonova

Freie Universität Berlin

European Master for Children's Rights and Childhood Studies

Supervisor: Prof. Dr. Manfred Liebel

FAIR TRADE AS ETHICAL BUSINESS: POTENTIALS AND LIMITATIONS. A STUDY ON FAIR TRADE COFFEE.

Fair trade is a concept of ethical business that is quite popular in Europe and North America. The fair trade commodities are produced under certain standards such as banning child and un-free labour and paying fair prices that allow the producer to cover the costs of production. With this scheme fair trade organizations claim to support the sustainable livelihood of farmers and contribute to the elimination of the global poverty. This article aims to find out what potentials this scheme has to improve the living conditions of the producers from the majority world and what the limitations of this scheme can be identified on the example of the fair trade coffee. It was found that the fair trade movement is able to improve living conditions of some farmers but due to the inelastic demand for coffee in the international market, the fact that the modern system of certification do not cover the most marginalized members of the community as well as due to the limited capacity of labeling organizations to monitor the meeting of standards fair trade has only limited potential to abolishment of the global poverty.

Key words: fair trade, development, international trade, coffee, customer, consumption.

Fair trade as a concept of integration of ethical principles in the business is quite popular in Europe and North America today. It was Oxfam, one of the leading developmental organizations that began to promote the ideas of fair trade in the 1960s. It considers fair trade as to be about "paying poor producers a fair price and helping them gain necessary skills and knowledge to develop their business and work their way out of poverty" (Nuguid-Anden 2012: 204). This basic idea of fair price was later promoted by different developmental actors and human rights activists. In 1988 in the Netherlands was established the first fair trade labeling organization, namely Max Havelaar Foundation. In the last decades the number of such labeling organizations was steadily growing.

Nowadays most of these organizations are members of fair trade federations like Fairtrade Labeling Organizations International (FLO), World Fair Trade Organization, European Fair Trade Association etc..

The main task of the labeling organizations is to set up the minimum standards of the production conditions and monitor the implementation of these standards. To typical set of standards belong norms of safe labour codified in the conventions of ILO, the fair price that can cover production costs as well as general principles of human rights such as non-discrimination and human dignity. In this way fair trade can be defined as an alternative approach to trade partnerships that aims to ensure sustainable development of marginalized producers (Hira, Ferrie 2006: 107) It implies that ethical principles are necessary tied in the process of production and that customers have right to be informed not only about the price and the quality of the product but also about the conditions under which the product was produced (ibid). The fair trade label on the package of the good allows customers to identify the goods which meet agreed standards and make an ethical choice.

The sales of fair trade grow every year close to 30 % (Fairtrade 2013). Fair trade products available in Europe and North America include chocolate, bananas, coffee, shampoo, clothes, shoes, juices, cosmetics, honey, sugar, tea etc. that are produced in all parts of the world. For example only one fair trade federation, namely Fairtrade Labeling Organizations International (FLO) has certified more than 360 producers in 40 countries selling to hundreds fair trade registered importers and retailers in 17 countries in Europe and North America (Nuguid-Anden 2012: 205).

In this way the concept of fair trade claims to promote ethical business, improve the working and living conditions of the poor producers in countries of majority world through fair prices and standards setting and in this way contribute to the fight with the global poverty. But how this concept affects the lives of producers in the reality? In this article we will study what potentials and limitations has the concept of fair trade on the example of the one of the most popular fair trade commodities, namely coffee.

Coffee is the second most valuable commodity exported from developing countries and at the same time it is one of the most well organized fair trade commodities. Coffee beans are grown in the poorest countries in the world like Honduras, Mexico, Ethiopia, Guatemala, Tanzania, Uganda or Costa Rica. For most of these countries the coffee export makes an enormous part of the total export. The main importers of coffee in contrast are such wealthy countries as Germany, the Netherlands, UK, USA etc. The sales of fair trade coffee grow steadily, so for example in 2005 33,991 tones of 6,685,000 tones coffee beans were produced by fair trade farmers and in 2010 this number was as high as 88,000 tones (Fairtrade 2013).

There is no universally accepted definition of what fair trade coffee is (Hira, Ferrie 2006: 110). Different labeling organizations use different standards and criteria in their certification procedures. The most used, however, are standards issued by FLO that is why we will focus on this certification schema in this article.

The main fair trade standards of FLO include following:

- Producer organizations are paid a floor price (Fairtrade Minimum Price) of US 1.40 per pound for Fairtrade certified washed Arabica and US 1.35 for unwashed Arabica, or the market price, if higher.
- For Fairtrade certified organic coffee an extra minimum differential of US 30 cents per pound is being applied.
- A Fairtrade Premium of US 20 cents (with USD 5 cents earmarked for productivity and quality improvements) per pound is added to the purchase price and is used by producer organizations for social and economic investments at the community and organizational level.
- Fairtrade coffee certification is currently only open to small farmer organizations. Small farmers must be organized in organizations which they own and govern.
- Democratic decision making is required. Everybody has equal right to vote.
- Environmental standards restrict the use of agrochemicals and encourage sustainability.
- Pre-export lines of credit are given to the producer organizations. If requested, up to 60 % of the purchase price should be pre-financed to the producer organizations.
- Trade standards aim to encourage fairer negotiations, clarify the role of price fixing, and reduce speculation
- No child and unfree labour, working conditions in accordance with the international standards codified in ILO and UN conventions (see Fairtrade 2013).

In this way one of the main ideas of the fair trade in coffee branch is to secure the sustainable livelihood of farmers against the unpredictable market conditions. As far as prices for coffee are highly dependent on the environmental factors and therefore are very unstable one of the main mechanisms of fair trade is the establishment of a so called price floor: the limit on how low the prices can be charged. This price limit and cutting of the middlemen allow the farmers to gain more profit from their productions. Furthermore the members of fair trade cooperatives are given advices on better agricultural techniques. Additional subsidy paid by purchasers to ensure the economic and environmental sustainability of producers is retained by cooperatives for collective use. The evidences from Mexico, Costa Rica and Ethiopia showed that such support me-

chanisms have a positive impact on the farmers and lead to improving of the average income of farmer's families as well as to the improving of general living conditions in the community. So for example the fair trade cooperative COOCAFE in Costa Rica runs scholarship projects and covered costs for secondary and university education for more than 6,000 students (Fairtrade 2013). Or the fair trade cooperative UCIRI in Oaxaca in Mexico built a clinic and established the only public bus line and the only secondary school in the region (ibid).

Despite these positive impacts several economists and developmental actors issued a critique against this practice of fair trade production of coffee. The main critique point refers to the nature of demand for coffee in industrialized countries. As the demand for coffee is highly inelastic, a small increase in supply means a large fall in market price, what can have a negative effect precisely on these farmers who is not covered by the fair trade system and must sell their coffee beans for market price (see Haight 2011, Mohan 2010).

The other problem is the fact that most labeling organizations have very limited capacities and therefore are unable to establish the effective monitoring system and make sure that the standards of production are met and the subsidy is spent for need of community.

According to the FLO standards a cooperative should demonstrate a democratic structure to be certified as fair trade producer. But as far as it is difficult to establish an effective democratic structure in such highly hierarchical societies as in Ethiopia or Tanzania the real power relations within the cooperative can be influenced by the social hierarchy and be far away from democratic. In such cases subsidies can be spent for the needs of groups with more power while the needs of marginalizes members of the community were not met.

The other problem connected with the subsidy is that due to the high costs associated with the maintenance of fair trade standards more than 60 % of subsidy is spent for "business and production" while the rest goes to the social projects (Haight 2011). It means that farmers get at the end less money for their needs.

As we have mentioned only cooperatives of farmers can be certified as fair trade productions. Without doubts such system allows them to improve their income level as well as the infrastructure and educational opportunities in their communities. The main problem of such system is that the poorest segment of the population remains untouched: the landless workers on big plantations cannot be part of such cooperatives and therefore do not benefit from the fair trade projects. Furthermore, several studies showed that most of fair trade farmers belong to educated high or middle class while the majority of the poor population remains uncovered by this scheme. In this way the declaration of the poverty reduction through fair trade remains questionable.

The other problem is that also the private estate farmers working on their land as well as multinational companies that grown their own coffee are not covered by this system even if they meet most of fair trade standards as far as they are not part of any cooperative.

To sum up, fair trade movement is able to improve living conditions of some farmers but due to the inelastic demand for coffee in the international market, the fact that the modern system of certification do not cover the most marginalized members of community such as landless workers as well as due to the absence of the common definition of the notion of fair trade and limited capacity of labeling organizations to monitor the meeting of standards fair trade has only limited potential to abolishment of the global poverty and increasing the live conditions in the majority world.

Literature:

1. Fairtrade (2013). Coffee. Retrieved 17 March, 2013 from <http://www.fairtrade.net/coffee.html>
2. Haight Colleen (2011). The problem with fair trade coffee. Retrived, 18 March, 2013 from http://www.ssireview.org/articles/entry/the_problem_with_fair_trade_coffee
3. Hira, Anil; Ferrie, Jare (2006). Fair Trade: Three key challenges for reaching the mainstream. In: Journal of Business Ethics 63: 107-118.
4. Mohan, S. (2010). Fair Trade Without the Froth - a dispassionate economic analysis of 'Fair Trade'. London: Institute of Economic Affairs.
5. Nuguid-Anden, Charmaine (2012). Saving the barako bean: The Figaro Coffee Company's Approach to fair trade. In: Cannon T: Corporate Social Responsibility. Governance, compliance in a sustainable environment. London, New York: Pearson.

Heike Zieschang

University of Applied Sciences Heilbronn

Master International Business & Intercultural Management

Supervisor: Prof. Dr. Anna Hayduk

THE CONCEPT OF FACE AND ITS APPLICATION TO INTERNATIONAL BUSINESS

This paper introduces the concept of face as a communication tool between people. The notion of face can be very different in every culture and the understanding of it is of great importance in handling conflict situations especially in international businesses with a high diversity. The implication of the concept of face shows how necessary it is to fully comprehend a culture's orientation to face because it greatly impacts the behaviour of each individual.

Key words: face, communication, conflict, international business

1. Introduction

The face is one of the most expressive parts of our body, which helps us to communicate our emotions. It is really hard to hide facial expressions and it will need an expert to actually betray those. This makes it even more important to understand the face also in a cross-cultural context. The concept of face is one of the most important theories established, which helps to understand the face as an image of oneself that one wants others to believe and realise. Various cultural influences on face behaviour constitute the concept to an essential approach to enable an understanding of how people behave in communicational interactions and why they use specific communication styles in different situations such as negotiating or conflict.

The objective of this paper is therefore to get an understanding of the notion of face and how we can apply it as a communication tool in international businesses. Hence, an application of the face concept to international business would be primary in conflict management or other areas of international team management. Due to the increasing level of globalisation and consequently also diversification, this topic is of major importance to attain good intercultural competence. This is especially relevant in the contemporary business environment as it is necessary to deal with this approach in order to be successful.

To gain an understanding of the topic it is essential to get an insight of the different theories concerning the face concept. For this reason, it is necessary to look especially into the studies of the three major researchers, which is Goffman the pioneer of this field, who, first of all, introduced this concept to call attention to the importance of social interaction and the role of face in it. Due to the limitation of cultural applicability, which is a key factor, it was necessary to consider other advanced theories from Brown and Levinson and Ting-Toomey to capture the cultural view of the face theories and to understand the role of face in conflict situations to be able to interrelate this with international business.

2. What is Face?

Historically, the concept of face and its linkage with social interaction can be traced back to China with multiple words in the language to define numerous face types [1, pp. 70-93], and rightly so, because there is literature dating back into the early nineteenth century regarding the concept. Nonetheless, this is an extremely isolated orientation, particularly centred around the Chinese culture, thus, in the twentieth century sociologists began research to illustrate the importance of face to all cultures worldwide.

According to Goffman, *face* can be considered as a self-portrayed image, displayed with the help of a series of approved social values. It is only temporary and so it is subject to change at any given moment. He elaborates this by stating that individuals are absorbed in a process of reading others in the course of social interaction in order to present their own line, line being otherwise

known as verbal or non-verbal acts performed in a social encounter to portray his “self” [2, p.6]. Individuals also sustain a certain feeling and emotion for the face they are maintaining, and these feelings are determined by the situation and events taking place [3, p.6]. Consequently, an individual aspires to be granted a face which they hope to maintain, otherwise known colloquially as “to have face” or “to be in face” [3, p.6]. To *maintain face* is closely linked with the prevention of embarrassing situations occurring to oneself and/or to others. Goffman’s idea also includes a person to have two selves. The first is constructed from whichever values society offers a person and the second concept of self is constructed on how well this person can utilise the values society has given them [2, pp.31-32]. Consequently, the second idea of self considers how a person plays their role within society, a person is given a large amount of responsibility when society awards a person face, how a person uses this responsibility allows judgements to be made on how socialised the person is [2, p.31].

Brown and Levinson built on Goffman's theory of face with their politeness theory, considering the face-saving view more specifically [4, p.324]. Their theory considers politeness as a strategy to control possible problems between individuals during social interaction [5, p.1]. Therefore, politeness can be summarised as socially appropriate behaviour, which can be altered depending on the relationship between the individuals [4, pp.323-234]. Brown and Levinson determined each individual from every culture to possess both a positive face and a negative face [5, pp.60-62]. Whereas positive face is considered to be the desire to be appreciated and approved of by others, on the other hand, negative face is defined as the preference to have one's actions unimpeded on, therefore, the need to be independent and possess freedom. The theory assumes that through all interaction and speech activities it is possible to threaten the wants of those participating in an interaction, whether this is a compliment or a request is an unnecessary detail [4, p.324].

3. Face in cross-cultural communication

To capture the cultural view of the face theories it is necessary to consider the advanced theory of Ting-Toomey’s face negotiation theory, which covers the relationship between face and cultural variability as well as the awareness of oneself, which is applicable to various cultures. Her approach basically assumes that individuals of all cultures are concerned with the face they are presenting to the world. It is a theory about how people of different cultures are behaving in a conflict situation due to their different cultural values.

Negotiating face is a part of everyday life independently from the culture, especially in conflict situations where the conflict parties have to consider whether to protect their own face and/or to honour or attack another person’s face. Conflict is an ideal forum for face-threatening and face-saving behaviours. To identify the conflict management to be used in such situations, she used Hofstede’s approach of individualism vs. collectivism and power distance as

well as Hall's low and high context cultures to show, how decisive the cultural background is for the kind of facework people are using in a conflict negotiation situation [6, pp.71-72].

The frame of reference on how someone is dealing with face individually and on a cultural level is given by seven assumptions. (1) Communication is about maintaining and negotiating face, irrespective of the cultural awareness. (2) Face is difficult when identities are threatened. (3) Distinctions in the cultural dimensions individualism vs. collectivism as well as high vs. low power distance are accounting for face management. (4) Individualistic cultures are focused on self oriented facework, whereas collectivistic cultures are emphasizing other oriented facework. (5) Cultures with a low power distance are likely to communicate within a framework, where individuals are equal and in high power distance cultures dominates a hierarchical framework. (6) Cultural variability is affecting the behaviour of a person as well as individual, relational, and situational factors. (7) Intercultural communication competence is an aggregation of knowledge and awareness of other cultures and their facework [6, p.73].

The face orientations and concerns are influenced by the focus of cultures on either individualism or collectivism. Whereby individualistic cultures are more concerned with their self-maintenance, collectivistic cultures are more considerate of maintaining the other-face and mutual-face. People have different options when negotiating in a conflict situation. They are either more concerned with their *self-face* or the *other-face*. Communication in all cultures is based on maintaining and negotiating face. An individual has to feel threatened in order to react with face-saving or face-defending strategies in a conflict situation. [6, pp.76-77].

4. Application to international business

With the help of these studies, the relevance for global businesses can be revealed, particularly in terms of conflict management in an intercultural context. With the understanding, which country fits in which cultural cluster of the different dimensions, conflict situations can be avoided or solved. People of individualistic cultures are getting faster in a conflict when self-threatening acts are gaining the upper hand in the interaction. Whereby individuals of collectivistic cultures are more concerned about avoiding the conflict regarding to the high importance of mutual-face [6, pp.76-77]. Referring to Hall communication in high-context cultures is relying on the way something is said, rather than what is said and non-verbal gestures are emphasised. In comparison, communication styles of low-context cultures are focusing on direct verbal interaction, which means that the intentions go hand in hand with the verbal and non-verbal patterns being used, and that these intentions are clearly exhibited [7, pp.201-204]. Cultural variability is influencing the facework of individuals and therefore also the conflict communication styles. There are two dimensions which are affecting the conflict styles: the concern for self and for others. This gets measured in how far a person has the need to fulfil their personal interests and how high the concern is to incorporate

with the conflict interests of the other party [6, p.80]. While applying these conflict styles into individualism and collectivism, there is to say that individualistic cultures are using rather direct forms of conflict like dominating or integrating than obliging or avoiding conflict styles, which are preferred by collectivistic cultures. Collectivists are also often in charge of third-party help, because of the high power distance in this cultures [6, p.80].

5. Conclusion

During the course of this report it has been found that face in the intercultural sense is an important factor of cultural awareness, perhaps being attributed to globalisation and also the significant influence of the Western culture on cultures worldwide. However, due to the concept not having a shared meaning across all cultures it is difficult to consider the universality of the concept. As a result of the qualitative and observational nature of the studies of Goffman and Brown and Levinson, these concepts could not claim universality because of the limited number of cultures studied. Nevertheless, Ting-Toomey allowed for a cultural perspective to be introduced to the concept of face, where face has different meanings depending on the culture in question. Values, norms and beliefs of a culture powerfully influence how a person communicates and behaves in social interactions. By providing good cross-cultural trainings including how to understand the meaning of face in different cultures, different goals can be achieved, e.g. increasing self-awareness as well as other-awareness linked with understanding cultural disparities and similarities or enhancing behavioural skills to manage emotional reactions and challenges better. Consequently those theories can help to find problem-solving approaches for conflicts emerging out of a high diversity in international businesses. Overall, with the concept of face as an universal communication phenomena occurring in every culture, the application in business can make or break a relationship or deal, because it supports building the rapport necessary when it comes to business contexts.

Literature:

1. Lin, C. (2010), Studying Chinese culture and conflict: a research agenda, *International Journal of Conflict Management*, Vol. 21 No. 1.
2. Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: essays in face-to-face behavior*. Random House. (2nd ed. with Joel Best, 2005). Chicago: Aldine Transaction.
3. Goffman, E. (1987) *The presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin
4. Vilkki, L. (2006) *Politeness, Face and Facework: Current Issues*. *SKY Journal of Linguistics*, vol 19 available at: http://www.linguistics.fi/julkaisut/SKY2006_1/1.4.7.%20VILKKI.pdf [accessed 6th of March, 2013]
5. Brown, P. and Levinson. S. (1987). *Politeness*. Cambridge: Cambridge University Press
6. Ting-Toomey, S. (2005): *The Matrix of Face: An Updated Face-Negotiation Theory*. In W.B. Gudykunst (Ed.), *Theorizing About Intercultural Communication*. Thousand Oaks, CA: Sage
7. Samovar, Porter, McDaniel (2012): *Communication Between Cultures*. 8th edition. Boston, MA: Wadsworth

СЕКЦИЯ 2. INNOVATION GROWTH FRAMEWORK AND INTERNATIONAL ECONOMICS

А. А. Анохина

СПбГЭУ, программа «Master of international
business administration»

д.э.н., профессор Соловьева Ю.Н.

THE ROLE OF SUCCESSFUL BRANDING APPROACHES IN ELECTION CAMPAIGNES

Статья посвящена феномену политического брендинга и, в особенности, анализу предвыборных кампаний 2012 основных кандидатов на пост президента США с целью выявления стратегий политического брендинга, которые повлияли на исход голосования.

This article is devoted to the phenomenon of political branding in elections campaigns and to the question whether political branding has significant impact on results of the Presidential elections 2012 in USA.

Ключевые слова: политический брендинг, президентские выборы в США 2012, Обама, Ромни.

Key words: political branding, USA presidential elections 2012, Obama, Romney.

Nowadays, in the era of branding it has become commonplace to speak of famous politicians as of brands. For quite a perceptible time in post war Western democracies politicians, running for office, have long applied such branding techniques as slogans, fliers in capacity of an important tool of campaigning.

The pioneer in political branding was 32nd President of USA F.D. Roosevelt, who not only relied on radio, advanced, for that time, technology, in order to have a possibility to conduct fireside chats with American electorate, but also convinced all country that he was able to walk albeit in reality poliomyelitis laid him up to wheel-chair. History is also full of others similar examples of usage of branding in politics. Among them are the Iron Lady M. Thatcher, President and movie-actor R. Reagan, etc. Thus, politicians have used branding in campaigning over the years. And now, in the XXI century political branding is still en vogue among politicians, which is proved by such brands as T. Blair, B. Obama and V. Putin. Therefore, it became pivotal to use the theory of branding as a way for a public figure to build an identity to communicate to the public [8, p.177]. Thus today it's an open secret that political campaigns became the war between brands, which are on par with the war between Coca-cola and Pepsi, Nike and Adidas.

The relevance of the topic stems from the fact that the researches in the field are concentrated on the impact of usage branding in politics on political engagement of voters. And now, the attention to the usage of branding in order to understand political campaigning just starts gaining momentum.

So, what is political branding and how it differs from marketing branding? It's helpful to start with the definition of the brand concept. Brand can be defined as a set of intangible benefits connected to a product [4, P.19] or the symbolic value. [8, P.177] Hence, brand is a consumer's perception about a product. Thus branding refers to any organization's activities aimed at the creation of a distinct brand image in consumer's minds. As for political branding, it is the strategic use of branding tactics in the building of a political image. [8, P.177] Incredible as it may seem, from the marketing point of view there is no difference between marketing and political branding. Marketing principles of branding can and have been successfully applied to political marketing. [7, P.46] The only difference of political branding is its core product – politician.

The Presidential election 2012 in USA is a perfect example of usage of political branding by both candidates. According to expert's evaluation, both candidates offered new type of political campaign with involvement of political branding mechanisms. [9, P.111] In order to identify what branding approaches have helped Obama to win Presidential election 2012, there is a need to compare Obama's branding communication during the campaign to that of his main contender, M.Romney.

Barak Obama was Democratic candidate, President in office, received Nobel Peace Prize in 2009. His political career represents an incredible fairytale success story of poor talented boy from Hawaii with Harvard education, who became the first Afro American to hold office. What is more, Obama had a reputation of star-politician with high level of popularity.

The campaign was oriented on engaging in active communication the widest possible audiences. The main goal was to attract voters from Democratic states and narrow segments of voters, namely youth voters from 18 to 24 years old, African Americans, single women, military families and even pet lovers, to customize messages for each group separately. [10, P.17] It was a smart strategy, considering the fact that voter turnout for these demographics were about 70%. [10, P.17] Thus, the media decision for branding strategy was based on micro-targeting. That's why during the campaign the strong emphasis was made not only on traditional media as TV, newspapers and magazines, but also on various types of social media, including as traditional by now Facebook, Twitter, as new Pinterest, Bing, Instagram and portal Reddit with function "Ask me anything". Besides, for Obama special online community was created – My.BarackObama.com. It empowered voters to share campaign news with friends. [2, P.6] What is more, Obama's website was adopted for mobile devices.

In all Obama's advertisement, main focus was on following policy areas. First of all, it's economy of the USA. Besides, in advertising clips was stressed the fact, that Obama's Administration launched a series of economic reforms and that there was still a need for Obama's guidance to make them work. Other key topics included unemployment and taxation. Foreign policy and national security were umbrella topics in TV advertisement, because, during his Presidency, Obama succeed in these areas. In social media mostly were mentioned immigration issues, problems of veterans. However, for about 47% of all advertisement had focus on personal life of candidate. [10, P.20]

If to speak about ad context and tiny details, Obama was portrayed as politician who is average American as well. All tiny details worked for this image – he was always in suit, but sometimes without tie or jacket (so-called 'Obama look') and addressed to mixed crowd, but still using formal language. [1, P.26] His speeches were measured, formal and fact oriented. Obama even used special gestures to emphasize the most important facts. However, Obama often appealed to Americans through personal digression.

As for Obama's communication strategy, in his re-election campaign were used all existing approaches, namely, cognitive learning, classical conditioning and iconic rote learning, instrumental learning and modeling approaches.

And, finally, cultural aspects also worked in Obama's favor. From cultural point of view, his political brand was attractive for different segments. For example, his race attracted votes of not only Afro Americans, but also those people, who was against racial tensions, his family attracts women, and the fact the he is a real embodiment of American Dream draws attention of almost all average Americans. Thus, the brand had an ability to appeal to different people at the same time. [5, P.7]

Mitt Romney was the Republican candidate, famous businessman with brief political career as governor of Massachusetts. Romney had a reputation of one of the most influential man of USA, whose name was associated with some financial scandals during Olympic Games 2002. Therefore, the reputation of Romney didn't work into his favor in attracting average Americans.

The Romney's campaign was targeted on voters from traditionally Republican States, businessmen and swing voters. The candidate failed in communication with voters' from swing States and, by contrast with Obama, didn't even try to attract narrow segments of voters. The media decision was based on the attempt to involve the maximum quantity of different media such as TV, journals, and also traditional social media such as Facebook, Twitter. Besides, his official website was adopted for mobile devices. However Romney mostly focused on traditional social media and refresh rate of information was much lower than on Obama's profiles.

In ads Romney highlighted almost the same topics with Obama. However, he escaped such important issues as national security and foreign policy. In social media were discussed such topics as problem's of veterans and women. For about 87% of all ads were focused on political issues without attempts to present his personal characteristics. [6, P.17] This was also a mistake, because Romney lost an opportunity to present himself as family man and average citizen.

As to ad context and tiny details, in ads Romney was presented as future President of USA. [2, P.7] He was always in suits and addressed to citizens, among voters he had an image of politician, who wasn't one of millions average Americans. During the speeches he spoke mostly in unofficial manner, using persuasive gestures. Thus, Romney failed in using small details to create the right brand image.

Romney's communication strategy involved all communication approaches as well.

And finally, from the cultural point of view candidature of Romney was attractive mostly for entrepreneurship, because he was one of them, for women, as far as he was good family man. Thus, Romney couldn't score well on this dimension and failed to connect effectively with voters. [5, P.8]

Thus, the results of comparative analysis revealed (see Table 1), that both candidates in essence used the same plan. However, the campaign of Obama seems to be more complex.

Elements of branding	Obama	Romney
Political Background	Represents American Dream	Represents American Business
Target group	Typically Democratic voters; narrow segments (youth, pet lovers etc).	Typically Republican voters, Businessmen, Swing voters.
Media selection	TV, Printed media, Social media, Own online community.	TV, Printed media, Social media.
Policy areas	Economy, unemployment, taxation, foreign policy, national security.	Economy, unemployment, taxation.
Ad context and tiny details	Image of politician, who is in touch with people. <ul style="list-style-type: none"> • focus on personal qualities; • Obama look; 	Image of Future President. <ul style="list-style-type: none"> • focus on political qualities;

Elements of branding	Obama	Romney
	<ul style="list-style-type: none"> • formal language; • special gestures to emphasize facts. 	<ul style="list-style-type: none"> • the manner of speaking depends on audience; • persuasive gestures.
Communication strategy	Cognitive learning, classical conditioning and iconic rote learning, instrumental learning and modeling approaches.	Cognitive learning, classical conditioning and iconic rote learning, instrumental learning and modeling approaches.
Cultural aspects	Attractive for Afro Americans, people, who are against racial tensions, women, average Americans.	Entrepreneurship, women, Republican voters.

Table 1

All in all, political branding played pivotal role during the 2012 election race in USA and allowed Obama to win elections. Therefore, there are following winning political branding approaches, which can be borrowed from Obama's campaign:

1. The strategy of sending a wide message, engaging in active political communication the widest possible audience through usage of different media and social networks.

2. The strategy to appeal to separate voter demographics through usage of micro-targeting in order to customize messages for each narrow segment of voters separately.

3. The strategy to use combination of different communication approaches in order to use power of all modern media and social networks for the purpose to create close emotional ties with voters.

Literature:

1. Adolphsen M. Branding in Election Campaigns: Just a Buzzword or a New Quality of Political Communication? // The Annals of the London School of Economics and Political Science. – 2009. – №1. – P. 3-39.

2. Cruz L. 2012 - The Social Media Election?//The network. – 2012. - №9. –P.5-8.

3. Kassian A. Obama vs. Romney: Election campaign in the U.S. in the basic facts//Forbes. – 2012. -№11. – P.17-21.

4. Lambin, J. Market-driven management: Strategic and operational marketing. – 2007. – P.19-43.

5. Lieb K., Shah D. Consumer Culture Theory, nonverbal communication, and contemporary politics: considering context and embracing complexity//Business media. – 2010. - №2. – P. 5-14.

6. Moore M. Targeting evident in one day of Denver political ads//USA Today. – 2012. - №10. – P.15-19.
7. O’Cass, A. Political Marketing and the Marketing Concept // European Journal of Marketing. – 1996. – №10/11. – P.45-61.
8. Scammell M. Political brands and consumer citizens: the rebranding of Tony Blair// The Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 2007. – №611 (1). – P. 176-192.
9. Shilina M. US Presidential election: new technological trends//Business. Society. Government. – 2012. – №12 – P.106-118.
10. West D. How Data and Micro-Targeting Won the 2012 Election for Obama // Brand media strategy. – 2012. - №11. – P.17-21.

V. M. Bebeshko

SPbSUE, European Master Programme
 «Economy of Enterprise, Quality and Innovations»
 Ass. Prof., Ph.D. Serova E. G.

BPM IN RUSSIAN OIL & GAS SECTOR

A comprehensive knowledge of a company’s organizational mechanisms is a fundamental prerequisite for good management practices and effective governance, especially in industries where efficiency and effectiveness have recently been becoming more and more important.

Innovation and ever-growing operational effectiveness should be a company’s driving force. Modeling can be a key instrument for innovation.

Keywords: Business process modeling, innovation, Oil & Gas Sector, Surgutneftegas

Ключевые слова: Моделирование бизнес-процессов, нефтяной и газовый сектор, Сургутнефтегаз.

The word “innovation” is derived from the Latin word novus or “new”, and is alternately defined as “a new idea, method or device” or “the process of introducing something new”. From the managers’ perspective, the primary purpose of innovation is to introduce change in the organization to create new opportunities or exploit the existing ones. Organizations operating under the present conditions of global competition, rapid technological advances, and resource scarcity must innovate in order to grow, to be effective, and even to survive. Thus, fostering innovation remains a major challenge for business executives, and an area in which academic research can make valuable contributions [1, p. 269–291].

The current economic crisis is forcing companies to enhance their business performances while economizing on human and material resources. Hence, the need to combine business processes and practices properly.

Process modeling is used to provide an accurate representation of complex business processes, whose analysis usually includes mapping all the functional processes and sub-processes involved.

By pointing out all the components of a business (data, organization, processes), a model allows stakeholders to define and evaluate their company better.

Business models can result in an “as is” snapshot model, in which the current state of the business process is described, or in a “to be” model, which defines the process as it should become. By comparing these two business models, analysts can determine the soundness of existing processes and information systems and decide whether minor or substantial modifications are needed. Thus, process modeling and the resulting analyses are helpful tools in reshaping the operational conduct of a company.

Process modeling tools should identify organizational errors and discrepancies through diagrammatic presentations that effectively summarize and streamline textual information. Through the implementation and execution of process modeling, business users can model and refine their business processes and choices. Modeling and simulation functionalities should also permit the execution of “what-if” scenarios.

Moreover, process modeling tools should perform several other valuable functions. They can allow analysts to tie activities together, keep track of inputs and outputs, and recognize overlaps and missing steps of the business process.

Russian BPM practice is far from the adoption of the latest BPM paradigms and trends, as it is concerned with more basic issues such as the description of business processes [2]. Hence, a joint research conducted by Software AG, the analytical company IDC Russia, and the largest community of IT managers Global CIO showed that only 4% of the Russian companies have fully described their business processes [2]. Table 1 depicts a complete picture of the status quo of business process description in Russian companies.

What is the status quo of business process description in Russian companies?	
All processes are modeled	4%
Processes are not described at all, and there are no plans to do it	11%
Processes will be modeled in a short-term horizon	12%
Individual processes are modeled	30%
Key processes are modeled	43%

Table 1. The status quo of business process description in Russian companies (Global CIO, 2011)

According to the same study, the main purpose for Russian companies to model their business processes is the automation of business process. The second place takes standardization and the third place is optimization what is illustrated in Figure 1.

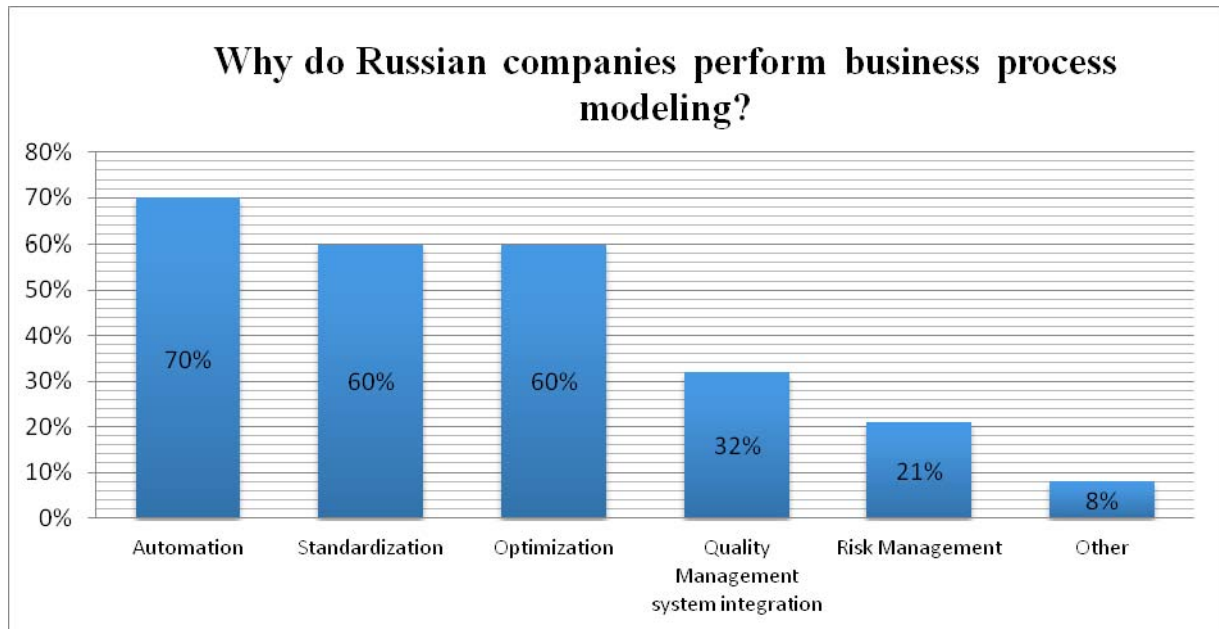


Figure 1 : The purposes for business process modeling (Global CIO, 2011)

Yet another research done by IDC Russia complements the information stated above and shows the list of industries that more often than others have undertaken comprehensive business process models [3]:

- Oil and Gas (44 %),
- Fast Moving Consumer Goods (41 %),
- Retail (25 %).

In the current climate, oil and gas companies have to compare their operations with those of their competitors. This helps them to measure their own company's efficiency and understand whether it is ahead of sector trends or is lagging behind. It is essential to compare not only financial and operational performance, but also the business models implemented, as they provide the sources of long-term competitive advantages.

The nature of the O&G sector requires substantial investment in the development of innovation projects and technologies. As the conditions of exploration and production become more complex, the need for more up-to-date technological solutions increases.

Surgutneftegas today

Oil and gas producer Surgutneftegas is one of the largest companies in the Russian oil sector. It accounts for almost 13% of the country's crude output and

25% of gas produced by domestic oil companies. The company's refinery Kiri-shinefteorgsintez, one of the largest in Russia, accounts for almost 9% of the country's refining throughput. Marketing subsidiaries owe much to their geographical position: they are located close to the company's refinery and heavy traffic intercity and international highways going through the area of the company's activity. The Company has two major research centers: R&D institute "SurgutNIPIneft" and Oil Refining and Petrochemical Enterprises Design Institute "Lengiproneftekhim". Surgutneftegas is among leading Russian companies that highly adopt and effectively use IT.

Process modeling is a widely-used approach to achieve the required visibility for existing processes and future process scenarios as part of business process improvement projects. However, process modeling has also strong opponents. It is criticized for being over-engineered, time-consuming, costly and without (sufficient) value. Thus, the challenge is to find the right level of modeling for the underlying purpose.

For about three years IT-solutions in Surgutneftegas are designed and implemented using Process Approach. The models serve like a common language between IT and business people, they provide better understanding of requirements. With the models IT project teams have the ability to present future business operations graphically and get feedback from the business on early stages. The models allow creating more holistic IT-solutions, obtaining quality solution documentation.

Model-driven development and creating process repository are important BPM activities for companies where IT makes changes to processes and the changes are frequent. It was also one of the reasoning for using Process Approach by the IT organization of Surgutneftegas.

Nowadays besides the "traditional" use of process models within software engineering these models are more and more used for pure organizational purposes like process reorganization, certification, Activity-based Costing or human resource planning. IT organization is not the only in Surgutneftegas who use process models they are also used by some other organizational units for non-IT purposes.

Process Approach works well for IT-solutions but it is unable to solve all IT problems. In order to get rid of them an organization should implement a comprehensive and systematic methodology for IT management that comprises business goals and processes, data flows and technologies. Such methodologies are proposed by the Enterprise Architecture discipline.

Enterprise Architecture is often referred as a blueprint for how an organization achieves the current and future business objectives using IT. It examines the key business, information, application, and technology strategies and their

impact on business functions. It provides the framework for planning and implementing a rich, standards-based, digital information infrastructure with well-integrated services and activities.

Enterprise Architecture Centre of Surgutneftegas was created in 2011 with the following tasks:

1. Support and control of enterprise architecture methodology and modeling activities
2. IT management on the basis of architecture approach
3. Analysis of a baseline IT architecture, describing issues and solutions
4. IT-strategy formation
5. IT regulations and standards development
6. Applications and technologies standardization
7. Standardization of IT-solutions
8. Software and hardware procurement support
9. Studying and tracing of innovations
10. Control of IT-projects

Today the Enterprise Architecture Centre works predominantly in the areas of Enterprise Architecture modeling and IT regulations and standards development.

Innovation is the realization of a creative idea being applied to an existing problem. This application may be either of a new idea or the adoption of an existing idea [4, pp. 658–666]. As we could see some aspects of Enterprise Architecture development and other activities in large organizations may grow from supposed purely engineering tasks to real research problems. And this is a soil for innovation in research and development that may be of a great value for industry.

Literature:

1. Damanpour, F., & Wischnevsky, J. D. (2006). Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations. *Journal of Engineering and Technology Management*, 23(4), 269–291
2. Global CIO. (2011). Analytical research: Russian business process management (BPM) market. Retrieved from <http://www.globalcio.ru/workshops/46/>
3. Cnews. (2012b). Business process management: shift in focus? Retrieved from <http://www.cnews.ru/reviews/index.shtml?2012/04/02/483995>
4. Mayfield, M. (2011). Innovation. In M. A. Runco & S. R. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of creativity* (2nd ed., pp. 658–666), CA: Academic Press.
5. Deloitte. The research and technical services market for the Russian oil & gas sector: Key trends (2011)

Я. О. Ганжа

СПбГЭУ, программа «Master of international business
administration»

к.э.н., доцент Сараханова Н.С.

INTERCULTURAL DIFFERENCES AND HR POLICY IN INTERNATIONAL COMPANIES

Статья посвящена проблеме адаптации деловой этики в международных компаниях, ее влиянию на политику управления человеческими ресурсами.

This article is devoted to the importance of intercultural differences for international companies, their impact on the human resource management. Furthermore, it distinguishes the shaping of business ethics as the significant element of managerial strategy.

Ключевые слова: межкультурные различия, международные компании, управление человеческими ресурсами, бизнес этика.

Key words: intercultural differences, international companies, human resource management, business ethics.

In the terms of globalization we live in, in the interconnected and interdependent world of today where international borders become more and more transparent, the awareness of cultural features is getting more and more important for all participants of business processes. Conducting business often goes beyond national boundaries, involving more and more people from different countries who have their own traditions, convictions about what is right and wrong. Since every business is based on the efforts of people working in the organization as well as on effective management of these people, cultural differences begin to play an increasing role in organizations and have stronger influence on the efficiency of business. Besides the impact on business' effectiveness, the awareness of the especial culture feature can be very useful in collaboration with suppliers and partners from other countries: it can reduce time spent on negotiation, lead to better mutual understanding and more beneficial cooperation conditions.

Thus, there is a strong need to consider the differences of national cultures while planning the global expansion and building a cross-cultural strategy.

We believe that in the international companies, culture differences have the biggest impact on human resource policy and one of the company's mission is to build strong business ethics in the organization. The ethics itself can be considered as one of the intercultural difference and the shaping of ethical organizational culture within the company is a very important process for the modern globalized business world. Peter F. Drucker in his article "What is "business ethics" said, "Business ethics is rapidly becoming the "in" subject, replacing yesterday's social responsibility" [6, p.22]. Henry Kravis, the co-

founder of the American private equity firm Kohlberg Kravis Roberts claimed: “If you don't have integrity, you have nothing. You can't buy it. You can have all the money in the world, but if you are not a moral and ethical person, you really have nothing.” Robert Noyce, the inventor of the silicon chip asserted, that “If ethics are poor at the top, that behavior is copied down through the organization”. So, scholars and businesspeople pays a lot of attention to the business ethics. What practical meaning and what effect can the lack of business ethics cause?

It can influence and contribute to:

- Employees' commitment;
- Investor and customer loyalty and confidence;
- Legal problems and penalties;
- Customer satisfaction;
- Relationship with stakeholders;
- Performance, revenue and profits;
- Reputation and image.

All this clauses are very significant for the whole company and for other participants of business processes: for stakeholders, managers, employees, investors and for customers as well.

Usually, expanding business abroad, the company decides, what kind of strategy about business ethics implement. There are three possible ways:

1. Adhere the principles and rules accepted in the home country.
2. Adopt ethical norms accepted in the host country.
3. Adapt home company's principles to the host country's ones.

The last way is the most efficient in terms of globalization. The principle of *glocalisation* which says “Think globally, act locally” can be suitable for this method.

The creation, maintenance and developing of ethical principles in the company is the responsibility of manager. “Management system is a tool for implementing the ethics of the founder of business” [8, p.23]. Thus, manager should be able to perform both functions: maintain the founder's ethic principles (of course in case they exist) and develop the new norms for each host country.

Why the manager is responsible for implementing basic ethical principles of the company, for their adaptation to national specific, for success or failure? First, because every managerial decision affects either people or the natural environment in some way—and those effects or impacts need to be taken into consideration as decisions are made. The second point is that manager always gives the example of behavior for employees, if this behavior is immoral and does not comply with principles advocated in the organization there will not be trust to those norms as well as to manager and to the company as a whole.

According to L.Trevino, the ethical role of managers or ethical leadership is a combination of being a moral person and being a moral manager. Being a moral person rests on a combination of key traits such as integrity, honesty, and trustworthiness. Consequently, without trust the creation of business ethics is impossible. When decisions involving ethical considerations need to be made, L.Trevino and her colleagues argue, the moral person sticks to her or his core values, tries to be objective and fair, exhibits concern for society and the welfare of those in society, and follows ethical decision-making rules. However being a moral person is not the only requirement for becoming a moral leader. Moral leadership also includes being a moral manager, which involves recognition that the leader or manager serves as a role model for others in all his or her duties. It also means providing rewards and discipline around the ethical and unethical decisions made by others, so that a clear message is sent about what behaviors are and are not acceptable in the organization or situation. In addition, moral management means communicating openly, explicitly, and frequently about ethics and values [7, p.2].

Thus, we can see that success of company, satisfaction of customers, employees, stakeholders depends largely on how much attention company pays to cultural adaptation as well as on correlation of ethical principles accepted in the organization and on the manager's role in its creation and maintenance.

Literature:

1. Amber Levanon Seligson and Laurie Choi. Critical Elements of an Organizational Ethical Culture // Ethics Resource Centre Research report. – 2006. – p.5-16
2. Ethics Resource Center. Leading Corporate Integrity: Defining the Role of the Chief Ethics and Compliance Officer (CECO) // The ERC Fellows Research Series. – 2010 – p. 7-21.
3. Josep M. Lozano. Ethics and Corporate Culture // Ethical Perspectives – 1998. – №6 – p.53-50
4. Michael L. Michael. Business Ethics: The Law of Rules // Corporate Social Responsibility Initiative Working Paper. – 2006. – № 19 – p. 7-15
5. Parboteeah K.P., Cullen J.B., Victor B., Sakano T. National culture and ethical climates: A comparison of US and Japanese accounting firms // Management international review. – 2005. – № 4. – p. 459–481.
6. Drucker, P. F. What is “Business Ethics”? // Public Interest. – 1981. - № 63. – p. 18-36
7. Waddock, Sandra. "Ethical Role of the Manager." // Encyclopedia of Business Ethics and Society. – 2007. – № 786-91. – p.1-3
8. Маршев В.И. История управленческой мысли и бизнеса: социальная ответственность бизнеса и этика менеджмента XII Международная конференция; Москва, МГУ имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет // Материалы конференции. - 2011 г. – с. 23-25.

А. Р. Гизатуллина
СПбГЭУ, программа «Master of international business administration»
д.э.н., профессор Соловьева Ю.Н.

GENDER ADVERTISING IN CREATING BRAND PERSONALITY

Статья посвящена роли гендерных аспектов в формировании эмоционального восприятия бренда, его индивидуальности. Способность рекламы влиять на мнение покупателей невозможно недооценивать, а ориентированная на гендерные стереотипы женственности и мужественности реклама может создать прочные ассоциации с уникальным образом продукта.

This article is devoted to the role of gender aspects in forming emotional perception of brand – brand personality. The ability of advertising to impact customers' opinion cannot be underestimated, and applying to the gender stereotypes of femininity and masculinity can be helpful instrument in creating unique image of the product.

Ключевые слова: гендер, гендерная реклама, имидж бренда, индивидуальность бренда.

Key words: gender, gender advertising, brand image, brand personality.

In modern life of information overload there is no doubt that advertising is among the most strong and powerful instruments to influence and manipulate consumers' behavior. Due to set of the specific techniques and tools advertising can form consumption patterns. One of those tools that make communication to the customers more effective is gender approach or so-called gender-targeting.

The proper choosing of target audience is a starting point and necessary condition of the development of any successful advertising campaign. At the same time each gender is characterized by its own set of abilities, skills, temperaments, attitudes, and preferences, which, from the communication point of view, makes significant impact on the entire field of marketing. Observing of gender characteristics allows marketers to choose effective strategy, increase sales and, therefore, margin.

Gender advertising is based on the appealing to the stereotypes of femininity and masculinity and gender roles in the society. Moreover, this representation of gender stereotypes in advertising these days shapes and enhances the ideal gender models. In order to understand the relevance of gender approach in advertisement, it would be helpful to start with principles and definitions behind.

From the first perspective in common usage the term “gender” is equal to the “sex” [5], but in its most fundamental understanding gender refers to the socially constructed differences between men and women, not on individual, but on cultural level. This means high degree of unification in order to create representations of average male and female in a society.

Gender differences were transformed into very familiar to all of us gender stereotypes: woman is more emotional, while man is rational, woman is subordinate to man, she is loyal, sensitive, careful and soft, he is strong, aggressive, self-confident and logical.

Closely related to the definition of gender is the concept of gender role. According to the Online dictionary of the social sciences, gender roles are considered as roles attributed on the basis of sex identity.

Gender roles as well as gender stereotypes for sure didn't stay the same: over the last decades of 20th century they have been changing dramatically. The anthropological discoveries of Margaret Mead (*Sex and Temperament in Three Primitive Societies*, 1930) had laid a foundation to the row of sociological, psychological and marketing researches that emphasized not biological but cultural aspect of gender. In the historical context the arising of feminist movement in 1960s has stimulated scholar interest to the differs in marketing communication to the male and female (Goffman, Garst and Bodenhausen). What is most interesting, that till the 21st century women of feministic movement tried so hard in order to prove their total equality to men, and now all data confirms significant difference, so women and men should be treated separately at least in advertising field. [1, p.15]

The first essential milestone concerning gender approach was set by E. Goffman: in his book "Gender Advertising" the utilization of women displays in advertising industry was researched [2, p.4]. In time the researches finally have constructed a "package" of female and male characteristics to apply and draw out some typical images in advertising: women are portrayed as subordinates to men, sex object or decorative object. Men are more likely to be displayed as decision-makers, husbands, businessmen or athletes [6, p.5]

It's important to highlight that although these images and displays are more or less alike, their accordance in different countries is still a matter of exploration: something appropriate in western culture probably wouldn't work in Russia, and vice versa. For example in Russian advertising the role of woman mostly limited to the typical image of householder, wife or mother – product-consumer – while in western countries these stereotypes are already not so strict and strong. Due to increased complexity of peoples' life, changes in family structure, education, labor distribution, there is a tendency to portray women less dependent, as a successful business ladies or experts [3, p.89; 7, p.404].

Nowadays examples of perceiving similar or the same advertising campaigns in different countries also support the idea that given set of stereotypes and their representations is relevant only within one cultural frame; therefore, gender approach should be adapted to the local cultural background.

To sum up, gender-oriented advertisement takes into account inherent features of men or women, transforms them into stereotypes and exploits in order to sell product. It contributes also to shaping special associations connected to the product's brands.

No doubt, that in modern society brands became crucially important for the companies. Now, when perfect quality of product isn't a guarantee of successful operating on market, brands as valuable assets can provide competitive advantage to producers.

What is brand itself? There are number of definitions, but all of them have something in common: brand always refers to perception of customers, it has the ability to bring certain association and create value in minds. Although brand is often strongly connected with logo, particular color or image, it's an important intangible asset of any company. Brand image is the first thing to come in mind when speaking about particular brand. Most of the authors use adapted Keller's definition of brand image as a customer perception in accordance with memorized brand associations.

In its turn, the concept of brand image includes more specific idea of brand personality. Brand personality can be considered as a set of human-beings' characteristics linked to given brand. Hence, on the one hand, it is created by consumers' impressions due to experience with the brand; on the other hand brand, personality as a part of knowledge about brand forms customers' response.

Brand personality plays a huge role in differentiating products from the competitors' ones; it is especially relevant when provided goods or services are quite similar. Creating those brand personality is a time-consuming comprehensive process, which connected with and depends on the plenty of factors: origin, symbol, age, product characteristics, user's imagery, types and quality of marketing communication etc. But done clear and carefully this process will definitely bring the harvest in the future as it is actually a brand equity investment.

In creating brand personality when brand is attributed by human features (i.e. smart, cool, serious, light, brutal, sporty etc.) gender advertising which applying to the very concrete gender – human – characteristics could be useful. Why it is so? Because represented gender stereotypes are of emotional nature, as well as attributes of brand personality. Advertising defines what is normal, and isn't it exactly what brand management need? One of the most brilliant examples of gender approach ever is a creating of Marlboro brand personality. Advertising for these cigarettes has been quite stable and continuing. "Marlboro Man" has become a symbol of masculinity at once and increased sales of the company few hundred percents over two years. What makes this example even more exciting is the fact that initially filtered cigarettes produced by Marlboro considered to be feminine.

In conclusion, it's important to recognize that for highly gender-differentiated products gender advertising has very clear objective: to establish rapport to the customers, to identify and become part of their fantasy and make them believe that using a product advertised would fulfill these fantasies. On the other side there are lots of examples of failed usage of gender advertising,

therefore, some marketers have negative attitude to segregation of goods (especially, neutral, like bread, batteries, electronics, most of the cars) into male and female. Anyway, gender advertising is not a one-stop solution; possible damage as well as potential benefits from using it in creating brand personality should be assessed in each case separately.

Literature:

1. Barletta M. Marketing to Women: How to Increase Your Share of the World's Largest Market. – USA, 2003. – 114 p.
2. Lawton E. Gender Advertisements: Replication of a Classic Work Examining Women, Magazines, and Facebook Photographs. – 2009. – Honors Projects in Communication. Paper 6, from: http://digitalcommons.bryant.edu/honors_communication/6
3. Mamayeva V. Genderniye ossobennosty povedeniya potrebiteley // Vestnik TGEU. – 2012. – № 3. – P. 87-96.
4. Mohd H. A. R., Normah M., Lee S. M. The effects of gender advertising on brand image: the Malasian Context // Malaysian Journal of communication Jilid 27 (1). – 2009. – P. 118-132
5. O'Barr W.M. Representations of Masculinity and Femininity in Advertisements // Advertising and society review, from: <http://muse.jhu.edu/journals/asr/v007/7.2unit07.html>
6. Pelletier L. Selling Gender Identity: Gender Role Portrayals in Contemporary Magazine Advertisements // Journal of Undergraduate Research at Minnesota State University, Mankato, from: <https://www.mnsu.edu/urc/journal/2009/pelletiergender.pdf>
7. Petrov M. Gender images and stereotypes of modern Russian advertising // Izvestiya: Herzen University Journal of humanities and sciences. – 2010. – № 124. – P. 401-407

Е. В. Лужных

СПбГЭУ, программа «Master of International Business Administration»

д.э.н., профессор Соловьева Ю.Н.

THE IMPACT OF THE SPONSORSHIP OF SPORT EVENTS ON INCREASING THE BRAND VALUE: CASE OF THE OLYMPIC GAMES

На сегодняшний день спортивное спонсорство является одним из самых мощных маркетинговых инструментов, часто используемым компаниями для повышения ценности и узнаваемости бренда. Целью данной статьи является выявление факторов успеха спортивного спонсорства на основе анализа его возможных выгод и рисков.

Sport sponsorship nowadays is one of the most powerful marketing tools, which is frequently used by the companies to increase brand value, to reach wide audience on the international basis, as well as to increase profitability. The aim of this article was to determine the success factors of sports sponsorship on the basis of exploring its possible benefits and risks.

Ключевые слова: спонсорство, спортивное спонсорство, спортивный маркетинг, ценность бренда

Key words: sport sponsorship, sports marketing, brand value

Introduction

Nowadays, due to the rapid development of digital technologies and the associated increased information flows, we are living in the society, which is overloaded with the information. The lion's share of this information is connected with the mass advertising, which, unsurprisingly, has a little effect on changing the consumer purchase behavior, as the majority of customers cannot recall most of the commercials they are saturated with. In these conditions companies must creatively manage their marketing strategy in order to satisfy sophisticated customers and to gain competitive advantage through the differentiated advertisement. That's why, additional unique advertisement tools, like sponsorship, are used by companies to reach and to communicate with their target audiences. In this sense, the concept of sponsorship has changed significantly over the past two decades from being a philanthropic and charitable approach to the important company's mean to achieve the favorable publicity of its brands. Sport sponsorship is, by the way, the most popular sponsoring object and accounts for over 75% of the total sponsoring expenditures worldwide [1, p. 180]. Thus, more and more companies have started to sponsor teams, athletes, tournaments or events, and are using this sponsorship as a strategic tool to increase their brand value. However, in order to succeed in this field, companies have to understand, that besides benefits, sponsorship also poses some challenges, and that they should develop a plan in order to overcome them. Therefore, in this article we will try to define the key success factors of the sport sponsorship. In order to determine them, we will firstly examine the nature of the sponsorship, then explore the companies' objectives of using this marketing tool on the example of the Olympic Games and, finally, investigate its possible risks.

The nature of the sponsorship

Although sport sponsorship is regarded as a modern tool of the commercial activity, it has been naturally practiced since the ancient times. Thus, according to many researchers, sport sponsorship has its roots back in the history of the Ancient Rome, when the Roman patriarchs sponsored gladiator games in order to win the respect of the society [2, P. 7]. If to speak about the sponsorship of the Olympic Games, it began in 1896, when Kodak (hitherto active sponsor) contributed to the summer tournament in Athens and in return got the rights to advertise their products throughout the Olympic program [ibid]. However, its modern sense the sport sponsorship acquired back in 1971, right after the US ban on the tobacco and alcohol advertisements on TV and radio. Sport sponsorship in that situation opened up the possibility to keep tobacco and alcohol brand names in the minds of the spectators. Thus, since 1970s the sport sponsorship has become more 'business-oriented' and has taken one of the key roles in achievement of strategic marketing roles.

Up to date there is no consistent and all-encompassing definition of the sponsorship, as many researchers in the field of marketing have all given different notions to this concept depending on their view of the topic. Thus, ESA (European Sponsorship Association) defines sponsorship as “any commercial agreement by which a sponsor, for the mutual benefit of the sponsor and sponsored party, contractually provides financing or other support in order to establish an association between the sponsor’s image, brands or products and a sponsorship property in return for rights to promote this association and/or for the granting of certain agreed direct or indirect benefits” [3]. At the same time, Olkkonen simply defines sponsorship as “mutually beneficial business relationship between two parties being named as sponsor (usually companies) and sponsored (e.g. actors in the field of arts, sports, education)” [4]. As we see, both definitions have similarities, namely, they both focus on the mutually advantageous relationship of the sponsored and the sponsor. Moreover, some definitions also imply that sponsorship provides the relationship advantage between the company and the sponsored object. Thereby, all the above mentioned confirms once again that companies, which are sponsoring sporting events, receive huge bonuses in different forms and can use these events as a method of integrated communication. Let's consider in more detail other major objectives, pursued by the company with sponsorship activities.

Objectives for Sport Sponsorship

The success of the company’s sponsorship activities largely depends on the clear definition of the objectives to enter into a sport sponsorship. Despite the fact that these goals may vary both from company to company and from author to author, many of them converge. Here we will try to identify the main objectives of sponsorship activities from the perspective of Olympic Games. For this purpose, we’ve decided to use the mixture of several, the most relevant from our point of view, theories, namely by Jobber D. [5], and Cornwell B.T. and Maignan I. [6]. Therefore, the major objectives of the sport sponsorship are as follows:

1. Gaining publicity is one of the major goals of the sponsorship activity of every company. For instance, the total cumulative TV audience of the Summer Olympic Games in London 2012 amounted to 3,6 billions of viewers [7].

2. Enhancing corporate or brand image is also one of the most important benefits of the sponsorship deal.

3. Fostering favorable corporate and brand associations is another perfect opportunity for sponsor.

4. Improving relationships. For example, as far as many sponsorships offer such benefits like tickets for VIP sections of the stadiums and so forth, the company can invite its important customers or partners and, by doing so, strengthen these relations. Moreover, when sponsoring companies build their own pavilions in the Olympic Villages (like Family House of P&G, Ice-Climbing from Sberbank at the Sochi Winter Olympic Games [8]), they are not

only able to show their technology, products or services, but also to communicate directly with their customers.

All these objectives result in the increase of the brand value of the sponsoring company, that's why nowadays this strategic tool holds a unique position in a marketing mix of promotion.

Risks of the sport sponsorship

While there are numerous benefits of the sport sponsorship, there are also some risks, which can influence the sponsorship and bring negative results to the whole company's activity. Among these risks we can identify:

1. Ambush marketing, which is the "marketing campaign that takes place around an event but does not involve payment of the sponsorship fee to the event" [1, P. 180]. In other words, many companies try to promote themselves in connection with the event, to which they haven't paid sponsorship fees, without breaking any laws. Subsequently, this results in the reduction of the exclusivity rights of the official sponsors, and, therefore, in the reduction of the positive profitability on this sponsorship activity.

2. The reputation of the team/athlete. For instance, when an athlete is caught with doping, or the sponsored team performs poorly, it will certainly reduce the return on the sponsorship, as the media coverage will be reduced respectively.

3. Negative impact on sponsor or its brand through the association. The transfer of the negative image can be also related with sport events, for example during the Olympic Games in Sochi in 2014 there were several boycotts against ban of gay propaganda in Russia, during which the pressure was placed against major sponsors [9]. Till today, it's very difficult to say, whether these boycotts have diminished the forecasted revenues of the sponsors or not, at least, they have shaken sponsors' reputation.

Thus, as we can see, in case of any adverse events, associated with the sport sponsorship, not only the whole company's image can be severely damaged, but also its market position can be worsened.

Conclusions and implications

Thus, on the basis of the previous analysis we can identify the following success factors:

1. Companies should research risk management strategies and develop the methods, which will help them best to protect;

2. Companies need to have clear communication objectives and clear plan for their achievement;

3. Companies need to clearly state the conditions of the sponsorship contract. Namely, there should be some kind of the 'morals clause', which implies, that in case that sponsored athlete or team does something, that influences badly the image of the sponsor (scandal, doping, etc.), there should be some kind of the compensation;

4. Companies must look for the sponsorship, which fits the company's core image. Namely, for medium-sized company there is no sense in sponsoring such global events, as Olympic Games, FIFA and so on, because this sponsorship can overpower sponsors' brand;

5. It is better to sponsor the team of athletes or the sporting event, rather than the individual athlete, in order to minimize risks;

6. Companies need to measure results (return on objectives and return on investments) in order to be able to evaluate the campaign.

The concept behind this article was to examine the important role, which sponsorship plays as a strategic marketing tool in sport events, and to identify the possible benefits and risks, associated with this new form of the marketing. Thus, we can conclude, that sport sponsorship can surely produce innumerable benefits in many forms, however the companies have to admit the potential risks. For instance, companies should be sure to have a risk management plan before commencing the sport sponsorship agreement. Thereby, if risks are carefully measured, the benefits of sponsorship will certainly outweigh the problems.

Literature:

1. Dolphin, R. R. Sponsorship: perspectives on its strategic role. // *Corporate Communications: An International Journal* – 2003. - Vol. 8, No. 3 – P. 173-186.

2. Meenaghan, T. Sponsorship – Legitimising the Medium. // *European Journal of Marketing* – 1991 - Vol. 25, No. 11 – P.5-10.

3. Sponsorship and the funding of grassroots sport // *The European Sponsorship Association* – 2010 – P. 2. // URL: http://ec.europa.eu/internal_market/services/docs/sport/conference20100216/7-contribution_of_sponsors_and_trends_in_sponsorship_en.pdf.

Access on: 07.04.2014.

4. Olkkonen, R. Case study: The network approach to international sport sponsorship arrangement. // *Journal of Business & Industrial Marketing* – 2001 - Vol. 16, No. 4 – P. 309-329.

5. Jobber, D. *Principles & Practice of Marketing*. // Berkshire: McGraw-Hill Publishing Company - 2001 – 3rd edition – P. 245-255.

6. Cornwell, B. T. & Maignan, I. An International Review of Sponsorship Research. // *Journal of Advertising* – 1998 - Vol. 27, No. 1 – P. 48-56.

7. Global Broadcasting Report. London Olympic games 2012 // Official web-site of the London Olympic Games – December 2012. // URL: http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/Broadcasting/London_2012_Global_Broadcast_Report.pdf. Access on: 13.04.2014.

8. Marketing bulletin of the Sochi Winter Olympic Games 2014.// Official web-site of the Sochi Olympic Games 2014.// URL: <http://www.sochi2014.com/partners-bulletin-about>. Access on: 13.04.2014.

9. Olympians urge Russia to reconsider 'gay propaganda' laws. // *The Guardian* – 30.01.2014. // URL: http://www.theguardian.com/sport/2014/jan/30/olympic-athletes-russia-repeal-anti-gay-laws?CMP=tw_t_gu.

А. С. Мальцева
СПбГЭУ, программа «Master of International Business
Administration / Technology-oriented Management»
Prof. Dr. Wolfgang Fritz

THE IMPACT OF GREEN MARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR

Сегодня компании применяют «зеленые» стратегии в разработке продукта, производственных процессах и маркетинговой деятельности. В данной работе рассматривается отношение покупателя к «зеленым» инициативам компании и подчёркивается необходимость внедрения таких стратегий на основе рекомендаций выведенных из опыта ведущих зарубежных компаний.

Nowadays companies are integrating green strategies into their product development, operational processes and marketing activities to affect customers and other stakeholders. This paper examines customer attitude towards green initiatives of the company and highlights the necessity to implement green marketing strategies in Russian companies giving recommendations based on foreign sustainable leaders' experience.

Ключевые слова: зеленый маркетинг, экологические проблемы, покупательское поведение, маркетинговые коммуникации

Key words: green marketing, environmental concerns, consumer behavior, marketing communications

The topic of green marketing is widely covered by literature and various researches. Nevertheless, there is still no unambiguous opinion on it. We can find some skeptical claims that consumer-focused green marketing is not working and that it was just a noble experiment in social and market transformation [7, p.1]. Moreover, in Russia there is a lack of interest towards this important phenomenon. The term itself seems to be confusing and unclear. That is why this article is aimed at disclosing the term of green marketing and underlining the key tendencies in green marketing and consumer attitude to it.

Green marketing can be defined as “The process of selling products and/or services based on their environmental benefits. Such product or service may be environmentally friendly itself or produced and/or packaged in an environmentally friendly way” [12, p. 1]. In this paper we want to enlarge the definition and to consider green marketing as the process of selling products/ services based not only on the environmental benefits of products and the process of their production, but also on benefits that company brings to environment itself whether it is donations to some environmental organizations or particular environmental cause (community recycling program, for example).

As we defined what green marketing is, the next step is to understand why companies need to implement it. The debatable point here is what the target audience of this green marketing is. This may sound a bit inconsistently, because generally accepted opinion is that environmentally oriented business is addressed to the whole society. However, this paper aims to show the signific-

ance of eco-image of a company to one particular group of stakeholders—consumers and reveal what criteria are important for them. Among reasons of going green are requirements of different stakeholders, such as government obligations to implement eco-friendly systems, compliance with partners' requirements to your business, as well as cost reduction with new technology and pressure from competitors [2, p.170]. But to our mind, customers are among the key stakeholders who engage in creation of sustainable economy. Their requirements for firms are to be transparent about goods and provide innovative products for sustainable lifestyles.

To develop a strategy of using green marketing in Russia, we should reveal key problems of green marketing initiatives in Russia and prejudices of Russian consumers to green marketing of a company. For these aims a focus group of four people was interviewed to understand if they are aware of environmentally conscious companies, their willingness to participate in these green initiatives by purchasing a product by green company and what sources of information as instruments of green marketing are trusted more. The results show us that respondents were aware that the giants of industries are conscious about environment and take some measures to be sustainable. When asked to name some of the environmentally conscious companies there were named some leaders of the industry like Coca-Cola and foreign retail shops e.g. French Carrefour. The stress was made on Oil and Gas companies. The focus group believed these companies should compensate damage to environment, that's why they most likely are participating in eco-sponsorship.

If to speak about respondents' current behavior towards green products, there were some contradictions. Mostly people do participate or have ever participated in sustainable behavior, like using reusable bags or energy saving bulbs. But the opinion on the own contribution to the nature is mostly skeptical, usually people see the benefits of green products in case they can save money in a long perspective. The further quantitative research should reveal whether this group of people prevails in Russia and what should companies do in terms of green marketing to influence this category.

Speaking about source of information that people trust, according to our survey, we assume that people trust eco labels and social media. However, there is no clear understanding of eco labels in Russia. There is still a threat of greenwashed product and you can't be sure that the word "eco" on the product package or some unknown label really means its environmental benefit.

To sum up our initial survey, we can make a conclusion that consumers have positive but passive view of sustainable consumption. The data collected through this qualitative interview is a base for conceptual framework of further research based on quantitative survey because the focus group may not be representative and no segments can be distinguished. The target group of the research is the millennials as the world's most influential shoppers. According to

statistics they can affect the consumer behavior of others because roughly 70% of global millennials recommend their favorite brands; 86% are willing to share their brand preferences online. And, of course, they can influence the next generation of consumers [3, p.7].

Our next step was to look at sustainable leaders and use them as a benchmark to understand how to integrate environmental initiatives into marketing messaging to strengthen your brand image. The leaders were identified by several ratings: “The 2013 Sustainability Leaders Report” by GlobeScan / Sustainability with Unilever on the top, 'The Global 100 Most Sustainable Corporations' by Corporate Knights, in 2014 the first place took Westpac Banking Corporation, Australia, Volkswagen as the automotive industry leader by the 2013 results of the Dow Jones Sustainability Indices Annual Review and Nike which was ranked first among the world’s most climate-friendly companies according to a new list by nonprofit group Climate Counts. We need to mention that ratings were composed by several criteria which might not be relevant to our study and there can be found other companies that are better in terms of communicating their environmental efforts to consumers. Here, we are observing sustainable leaders, not necessarily the leaders of sustainable marketing. A commitment to sustainable values remains the primary reason a company is cited as a sustainability leader, but transparency and communication, integration into core business model have risen in importance in 2013 [11,p.24]. We outlined important points that should be analyzed when looking at companies’ green marketing performance. These factors are: the overall green marketing strategy (is it measured, available and what is it aimed at-modifying product, process or support of environmental problems); availability and quality of information on green measures on the main website/ special microsite; reporting system (applying world standards, having separate report, consumer-friendly design); variety of social networks, their content and customers’ engagement (discussions, contests); having special sustainable projects; awards in sustainability; cause marketing/ donations/ support of environmentally-friendly innovations; creatives (advertising campaigns, printed ads and videos).

Main conclusions:

1. As companies are practicing environmentally-friendly approach to business for many different reasons, they should also clearly communicate it to customers to make customers aware and benefit from eco-friendly image.

2. Global sustainability leaders have identified three different strategies that marketers can adopt: profit strategies (rely on revenues generated from the initiative to create value across society by supporting some ecological problems); process strategies (use process changes in the supply chain, manufacturing and/or distribution to differentiate a product from its competitors); product strategies (incorporating benefits directly into design of a product or service). Mostly companies are using them all simultaneously and have their environ-

mental targets at the main website or special site of their environmental project.

3. Communication can be delivered in various ways - online, through partnerships or through eco labels and packaging, for example. The methods gaining popularity and importance are social network pages, You Tube channels and special blogs. The engagement of a customer is very important. Successful companies are practicing different contests and discussions.

4. The third-party acknowledgement is important, such things as awards and using of eco-labels is useful.

5. The message should be clear, backed-up with credible data from reports corresponding to international standards.

6. People in Russia are mostly not concerned about environmental problems so the best strategy is to educate them and involve in events.

Thus, we can conclude that companies – sustainable leaders build the trend of environment consciousness, educate customers and create understanding of importance of environmental concerns by consumers thereby creating demand. They see synergies between their corporate sustainability strategy and the positioning of their brands in the market. Although, the link between such initiatives and brand marketing is still at an early stage of development [10, p.48]. Russian companies can't ignore the tendencies of world business towards sustainability and should implement best practices of sustainable leaders.

Literature:

1. Campbell A., 7 Ways to Communicate Your Commitment to Sustainability (Oct 1, 2010) Available at: <http://smallbiztrends.com/2010/10/communicate-commitment-to-sustainability.html> (accessed 19/04/2014)

2. Cronin J, Smith J, Gleim M. 2011.Green marketing strategies: an examination of stakeholders and the opportunities they present -Journal of the Academy of Marketing Science.- New York, NY: Springer Science + Business Media LLC, - Vol. 39.2011, 1, p. 158-174

3. Engaging tomorrows consumer, Published by World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2013

4. Global 100 index , Available at: <http://global100.org/global-100-index/> (Accessed 19/04/2014)

5. DJSI ANNUAL REVIEW 2013 - RESULTS, Available at: <http://www.sustainability-indices.com/review/annual-review-2013.jsp>

6. Ottman J. 2011.The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding, Berrett-Koehler Publishers, 256 p.

7. Makower J.,Green Marketing Is Over. Let's Move On (May 16, 2011) Available at: <http://www.greenbiz.com/blog/2011/05/16/green-marketing-over-lets-move?page=full> (Accessed 19.04.2014)

8. Sharma Y., Changing consumer behaviour with respect to green marketing – a case study of consumer durables and retailing. - ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research Vol.1 Issue 4, August 2011, p152-162

9. Singak R., Garg A., Green Marketing: challenges and opportunities -International Journal of Innovations in Engineering and Technology (IJIET) Vol. 2 Issue 1 February 2013

10. Sustainable Consumption: Stakeholder Perspectives, Published by World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2013
11. The 2013 A GlobeScan/SustainAbility Survey, Available at: http://www.yontemresearch.com/download/2013_Sustainability_Leaders_GlobeScan_28April2013.pdf
12. Ward S. Green Marketing -About.com, Available at: <http://sbinfocanada.about.com/od/marketing/g/greenmarketing.htm> (Accessed 19.04.2014)

М. В. Рыбина

СПбГЭУ, программа «Финансовый менеджмент, учет и управление рисками»
к.э.н., Пучкова М.В.

RECENT TREND IN GLOBAL CAPITAL FLOW

В данной статье рассматривается проблема движения капитала из развивающихся стран в настоящее время. Особое внимание уделяется вопросу влияния сворачивания программы количественного смягчения США на макроэкономику этих стран и на поведение инвесторов. Показано, что не только монетарная политика США играет роль в оттоке капитала с развивающихся рынков, но также и внутренняя политика государств.

This article is devoted to the recent problem of capital flows from developing countries. Particular emphasize has been placed on the impact of the US quantitative easing program tapering on macroeconomic situation of these countries and the behavior of the investors. It was indicated, that not only US monetary policy plays role in the capital outflow from emerging markets, but also the internal policies of the states.

Ключевые слова: движение капитала, сворачивание QE3, макроэкономика, развивающиеся страны.

Key words: capital flow, QE3 tapering, macroeconomics, emerging countries

During the 2013 and the Q1 2014 international capital flows faced the increased volatility becoming the great long-term challenge to the global economy, especially emerging markets. Bond, mutual and exchange traded funds increased their role in the international finance markets making investors more risk-sensitive and jumpy.

It all started with the global financial crises and recessions of 2007-09, with the consequence of squeezing on credit in the economies. To prevent further downturn developed countries implemented special monetary policy which is known as quantitative easing. The most influential ones were the large sets of bond purchases by Federal Reserve (QE1, QE2 and QE3). As the result the Federal Funds interest rate slumped from 5% in 2007 to 0.25% in 2009 stimulating borrowings for the further economic growth.

Developing countries experienced the boom in private capital inflows reaching 12% of their GDP in the 2003-2007. The number dramatically plunged to the negative value in the mid 2008, but returned to the pre-crisis meaning in 2009. The decrease of the Federal Funds rate allowed the emerging countries to repatriate their capital from western countries and at the same time US mutual and institutional funds preferred to buy overseas securities in chase of high returns.

Though the fluctuations in the capital movements in and out of the emerging countries have always existed, the announcement of the Fed Chairman Bernanke concerning the reduction and ending of the QE3 program led to the sharp reversal of capital inflows lasting till now. Before the “Tapering Talk”, the emerging markets experienced another peak of capital inflows in January 2013 (about 8% of GDP). Close to May investors started to react on the improved US economic performance, by withdrawing funds from developing countries. And the collapse happened after Bernanke comments of asset purchase tapering: the investors overreacted over the expectations of the reduction in monetary accommodation, and the trend of capital flight from developing countries took place in the world’s financial market.

Such a reaction had a negative impact on emerging markets. It caused currency depreciation, especially in a “fragile five” countries, the term coined by Morgan Stanley to replace the BRICS classification. “Fragile five” includes Brazil, India, Indonesia, South Africa and Turkey and they form the group of countries with the fast growing markets, dependent from the foreign investments, with the high inflation, growing current-account deficits and weak growth, which cause high market and currency risks. The Russian ruble, Argentine peso, Turkish lira and other currencies dropped in January 2014 and it immediately reflected on the developed countries stock exchanges as well: many companies involved in business in emerging countries. The outflow from emerging countries in the Q1 2014 has already surpassed the whole of 2013; developed markets have become the new favorite for global capital.

The question is: does only US monetary policy cause the cutback of the capital flow also known as sudden stops?

International finance researches assert that external factors such as tapering are just the one side of the problem. Other reasons for this situation lie in the internal domestic macroeconomic fundamentals. For instance, investors could be dissatisfied in the growing internal and external imbalances. Usually they use fiscal and current balances to measure this figures. Fiscal deficit, the excess of governments’ expenditures over its income, is the measure for internal imbalance implying the possible increase in public borrowing. Current account deficit indicates that the country consumes more than it produces and assembles negative net foreign asset position with other countries. Such deficits may prejudice the ability of the country to meet the obligations.

Capital outflow right after “taper start” pressured the countries to depreciate their currencies, which caused inflation (thus the Russian ruble depreciated by 8% and the inflation rate since the beginning of 2014 till April already reached 2.3%). In addition, currency depreciations leave countries less able to service debts denominated in foreign currencies.

To fail-safe against further capital flight, some countries like Turkey, India, South Africa, Brazil and Russia resorted to raising their interest rates. But raising interest rates could further reduce growth. It turns out to be vicious circle. For example Turkish Central Bank has recently raised the interest rate by 4.25% to 12%. On the one hand it will increase debt obligation and investors would be attracted by high interest payments. But on the other hand the credit demand would sharply fall and it would lead to business slowdown and recession again. Low credit demand and business decline could push the interest rates downward again and it could cause another period of capital outflow. In this situation government will not abandon the high interest rate policy, but business and consumers would still suffer.

In the May-September period developing countries took also other measures to respond on weak capital inflows: macroeconomic measures such as interventions in currency markets to reduce liquidity risks. Moreover budgets and subsidies were cut and the taxes were raised. This measures are effective only in the short-term.

It goes without saying that foreign investors are responsible for market turmoil. But the capital outflow affected more the emerging countries with more sophisticated and developed financial market. It means that in these countries domestic investors are another important factor of the internal situation. They hold more internationally diversified portfolios, but still follow the trends. If they decide to withdraw funds from developed countries in response of tapering and take an advantage at home that potentially could stabilize the domestic markets. Though if these investors decide to send more money abroad in response to US tapering or other events, this can aggravate the effects of withdrawals of foreign capital.

However to attract investors governments should reform economies by reducing the unemployment rate, implementing fiscal policies and tightening liquidity standards for economic recovery. Emerging countries should also support private and domestic savings, implement better regulations in banking sphere, bond and equity markets.

In other words, emerging countries are still the places of speculative investments, where any occasion can have an impact on the capital inflow. Recent political, economical and social problems sharply decline the capital funds in developing countries, however, giving the opportunity to reconsider their own politics and revise their domestic markets.

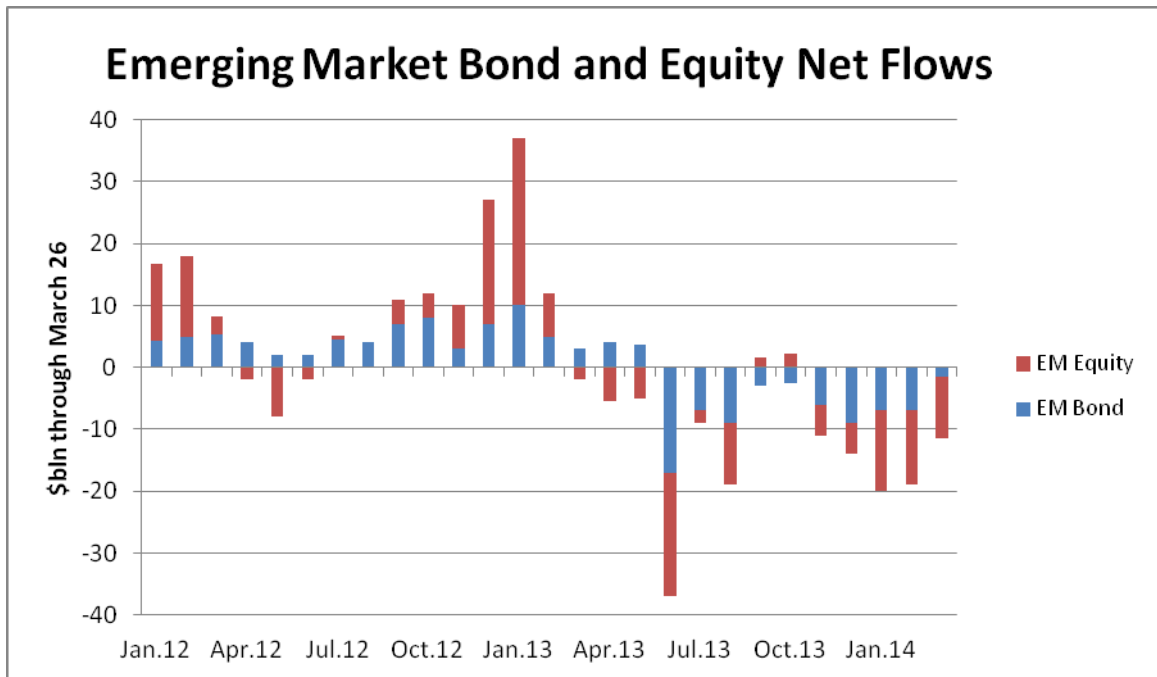


Figure 1

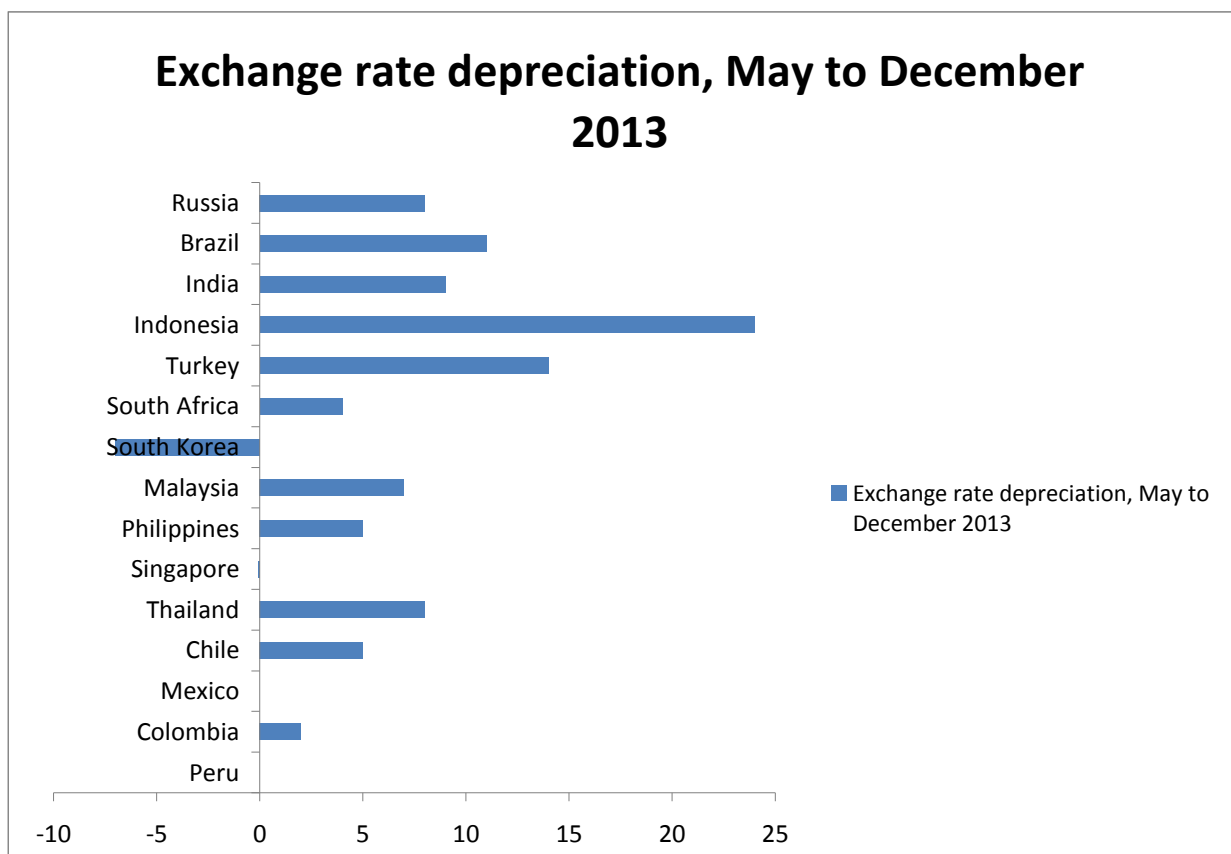


Figure 2

Literature:

1. Bernanke, Ben. Testimony before the Joint Economic Committee, U.S. Congress, Washington, DC, May 22//. "The Economic Outlook." - 2013

2. International Monetary Fund. World Economic Outlook Database. - 2013
3. IIF Research Note. Capital Flows to Emerging Market Economies – January 30, 2014
4. Morgan Stanley Research. “FX Pulse.”- 2013
5. Ahmed S., Zlate A. Capital Flows to Emerging Market Economies: A Brave New World?// International Finance Discussion Papers – 2013. - №1081
6. World Bank. Capital flows and risks in developing countries. - 2014

К. А. Обухов

СПбГЭУ, программа «Иновационный менеджмент»

д.п.н., доцент Шагиева Н. М.

INTELLECTUAL CAPITAL AND ITS ELEMENTS

Основой современного этапа развития мировой экономики являются знания и интеллектуальный капитал. Интеллектуальный капитал может отражать до 90 процентов стоимости компаний. В данной работе рассмотрена структура, элементы интеллектуального капитала, и их особенности.

The knowledge and intellectual capital is the core of the modern economy development. Intellectual capital might represent ninety percent of the value of the company. This article focuses on the structure of intellectual capital, its elements and their specific features.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, человеческий капитал, знания

Key words: intellectual capital, human capital, knowledge

The knowledge has been a tremendous accelerator of economic and social progress and is the foundation of the new economy we are embracing today. Over the past few decades, intangible assets, such as knowledge, patents, and trademarks, have been identified as fundamental sources of wealth and progress [2, p. 1]. Just three decades ago the tangible value of a company, its infrastructure, property and equipment, was closely related to the company's market value. And today the tangible assets may represent as little as ten percent of the market value of a company. This difference in value between the tangible assets and the market value represents the importance of the intangible assets. These intangible assets are much harder to determine, harder still to quantify into a value and therefore are almost never reported.

Many people define the intangible assets of a company as its intellectual capital. Intellectual capital is pretty sophisticated and complex thing as it includes a lot of interconnected elements that work together to produce the value for the company. To make it simple, those elements can be subdivided into four broad categories or capitals [1, p. 20]:

1. Human capital. Human capital is the employees' capability and potential to provide value. This implies several important points. The employees own or control this capital and the company does not. This capital represents a capability and a potential which means it does not have a value in of itself. An employee can be a genius with 20 years experience and still not help the company make a dollar. The employee, like all resources, is a potential value for the company. When used correctly, this value becomes an asset for the company, a profit maker. If a capability or potential is never used, it has no value. Knowledge can be tacit, implicit, explicit or codified. In the context of human capital, this means the knowledge available for the company lies within the employee herself as tacit knowledge. The employee is the key in making that knowledge valuable to the company.

Human capital includes: attitudes, training, education, abilities, talents, stability, experience, know-how, expertise, genetic inheritance, creative and problem solving capability, leadership, managerial skills, and competence.

2. Structural capital. Structural capital is the capability and potential to provide value through the sum of the company's processes. A process here can be defined as a collection of activities that takes one or more inputs and creates an output that is of value.

While the employees own or control human capital, the company controls the structural capital. While it may be difficult to see how a company can control intangible items such as strategy, routines, or an operating philosophy, it might be easier if one simply considers that it does not leave the building every night as human capital does. Structural capital also represents a capability and a potential value for the company, i.e., it does not provide a value to the company by itself.

Structural capital includes: processes, procedures, information systems, access to information, computer systems, data bases, communication systems, E-mail, web sites, teleconferencing abilities, culture, strategy, methods of managing a sales force, and plans, etc.

3. Relational capital. Relational capital is knowledge of, and relationships with, the company's network of associates and customers, which leads to loyalty and potential profitability. Various authors label this third type of intellectual capital as customer capital, relational capital or market assets. It represents the way the company uses to communicate and interact with its customers, business partners and outside world in general

Relational capital includes: company name, brands, image, databases, customer loyalty, customer satisfaction, customer base, customer preferences, franchise agreements, longevity, backlog of orders, efficiency, distribution channels, target marketing, licensing agreements, industry associations, market position, company reputation, contracts, personnel service agreements, innovation processes, confidential disclosure agreements, etc.

4. Intellectual property. Intellectual property is an intellectual asset protected by law. Intellectual property deserves a separate division of intellectual capital for several reasons. Intellectual assets are tangible. They can be measured, bought and sold. Intellectual assets are currently protected by law and it's possible to count the number of patents or trademarks a company owns. The cost to maintain a patent is included in standard accounting procedures. Patents themselves are a part of a standard audit though often listed as an expense and not an asset.

Intellectual property includes: licenses, patents, copyrights, trademarks, service marks, design rights, trade secrets, research papers, etc.

Now when we have a better understanding of what intellectual capital is we can take a look at its specific features [3, p. 45]:

- Intellectual assets are non rival assets. Unlike physical assets which can only be used for doing one thing at a time, intellectual assets can be multiplexed. For example, a customer support system can provide support to thousands of customers at the same time. It is this ability to scale with need that makes intellectual assets far more superior to physical assets;

- Human capital and relational capital cannot be owned, but have to be shared with employees and suppliers and customers. Growing this kind of capital therefore requires careful nurturing;

- Structural capital is an intangible asset that can be owned and controlled by managers. However, it cannot be traded easily since no markets exist for this purpose. Moreover, customers do not care about the structural capital of their suppliers since everyone likes dealing directly with real human beings rather than with systems;

- Structural capital, in the form of just-in-time procurement processes and real time inventory control systems can be substituted for expensive capital expenditure such as storage warehouses. Hence the knowledge economy has opened up opportunities for every company to explore whether inexpensive intangible assets can do the work of costly physical assets;

- Companies that leverage their intellectual capital to do knowledge work are able to generate higher margin of profits than those who provide mass-produced solutions;

- Human, structural and relational capital often works together in judicious combinations to give rise to core competencies that assume strategic significance. Hence it is not enough to invest in people, systems and customers separately, but in combinations that produce end value.

In conclusion, intellectual capital of a company is the sum of its human capital, structural capital, relational capital and intellectual property. These assets form a source of distinct competitive advantage and distinguish the perfor-

mance of one company from the other. Management efforts therefore have to focus on the knowledge resources and their use. Intangibles and how they contribute to value creation have to be appreciated so that the appropriate decisions can be made to protect and enhance them.

Literature:

1. Lin C.Y., Edvinsson L. National Intellectual Capital: A Comparison of 40 Countries. New York: Springer, 2011. – 392 p.
2. Arapostathis S., Dutfield G. Knowledge Management and Intellectual Property: Concepts, Actors and Practices from the Past to the Present. – Northampton: Edward Elgar Pub, 2013. – 328 p.
3. Ricceri F. Intellectual Capital and Knowledge Management: Strategic Management of Knowledge Resources. – New York: Routledge, 2011. – 224 p.

СЕКЦИЯ 3. CONTEMPORARY PROBLEMS AND PROSPECTS OF MARKETING AND BRANDING IN THE SPATIAL ECONOMY

А. А. Гусев

Сибирский федеральный университет,
программа «Международный менеджмент»
к.э.н., доцент Суслов Д.Н.

ФОРМИРОВАНИЕ И ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК РИТЕЙЛЕРА. НЕДОСТАТКИ МАТРИЧНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ ПОРТФЕЛЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК

В статье рассматривается современный инструмент розничных сетей – портфель собственных торговых марок. Рассматривается процесс формирования портфеля СТМ, а также процесс планирования портфельной стратегии с помощью матричных методов.

This article discusses modern retailers tool - a portfolio of private labels. We show the process of building a portfolio of private label and the planning process of portfolio strategy using matrix methods.

Ключевые слова: собственная торговая марка, ритейлер, стратегическое планирование.

Key words: private label, retail, strategic planning.

Начиная с начала двухтысячных годов, наблюдается активное освоение локальных рынков ритейлерскими сетями формата FMCG (fast moving consumer goods, товары повседневного спроса). Формировались как федеральные российские ритейлерские группы – X5 Group («Пятёрочка», «Перекрёсток», «Карусель», «Копейка») так и зарубежные - Auchan Groupe, Metro AG, Рамстор. На локальных рынках зарождались и свои розничные сети. В Красноярском крае, например, таковыми являются: «Командор», «Красный яр», «Каравай».

Жесткая рыночная конкуренция заставляет регулярно пересматривать свои стратегии многие розничные сети и адаптировать их к ситуативному окружению для увеличения прибыли. Одним из ключевых подходов к решению данной проблемы является создание портфелей собственных торговых марок (СТМ). Формирования СТМ позволяет экономить сети на рекламных издержках. По этой причине некоторая группа СТМ ниже по цене своих конкурентов в товарной группе в среднем на 10-30%. Другой привлекательной возможностью СТМ является возможность посредством СТМ формировать лояльность к сети, к родительскому бренду.

Федеральные розничные сети успешно адаптируют международный опыт ведения портфельных стратегий. Среди российских ритейлеров портфели СТМ имеют: «Лента» - более 6 СТМ в портфеле, ОКЕЙ – более 7 СТМ, «Ашан» - более 24, «Метро» - 6. Иная ситуация сформировалась на локальных рынках. Большинство розничных сетей в Сибири, за исключением федеральных, на данный момент, не имеют портфелей собственных торговых марок, либо в их портфеле содержится не более одной СТМ, которая была бессистемно сформирована.

В данной статье мы предлагаем рассмотреть методы формирования портфелей СТМ, а также предложить алгоритм диверсификации портфелей на локальных рынках, рассмотреть недостатки матричных методов при оценке состояния портфеля.

Мы считаем, что как правило, импульсом для формирования портфеля на локальных рынках является желание розничной сети обозначить на полках собственное производство. Розничные сети не учитывают, что для формирования успешной стратегии необходимо разработать четкий план, в котором были бы отражены сроки по входу в портфель новых СТМ. Мы считаем также, что на начальном этапе формирования портфеля необходимо отстраняться от родительского бренда во избежание в случае ошибок негативного синергетического эффекта. *Ведь лояльность – ключевой актив марочного капитала.* [1, с. 363] Мы также рекомендуем параллельно рассматривать процесс расширения портфеля. Предлагаем ниже ознакомиться с этим процессом более подробно.

Рассматривая процесс диверсификации портфеля необходимо понять какого рода СТМ пополнит портфель. Для этого, на наш взгляд, следует ответить на следующие вопросы: каково предназначение будущей СТМ? Не нарушит ли портфельный баланс внедрение новой СТМ?

Существует немало способов оценки состояния портфеля – метод оценки марочного портфеля по модели Аакера, метод оптимизации портфеля собственных торговых марок на макроуровне Кумара и другие.[2, с.426]

Однако до сих пор наиболее распространенным методом стратегического планирования в ритейле остаются матричные методы. Самый известный из них – матрица Бостонской консалтинговой группы. Встречается немало и других матричных моделей – матрица Мак-Кинси, матрица Шелл и прочие. Мы считаем, что для того, чтобы ответить на вопрос - каково предназначение будущей СТМ необходимо, на наш взгляд, применить более глубокий анализ.

Основой всех матричных методов является разделение всех стратегических бизнес единиц по ряду показателей. Благодаря матричным методам можно сегментировать СТМ в портфеле и оценить роль каждой отдельной СТМ по различным параметрам. Например, матрица БКГ помогает сегментировать СТМ по доли рынка и темпу роста.

Несмотря на это у матричных методов есть ряд существенных недостатков. Самый главный из них – ограниченность моделей. *Многие модели не учитывают ряд столь важных факторов для портфелей СТМ как: финансовые ресурсы, ноу-хау в области маркетинга и распределительную сеть.* [3, с. 695] Например, существенным недостатком матрицы БКГ в рамках заданных условий является допущение, что доля рынка связана с прибыльностью СТМ. Ведь доля СТМ на рынке - результат, достигнутый в определенных условиях, которые в будущем могут измениться. Это означает, что лидерство СТМ в перспективе – спорный аспект. Рассматривая с позиции темпа роста рынка можно отметить, что и этот фактор носит двоякий характер. В условиях освоения нового рынка товаров передовая продукция со временем может потерять лидирующие позиции. Мы считаем, что использование матриц для оценки портфеля СТМ мера необходимая, но недостаточная.

Для того чтобы оценить результаты, полученные с помощью матричных методов необходимо, на наш взгляд провести дополнительный многофакторный анализ.

Анализируя портфель с помощью матричных методов и дополнительных исследований, можно сформировать следующие выводы: матричные методы в классическом представлении дают исследователю лишь общее представление о состоянии портфеля. Существенный недостаток моделей - их ограниченность. Однако матричные методы формируют хороший фундамент для последующего анализа, являясь всего лишь первичным звеном в исследованиях.

Многофакторный анализ позволит ответить на многие, волнующие исследователя вопросы, такие как: причинно-следственная связь нахождения СТМ в определенной ситуации, перспективы СТМ в портфеле. Обратим внимание на способы анализа.

В данной статье мы предлагаем более подробно рассмотреть все сформировавшиеся группы, полученные с помощью матричных методов, для установления причинно-следственной связи положения СТМ. Рекомендуем начать свое исследование с проведения товарно-ценового анализа, с помощью которого можно будет оценить: произошли ли изменения по отношению к конкурентам – товарам производителям. Например, дифференциация цены между бюджетной СТМ портфеля и ее конкурентом-товаром-производителем изменилась в меньшую сторону. Другим фактором может служить различные жизненные циклы СТМ и бренда-производителя. Причиной появления «звезды» (обозначение из матрицы Бостонской Консалтинговой группы) в портфеле может, например, стать переход основного бренда-конкурента на иную стадию - стадию спада. Важным фактором является и мерчандайзинг. Недостаточно активное выделение СТМ может привести к неблагоприятным результатам продаж,

так как попросту СТМ не будет должным образом замечена покупателем. Подобный анализ следует проводить для всех групп. Конкретными решениями, на наш взгляд, могут стать ряд специальных стратегических и тактических мероприятий. Например, решением по продвижению СТМ, с низкой ценовой дифференциацией по отношению к бренду-конкуренту, может стать проведение акции, изменения приоритетов в выкладке. Если проблемой является недостаточная осведомленность покупателя об СТМ, то необходимо тщательно пересмотреть подходы мерчандайзинга к СТМ - ведь СТМ обладает определенными привилегиями в выкладке по отношению к конкурентам товарам производителей.

Литература:

1. Жданова Т.С. Собственная торговая марка в российских условиях. // Бренд-менеджмент. -2008. - №6 – С. 363-364.
2. Старов А.В. Монография. Управление собственными торговыми марками розничных сетей. – 2013. – С.426-427.
3. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия. – 2001. – С.695-700.

Е. В. Золотарева

ФУ при Правительстве РФ, программа «Финансовый маркетинг»

к.э.н., доцент Тюрин Д. В.

НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТА

Маркетинговый аудит, в сущности, это поиск ответа на вопрос: есть ли перспективы у данного предприятия или компании на рынке. Однако не все осознают преимущества данного подхода к ведению бизнеса, поэтому для России комплексный маркетинговый аудит – относительно новое направление.

Marketing audit, in essence, is the search for an answer to the question: are there any prospects of this company or firm in the market. However, not all are aware of the advantages of this approach to business, so comprehensive marketing audit is a relatively new trend in Russia.

Ключевые слова: маркетинговый аудит, внешняя маркетинговая среда, внутренняя маркетинговая среда

Key words: marketing audit, external marketing environment, internal marketing environment

Представленная тема весьма актуальна для современной России. Уже завершён процесс становления маркетинга в стране, практически в каждой компании существует система маркетинга, многие маркетинговые службы превратились в многочисленные и многофункциональные подразделения, решающие сложные стратегические и операционные задачи. И

все чаще перед руководством и топ-менеджерами компаний встает проблема оценки эффективности маркетинговой деятельности, проведения ревизии служб маркетинга, понимания их потенциала и уровня адекватности требованиям рынка.

«Маркетинговый аудит – это систематическое, независимое и регулярное изучение среды, целей, стратегий и деятельности компании с целью определения проблем и возможностей, а также с целью разработки предложений по составлению плана действий, направленных на повышение эффективности маркетинга компании» [2, с. 126].

Потребность в маркетинговом аудите не очевидна руководителю, пока дела у компании идут нормально. Когда же начинают уменьшаться объемы сбыта, снижается прибыль, теряются доли рынка, руководитель осознает необходимость его проведения.

Маркетинговый аудит – относительно новое для нашей страны направление маркетинга, однако активно развивающееся, особенно в последние годы. Во многом кризисные явления, происходящие в экономике, поспособствовали тому, что руководители компаний вынуждены были оптимизировать свои трудовые и финансовые ресурсы. Сейчас собственники компаний все чаще приходят к пониманию необходимости принятия взвешенных решений на основе маркетинговой информации и рекомендаций, а потому стремятся перевести деятельность исполнителей маркетинговых структур в область управления и стратегического развития. Данные усилия требуют четкого понимания уровня профессионализма маркетологов, оптимизации существующих маркетинговых бизнес-процессов в компании, налаженности взаимодействия между ее подразделениями в части сбора и обработки информации о внешней и внутренней среде, а также способности менеджеров по маркетингу разрабатывать адекватные рекомендации по улучшению деятельности компании, максимизации получаемой прибыли.

Особенностью маркетингового аудита является его одинаковая применимость как к действующим предприятиям или компаниям, к уже существующим видам бизнеса, так и к новым проектам. При этом не важно, идет ли речь о крупном или мелком бизнесе.

Комплексный маркетинговый аудит может быть реализован шестью способами [1, с.17]:

- проведение аудита сотрудниками или руководителем службы маркетинга (самоаудит),
- проведение аудита вышестоящими подразделениями или организациями,
- проведение аудита специальным аудиторским подразделением,
- проведение аудита специальной группой из представителей разных подразделений,

- проведение аудита внешней консалтинговой компанией в области маркетингового аудита (внешний аудит),
- проверка различными подразделениями друг друга (перекрестный аудит).

Для того чтобы аудит был максимально эффективным, он должен соответствовать следующим четырем характеристикам [3]: всеобъемлемость, систематичность, независимость и периодичность.

Комплексный маркетинговый аудит обязательно должен включать в себя анализ двух следующих направлений: внешней и внутренней маркетинговой среды.

Внешняя маркетинговая среда предприятия включает в себя макросреду (технологические, экономические, политические и социокультурные факторы) и микросреду (конкуренты, поставщики, дилеры, СМИ, общественные организации и др.), чаще всего для оценки внешней среды используются PEST-анализ и пятифакторная модель конкуренции Портера.

Аудит внутренней среды представляет собой анализ маркетинговой деятельности внутри организации по всем бизнес-процессам, формам отчетности, а также включает оценку персонала. Внутренняя маркетинговая среда может оцениваться с применением следующих инструментов: матрицы BCG, GE/McKinsey, Shell/DPM, ABC-анализа, метода Дибба-Симкина, моделей SERVQUAL и RATER и т.д.

Для обобщения всех полученных в ходе исследования выводов обычно используется SWOT-анализ, на основе которого в дальнейшем разрабатываются рекомендации мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности.

В целом маркетинговый аудит призван продемонстрировать руководству компании, потенциальному инвестору или партнеру общую хозяйственную конъюнктуру, рыночный потенциал, эффективность средств продвижения продукта, сравнительные конкурентные преимущества самой компании.

Причина, по которой тормозится развитие данного направления в нашей стране, а руководство и топ-менеджмент многих компаний не слишком приветствуют его проведение, весьма прозаична: такой аудит легко может выявить просчеты в управлении бизнесом, ответственность за которые обязано нести руководство предприятия или компании. По этой же причине не все аспекты деятельности компании подвергаются одинаково тщательной проверке. Нередко маркетинговый аудит вообще носит откровенно «показушный» характер, является неполным и некомплексным. Это связано или с отсутствием необходимых сотрудников для данной работы, или с недостаточной их квалификацией, или с непрофессионализмом аудиторов, привлеченных со стороны.

Но, даже осознав преимущества маркетингового подхода к ведению бизнеса, далеко не все руководители, желающие идти в ногу со временем, успешно справляются с задачей эффективного управления. Причина такой ситуации – недостаток информации о том, насколько качественно и эффективно функционируют в компании подразделения маркетинга и сбыта.

Как не существует универсального лекарства от всех болезней, так в бизнесе не существует универсального средства достижения успеха. Успех скопировать невозможно, потому что каждая компания уникальна, у каждой компании свои преимущества, недостатки, цели и возможности, в конце концов — свои кадры.

Для того чтобы двигаться к своей цели (а у каждой компании собственная жизнь и собственные цели), необходимо определить, что представляет собой эта компания и что она может, выбрать направление и способ движения.

Литература:

1. Тюрин Д.В. Маркетинговый аудит: как его организовать и правильно провести – М.: ИНФРА-М, 2012. – 251 с. – (Высшее образование: Магистратура).
2. Котлер Ф., Армстронг Г. и др. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. Изд. – М.; СПб.; К.: Вильямс, 2006.
3. Соловьев В.А., Дрыночкин А.В. Управление маркетинговым процессом. – М.: Восток – Запад, 2010.

О. В. Львова

ИжГТУ им.М.Т. Калашникова, программа «Маркетинг»
к.э.н., доцент Львова Т. Н.

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В КОММУНИКАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ ТОВАРОВ (ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ)

В статье рассматриваются тенденции развития современного мирового рынка и рынка России. Обосновывается неэффективность существующих маркетинговых коммуникаций. Предлагается новая методика создания коммуникаций (латеральный маркетинг) на основе утверждения, что коммуникации являются товаром. Примеры данной методики проиллюстрированы на рынке B2C.

The article examines trends in the development of the modern world market and Russia. Substantiates the ineffectiveness of existing marketing communications. A new method of creating communication (lateral marketing) based on the assertion that communication is a commodity. Examples of this method are illustrated in the B2C market

Ключевые слова: инновации, сдвиг, латеральный маркетинг, вертикальный маркетинг.

Key words: innovation, shift, lateral marketing, vertical marketing.

Мировое хозяйство начала XXI в. всецело основывается на принципах рыночной экономики, интернализации производства и капитала, либерализации экономических отношений, снятии торговых и инвестиционных барьеров, расширение деятельности национальных предприятий за пределы национальных территорий и внутреннего рынка.

Рынок России, как любой национальный рынок является динамической структурой и подвержен постоянным изменениям под воздействием:

- глобализации экономики;
- усиления монополизации рынка;
- обострения конкуренции;
- усилившейся степени дифференциации товаров.

Для России особенно актуальными эти процессы становятся с вступлением во Всемирную Торговую Организацию (ВТО). ВТО открывает предприятиям доступ к более дешевым импортным комплектующим, сырью, а населению - к более дешевым товарам и услугам. Усиливается действие мировых сетей, приходящих на рынок России, сопровождающих свои товары усиленным коммуникационным воздействием. Становится достаточно тяжело заставить потребителей купить именно товар российского производителя среди многообразия товаров конкурентов. Как отмечает Ф. Котлер: «становится все тяжелее и тяжелее продавать товар и выделяться на рынке» [1].

По результатам проведенных социологических исследований, отмечено, что на Российском рынке проявляется неэффективное коммуникационное воздействие на участников рынка: потребителей, производителей, посредников, конкурентов. Отношение потребителей к рекламе по-прежнему оценивается чаще всего как "примитивная" (17%), "навязчивая" (20,6%). Очень редко она оценивается как "осторожная" (2,7%), "объективная" (1,9%), "профессиональная" (3,9%). От 20 до 30% содержания рекламы любого типа понимается неверно (в частности, по телевидению от 28 до 30% сообщений), в печатной рекламе - 20%. Показатель неправильного понимания рекламы выше среди пожилых и менее образованных людей. Так же с возрастом наблюдается тенденция снижения числа покупок под воздействием рекламы и положительного отношения к рекламе в целом (рисунок 1).

Отношение молодежи к рекламе является довольно противоречивым. Свое отношение к рекламе в средствах массовой информации назвали равнодушным 48 % опрошенных респондентов и положительным 29,3%. С другой стороны, более трети опрошенных (41,3%) считают ее вредной для психики и здоровья, а 20% оценили свое отношение к рекламе как негативное [2,3,4,5].

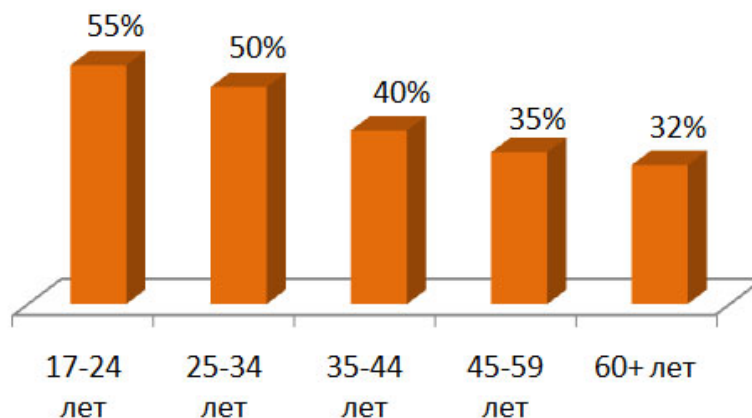


Рисунок 1. Динамика положительного восприятия рекламы

На наш взгляд, необходимы новые направления коммуникационного сопровождения товара, наиболее действенным среди которых может быть инновационный.

Инновации присутствуют во всех сферах жизни общества. Одной из таких сфер являются коммуникации, именно коммуникации помогают выбрать и получить необходимые сведения о товаре. В сфере коммуникаций новизна информации давно уже стала товаром, прежде всего для того, чтобы предприятию можно было оставаться конкурентоспособным и иметь определенные преимущества перед другими. Рассматривая коммуникации как товар, позволим себе применить последние направления к разработке товаров в отношении маркетинговых коммуникаций. Для определения наиболее подходящего варианта маркетинга (вертикального и латерального), который целесообразно использовать в коммуникационном сопровождении товара произведем их сравнение (таблица 1).

Таблица 1

Отличия вертикального и латерального маркетинга

Вертикальный маркетинг	Латеральный маркетинг
Более подходит для недавно образовавшихся рынков, находящихся на ранних ступенях развития. Для развития и расширения существующих рынков за счет увеличения разнообразия и превращения потенциальных клиентов в реальных	Более подходит для зрелых рынков, рост которых прекратился. Для создания совершенно новых рынков или категории, слияния разных типов бизнеса, достижения целей, которых нельзя было бы достичь с имеющимся продуктом, и нахождения новых способов использования
В рамках философии бизнеса, ориентированной на минимизацию риска	В рамках философии бизнеса, допускающей определенный риск
При ограниченных ресурсах	При наличии свободных ресурсов или в случае, когда компания готова инвестировать средства и ждать

Окончание табл. 1

Вертикальный маркетинг	Латеральный маркетинг
Когда нужно гарантировать стабильный рост, хотя бы и небольшой	Когда мы стремимся к значительному росту
Для защиты рынка посредством увеличения числа брендов (что делает рынок менее привлекательным для новых игроков)	Для атаки на смежные рынки со стороны, внешней по отношению к пол» соперничества прямых конкурентов
Для инноваций в пределах нашей миссии с сохранением прежних целей задач бизнеса	Для переопределения миссии и поиска других рынков

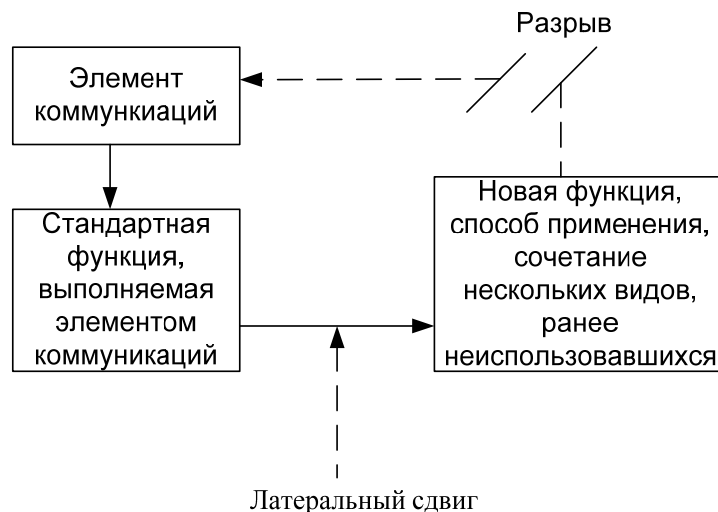


Рисунок 2. Генерация разрыва

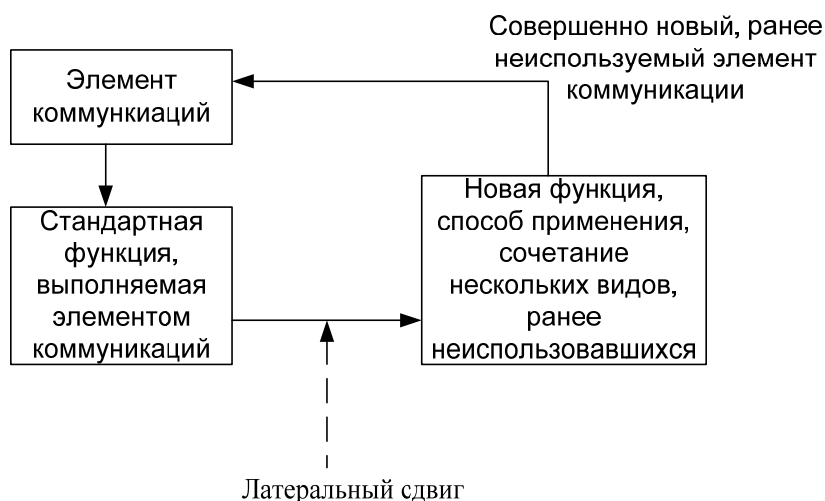


Рисунок 3. Осуществление латерального сдвига

На данный момент рынок перенасыщен товарами и коммуникациями, созданными путем применения вертикального маркетинга, а латеральный маркетинг еще не утратил своей новизны и способности привлечь

внимания. Таким образом, путем применения методики латерального маркетинга можно создать новые направления коммуникационного сопровождения товара. Осуществление методики латерального маркетинга осуществляется в два этапа: генерация разрыва (рисунок 2) и осуществление латерального сдвига (рисунок 3).

Любые товары и коммуникации в первую очередь направлены на удовлетворения разного уровня потребностей человека. Так, например, потребности высшего уровня – любовь, признания, самовыражение, могут найти отражения и в коммуникациях. Проиллюстрируем проявления вышеперечисленных потребностей и их осуществление с помощью создания новых коммуникаций путем латерального сдвига на примере ОАО «Ижевский хлебозавод №3» (таблица 2), что будет являться одним из новых направлений коммуникационного сопровождения продукции на рынке В2С.

Таблица 2

**Применение концепции латерального маркетинга к коммуникациям
ОАО «Ижевский хлебозавод №3»**

Маркетинговая коммуникация	Ее применение	Генерация разрыва	Латеральный сдвиг	Результат
Стимулирование сбыта (раздача листовок с описанием новой продукции)	Применяется для продвижения вводимых на рынок товаров	Создать листовку, которая бы наиболее полно могла передать потенциальным покупателям характеристики товара	Разработка листовки, получив которую можно не только посмотреть, но и продегустировать предлагаемую продукцию	Листовка с пробником товара (кусочком хлеба, сухарем)
Связи с общественностью (создание имиджа предприятия, заботящегося о детях)	Применяется для создания благоприятного имиджа компании и увеличения продаж в определенном сегменте	Создать обучающий товар для детей, с которым бы было огромное желание заниматься	Товар, который может удовлетворять две потребности ребенка: игра + обучение, вознаграждение за труд	Детские пирожные в виде кубиков с алфавитом
Брендинг (создание новой товаров, ранее не существовавшей на рынке)	Создание нового товара и нового сегмента потребителей	Создать товар, который бы выражал чувство любви не стандартным способом	Цветы, которые можно подарить и тем самым показать свою оригинальность и уникальность	Букет из съедобных марципановых цветов

Литература:

1. Котлер Ф. Маркетинг XXI в./Пер. с англ. под ред. Т.Р.Теор.-Спб.: Издательский дом «Нева», 2005.-432 с.
2. Лебедев А.Н., Боковиков А.К. Влияние ролевой установки на экономическое поведение российских потребителей // Вопр. психол. 2014. № 3. С. 46 – 52
3. <http://reklamist.com.ua/issledovanie-otnoshenie-rossiyan-k-rek-12757/> (дата обращения 2.04.2014)
4. Афанасьева, Ю. Л. Влияние рекламы на потребительское поведение молодежи / Ю. Л. Афанасьева // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2013. – № 1 (9). – С. 44–51.
5. http://referatwork.ru/osnovi_reklami/section-7-6.html (дата обращения 3.04.2014)

E. I. Matkevich

SPbSUE, program “Marketing”

Ass. Prof., Ph.D Domnin V. N.

EVALUATING OF PLACE BRANDING EFFECTIVENESS

В представленной статье рассматривается актуальность брендинга территории, необходимость оценки экономической и социальной эффективности брендинга территории, а также на примере бренда города Ижевска приводятся расчеты оценки бренда доходным, сравнительным методами и методом структурного анализа доходной части бюджета.

This article is devoted to the issues of importance of place branding effectiveness and estimating of place branding effectiveness. The author is describing two kinds of effectiveness: economic one and social one. She uses the example of brand “Izhevsk” to evaluate it with the help of profitable, comparative methods and the structural analysis of budget revenues.

Ключевые слова: брендинг территории, оценка стоимости бренда, эффективность брендинга территории.

Key words: place branding, brand evaluation, place branding effectiveness.

Place branding activity is getting more and more popular and important every day. This theme is interesting for both local authorities and the population itself. Place branding is necessary, first of all, for the development of area potential and of the quality of life, and for the creation of positive image of the city. The wide interest to place branding tells us about final recognition of the benefits of implementing strategies of resource, reputation and image management. Examples of the development of cities such as Edinburgh (“inspiring capital of Scotland”), New York (“I love New York”), the small British cities (Liverpool, Margate) confirm the benefit of marketing places campaigns and inspire many politicians to make large changes in their cities.

Proper application of brand strategies can increase city or region revenues

in such economic sectors as tourism, education, consumption, health care, as well as it can attract additional investment. At the same time, branding means some costs. This fact proves the necessity to evaluate its effectiveness.

The main objectives of evaluating the effectiveness of branding are the following:

- to prove the ultimate success / failure of the project;
- to coordinate the activity of the key stakeholders of the project: businessmen, sponsors, administration, active residents;
- to plan budget and cost;
- to compare the development of the different projects and to follow the dynamics of the main indicators of the territory;
- to make management decisions.

According to Denis Vizgalov, criteria of place branding efficiency are set with respect to the tasks of this activity [2]. However, the brand is an intangible asset, so there are certain standards and approaches to evaluate it.

Russian authors of the articles on branding territory: Domnin V.N., Yuldasheva O.U., Nikiforova S.V., Nikiforova G.Y. and N.S. Tikhonov [4,8,9] reveal two main kinds of place assessment efficiency:

1. Communicative efficiency (includes indicators of the dynamics of brand recognition of the city, the ratio of target consumers to the brand of the city, the city brand memorability, knowledge of the competitive advantages of the city, etc.)

2. Economic efficiency (includes costs on branding, revenues from the project realization, the growth of city budget revenues).

Due to the fact that there is no universal methodology for evaluating the effectiveness of place branding, we can make calculations based on the intangible nature of the brand and the economic nature of the place brand.

Thus, place branding is considered to be effective when the brand contribution leads to the growth of city budget revenues.

So, we have tried to show the possibility to count the value of the brand of a Russian city Izhevsk with the help of two methods: comparative and profitable.

The comparative method is a rapid assessment of brand value. It includes comparison of the place brand with the brand-analog, comparable in various characteristics. Profitable method is more objective than comparative one, because it counts the expected revenues from the use of the brand and uses a more detailed and accurate count.

In addition, there are so-called score methods, when symbolic brand equity is evaluated. For place branding the most well-known score method is a method of Brand Finance company, based on the principle of discounting of future profits, the discount rate is calculated taking into account the strength of a na-

tional brand. For example, in 2013, the brand value of Russia, according to the company, amounted to 1257 billion dollars. [1]

The results of the analysis of two methods showed that the figure of the Izhevsk brand value, obtained with the help of profitable method is 25% less than the figure obtained by the comparative method. This difference can be explained by the low growth of predicted budget revenues of Izhevsk, also the authorities have planned revenue decline in 2014 and 2015 in comparison to previous periods. If we talk about the structure of the city budget, it consists almost equally of subsidy payments and tax revenues.

At the end of the day, we should understand that brand value, calculated with the help of those methods should be considered with other indicators of place branding effectiveness.

Literature:

1. Brand Finance Nation Brands. The Annual Report on Nation Brands. // Corporate web-site «Brand Finance plc» // Brandfinance.com [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.brandfinance.com/images/upload/brand_finance_nation_brands_2013.pdf, free. – Title from screen. 01.03.2014.

2. Denis Vizgalov. Branding city. [Text] - M.: Foundation "The Institute of the city's economy", 2011. – 160 p.

3. Report on the situation in the economy, finance and banking, and social spheres of the Russian Federation in January-December 2013 (according to the January 30, 2014) // Ministry for Regional Development of the Russian Federation [electronic resource]. – Mode of access: Ministry of Regional Development of Russia: Documents <http://www.min-region.ru/uploads/attachment/6e5a954d-ebc2-4ccf-b73a-2a7bb57d6557.pdf>, free. – Title from the screen. 01.03.2014 .

4. Domnin V.N. Methods of place brand valuation. // Problems of the modern economy. 2014. – № 2.

5. Kossova T.V., Sheluntsova M.A. Social Discount rate in Russia: methodology, evaluation, inter-regional differences. // Economics of contemporary Russia. – 2012. – № 3 (58). – p. 16-27.

6. Report on the implementation of the municipal budget «Izhevsk City» for the 2013 // municipality «City of Izhevsk» [electronic resource]. – Mode of access: Power: Izhevsk Budget: The budget for the citizens. <http://www.izh.ru/i/info/17774.html>

7. Decision of the Izhevsk City Council «On the budget of municipal formation “Izhevsk City” in 2014 and the planning period of 2015 and 2016» № 515 of December 19, 2013

8. Tikhonova N.S. Place Branding and assessment of its efficiency: synopsis of diss. for the degree of PhD: 2007. Electronic library of SPUEF [electronic resource]. – Mode of access: http://elibrary.finec.ru/materials_files/refer/A6692_b.pdf, free. – Title from the screen. 21.04.2014

9. Yuldasheva O.U., Nikiforova S.V., Nikiforova G.Y. Economic evaluation of place brand. // Brand Management. – 2013. – № 3 (70). – p.146-155.

SPbSUE, Marketing master program
Supervisor: Prof. Dr. Bagiev G.L.
Scientific consultant: Prof. Dr. Solovjova J.N.

ECONOMIC ESTIMATION OF THE CORRELATION BETWEEN MARKETING AND SPATIAL INDICATORS

В статье рассмотрено одно из методологических направлений концепции маркетинга пространственного взаимодействия – экономическое оценивание взаимосвязи маркетинговых и пространственных показателей. Представлена классификация и ранжирование данных показателей, сформирована метрика показателей.

In this article the author considers one of methodological aspects of the concept of marketing of spatial interaction, namely, economic estimation of the correlation between marketing and spatial indicators. These indicators were classified and ranged on the base of the results of the expert survey. The metric of marketing and spatial indicators is suggested to be used in practice.

Ключевые слова: концепция маркетинга пространственного взаимодействия, маркетинговые показатели, пространственные показатели, метрика маркетинговых и пространственных показателей.

Key words: concept of marketing of spatial interaction, marketing and spatial indicators, metrics of marketing and spatial indicators.

The basis of the new paradigm of spatial economics was developed by Russian academician A.G. Granberg in 2009 [3]. Contemporary market conditions are not as simple, with the appearance of new means of media and development of virtual space as a key area of marketing interaction, and with growing social differentiation in the regions of Russia and of the whole world. The reason is the necessity of taking into consideration the spatial factors to make business in the region prosperous in the long terms.

This is why marketing should be also regarded including spatial aspects. So there should be further evolution of marketing concepts to develop marketing of spatial interaction. The key objective of this evolution is to organize marketing activity effectively in terms of spatial economics. To reach this goal there several tasks should be performed: to form a base of methodology, theory and terminology of the concept of marketing of spatial interaction, to model marketing interactions including spatial aspects, to study and develop the concept of marketing space, to identify its structure and role in functioning of the other spaces, to develop a model of marketing space and to find consistent patterns within it to create the metrics of marketing and spatial indicators.

The author considers that economic space is a space of relations, which appear in the process of social production and reproduction.

Marketing space can be regarded as combination of social and material objects, which relate to each other in either supporting or acting in marketing processes and making a direct or indirect impact on their results. Marketing

space is considered to perform an integrating function relative to economic subspaces.

Concerning the consistent patterns within marketing space and its role in the functioning of other spaces Professor of marketing of SPbSUE G.L. Bagiev and the author have suggested the hypothesis that there are interrelation and interaction between key marketing and spatial indicators. To prove this idea the author developed an algorithm of economic estimation of the correlation between marketing and spatial indicators, and then used it. Firstly, the algorithm of this method was designed and the data was collected.

Marketing and spatial indicators were selected in steps. In the first step the author made a theoretical analysis, selected 17 key marketing and spatial indicators. A main criterion of selection was availability of official data. Also it was important to characterize several economic subspaces: financial, innovative, technological, investment, commercial, demographical, price.

Then the author collected the data on all regions of Russia in 2011 from the official web-site of Federal State Statistics Service of the Russian Federation. A criterion for the further selection was 2 principles. The first one is that factors mustn't have close correlation to each other. The second principle is that the model must contain only significant factors, which form the result.

This is why in the second step the author carried out a quantitative analysis and created a matrix of pair correlation coefficients. The main marketing indicator was development index of commodities category. This indicator was calculated for the durables: personal computers (PC), mobile phones, cars.

As a result the close correlations between the resulting marketing indicator, a development index of commodities in the PC category (Y) and the following spatial factors were identified:

1. development index of commodities in the mobile phone category – x_1 ,
2. average cash income per capita – x_2 ,
3. level of subsistence minimum of income per capita – x_3 ,
4. share of household consumption expenditure on food and non-alcoholic beverages – x_5 .

The next step was regression analysis which was carried out using Microsoft Excel and SPSS 17.0. The latter is considered to be more reliable, powerful and effective.

SPSS program excluded two indicators average cash expenditures per capita, retail trade turnover from the model on the first stage of the data processing. As they are not substantial and significant for the resulting indicator. Exception of these two factors reflects that development index of commodities in the PC category depends directly on the average cash income per capita, which reflects the life level in the region. And indicator the average cash expenditures per capita reflects the preferences of the households to save or to spend money, so this indicator makes an indirect impact on the result. The same

logic is for the indicator retail trade turnover.

The regression equation was found to be:

$$Y = 0,564 + 0,469x_1 + 0,000009197x_2 + 0,00004234x_3 - 0,017x_5$$

The statistical model of this study and all parameters of the equation can be regarded as reliable and significant because they were checked by calculating multiple regression coefficients, using Fisher's F-test, the Student's t-test for all parameters, and the Durbin–Watson statistic test.

Thus marketing indicator, development index of commodities in the PC category depends on development index of commodities in the mobile phone category, average cash income per capita, level of subsistence minimum income per capita, share of household consumption expenditure on food and non-alcoholic beverages.

The method of estimation of the correlation between marketing and spatial indicators can be considered as a very useful and effective tool for the concept of marketing of spatial interaction. As without using this method it was impossible to consider the existence of correlations between some indicators, for example, between the development index of commodities in the mobile phone category, the level of subsistence minimum income per capita and the development index of commodities in the PC. Also, without using this instrument it is difficult to identify the degree of these correlations, and to determine which spatial indicators have a direct influence on marketing indicators, and which ones have an indirect influence on them.

After it was proven that there is a correlation between marketing and spatial indicators the expert survey was carried out. Its main aim was to classify the indicators and to range them. As a result of the expert survey the metric of marketing and spatial indicators was formed. This metric can be used to analyze the current and future situation on the consumer goods market, identifying hidden opportunities and risks, and also as an instrument for companies' upper management to make effective decisions concerning business regional expansion.

This metric includes the following indicators.

Marketing indicators:

1. Consumers' loyalty.
2. Consumers' satisfaction.
3. Sales profitability.
4. Market share (in terms of money).
5. Clients' profitability.
6. Profitability of marketing investments.
7. Product sampling intensity.
8. Price elasticity of demand.
9. Profitability of marketing investments in the impact of mass media.

Spatial indicators:

1. Average cash income per capita.
2. Structure of consumption expenditure of households.
3. Distribution of retail trade turnover by forms of trafficking.
4. Innovative activity of organizations.
5. The retail trade turnover per capita.
6. Commodity structure of export and import.
7. The economically active population
8. Expenditure on technological innovation.
9. Actual final consumption of households per capita.
10. Share of households which own a PC and have access to the Internet in the whole quantity of the households in the region.
11. E-readiness.
12. Level of unemployment.
13. Level of subsistence minimum income per capita.
14. Share of household consumption expenditure on food and non-alcoholic beverages

Marketing and spatial indicators:

1. Development index of trade mark.
2. Development index of commodity category.
3. Volume of innovative products, services.

Concerning the challenges of the concept of marketing of spatial interaction given above the method of economic estimation of the correlation between marketing and spatial indicators has not only practical significance for business but also a real contribution for the development of this concept.

Thus, the equation given above can be regarded as a useful instrument to predict the volume of the distribution of PCs and to range regions of Russia concerning their attractiveness for business expansion. This equation can be also used by firms selling not only PCs but also mobile phones, as a correlation between the volumes of consumption of these products was identified.

Besides, by analogy with PCs this equation can be adapted for the other durable goods, for example, for refrigerators. And firstly the same indicators can be included in the statistical model. Then other, similar indicators may be applied which reflect the life level in the region, the level of consumption.

So the method of economic estimation of the correlation between marketing and spatial indicators proved its reasonability and can be used in order to find correlations between other marketing and spatial indicators and to identify more consistent patterns within marketing space. But, in fact, the next conclusion which can be made from the equation obtained in this study is that marketing space really performs the integrating function relative to all other economic subspaces. However this thesis requires further analysis and study.

This approach really works as it gives a real result which can be used in

business. Identified correlations can be the base of more effective metrics of marketing and spatial indicators.

Literature:

1. Багиев Г.Л., Серова Е.Г., Пинчук А. Концепция маркетинга взаимодействия: измерение и оценка эффективности // Проблемы современной экономики. — 2010. — № 2 (34).

2. Бияков О.А. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты. — Томск: Изд-во Томского Университета, 2004.

3. Гранберг А.Г. Основы региональной экономики: Учебник для вузов. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.

4. Harris G.D. The market as a factor in the localization of production. // Annals of the Association of American Geographers, 1954. 44.

L. N. Rakhimova

SPbSUE ,Master of Marketing Program

Prof. Dr. Maslova T. D.

ABOUT THE PROMOTION OF INCLUSIVE EDUCATION

В статье представлены наиболее существенные аспекты развития инклюзивного образования. Выдвинуто авторское определение понятия, характерные черты, определен продукт маркетингового продвижения. Проведен анализ влияния внешней и внутренней среды рынка инклюзивных образовательных услуг, на основе чего были предложены мероприятия по продвижению инклюзивных образовательных услуг. На основе проведенного исследования были сделаны выводы о целесообразности продвижения этих услуг.

The article presents the most important aspects of the inclusive education development. Author gives its own definition, the characteristics of inclusive education, the product of promotion is defined. Using marketing methods of analyzing micro- and macro-environmental factors that influence the secondary education market measures to promote inclusive education services were proposed. Basing on the results of the research author came to the conclusion of the practicability of this service promotion.

Ключевые слова: инклюзивное образование, продвижение инклюзивных образовательных услуг, инвалидность

Key words: inclusive education, promotion of inclusive education, disability

Today the situation is that every year the amount of disabled people grows. According to United Nations and World Health Organisation data, around 10% of the world population has whether physical or mental disability. And every 10th of them is a child or a teen (more than 120 million children are disabled). In Russia about 3 million children (2% of the population) are dis-

abled, and the number keeps growing.

That's why with all of the economic, political, geographic changes that our country comes through the problem of child disability becomes one of the most up-to-date. That's why more and more people pay attention to such type of education that is more kind to a child like inclusive education.

Analyzing the international statutory-legal acts (Salamanca Statement on Principles, Policy and Practice in Special Needs Education, global monitoring report "Education For All"), Russian law "About Education in Russian Federation" and the Concept of Inclusive Education of Saint-Petersburg, the author suggests his own definition: inclusive education is a process of equal upbringing and education of children regardless of their state of health, psychophysical peculiarities or other distinction when children's educational needs are satisfied and special support is given on conditions available for every single child. This definition is different from those that do exist in Russian legislation as it, first, shows the social direction of the process of this special education and, secondly, highlights the necessity of special support to every child on the available conditions.

The main purpose of inclusive education is providing equal access to whatever type of education and creating necessary conditions for achieving educational success for every child no matter what individual specialties, previous educational achievements, mother tongue, culture, social and economic status of his parents, mental or physical capabilities he has.

Based on the analysis of the opinion of different authors over the product and the social aim of the inclusive education, the author of this article understands the inclusive education services as the all-inclusive process aimed at integration of the disabled into the society and familiarization with the education program on equal rights with direct communication.

Inclusive educational services have the following features:

- focus on overcoming physical and psychological barriers;
- priority to the development of communication and interaction skills;
- postponing the detection of the results;
- inability of monetary measure of the inclusive educational services;
- creation of cultural values, personal development, learning of tolerance while interacting with disabled people;
- constant public attention and off-market pressure, etc.

Due to the main aim of these services, there are several distinctions between the fundamentals of the promotion of inclusive education and the promotion of education of an ordinary secondary school:

1. The promotion should be gradual. Society needs time to understand, accept and implement the relationships with the disabled.
2. Constant communication with the target audience – parents, teachers,

students, the whole society – is essential over the value of this special service.

3. Unobtrusiveness of the promotion. Nevertheless it's essential to highlight the existing benefits of the services and the school.

4. It's necessary to focus on the quality of inclusive educational services of the school, i.e. reliability, warranty, opportuneness, tenderness, etc.

5. It is necessary to build stable cooperation at all levels of the educational process for the successful promotion: pre-school-school-colleague.

Author sees students, parents and the society as the main market participants. All of them have one and most important interest in inclusive education – full communication between the disabled and the “healthy” people. That's why it's necessary to realize the factors of the internal and external environment that would influence the meet the needs of the key participants and the promotion of the inclusive education.

Using different marketing instruments of analyzing the internal and external environment it was concluded that all the factors affect the supply and consuming of inclusive education services.

The idea of inclusive education is highly supported by the government. However, funding is considered not to be enough that's why in the existing conditions of the education market state schools need to find other ways of getting financial support. They may be various private organizations that support the idea of inclusive education. Social services also have a positive effect on the development of inclusive education - a growing number of children with disabilities who are ready to attend secondary school, the problem of desocialisation of disabled people is highlighted. Technological environment has a direct impact on the possibility of developing inclusive educational services - with the help of latest technology children have the opportunity to attend lessons, to present tasks that due to their physical disabilities are not able to present in the classroom, etc.

The external environment positively influences the development of inclusive education. Lots of efforts are made to promote the idea of integrating people with disabilities into society – government support, financial investments, the creation of a barrier-free environment. However, there is a risk of a failure because of the not acceptance the disability mostly by the "healthy" people. To minimize these risks, it is possible to invite parents, social organizations, celebrities whose opinions are listened to in the society, with the aim of public reports values of inclusive education.

It's obvious that the question of identifying the effectiveness of the measures to inclusive education promotion is very complicated as the result may be seen only in some years. As for me, the result is going to be the acceptance the disabled people into society as the full-right members.

There was made a research aimed on realizing the most effective measure in inclusive education promotion from the experts' point of view. 76 respondents were used. They are headmasters (5%), teachers (30%), parents (41%) as

the closest to communicate with the disabled children.

Most of the 3 ground of responders - 97% - said that the most effective measure to promote inclusive education services is the barrier-free environment. Barrier Free Environment is one which enables people with disabilities to move about safely and freely and to use the facilities within the built environment. Another most effective of the proposed measures, as experts believe, is the changing the attitude to inclusion among teachers and children (94 % of the experts opinion). Groups of principals and parents totally agreed while the majority of secondary schools teachers expressed the view that the qualification of teachers and children is high enough and it is not the most important in promoting inclusive education services.

Organization of educational seminars on the topic of inclusion comes up to be the third most effective in promoting inclusive educational services (77% of the experts). Headmasters and teachers agreed about the effectiveness of the event while some parents felt that our society is quite full of different information on the topic of disability and there are more effective measures to promote inclusion.

The interesting to highlight is that most of the experts said that our society is still not ready to adapt to the disability because of physical (“arcitectural”) and organizational (“attitude”) barriers, stereotypes and prejudices. That’s why nowadays the expansion of the inclusive education ideas and the tolerance to the disability comes to the foresight in promotion of inclusive educational services.

Literature:

1. Федеральный Закон от 29 декабря 2012г. №273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации».
2. Саламанкская Декларация о принципах, политике и практических действиях в сфере образования лиц с особыми потребностями, июнь 1994г.
3. Борисова, С. Г. Оценка эффективности маркетинговых решений в сфере образования: монография / С. Г.Борисова. – Новосибирск: Изд. НГПУ, 2008. – 156 с.
4. Джапарова Р.Н. Маркетинг услуг профессионального образования. // Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 55-65.
5. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом – 1997. – № 6.
6. Липкина, Е.Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг: Монография. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2006. – 136 с.
7. Щетинин, В.П., Хроменков Н.А., Рябушкин Б.С. Экономика образования. – М.: Изд-во РЦЭО МПУ, 1995
8. Asrat Dagnew. Factors Affecting the Implementation of Inclusive Education in Primary Schools of Bahir Dar Town Administration. – Education Research Journal 3(3) – March, 2013 – pp. 59-67
9. Информационный портал Региональное отделение ЮНИСЕФ для стран Центральной и Восточной Европы СНГ [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.unicef.org/ceecis/ru/>

Anna Somova
SPbSUE, Program “Marketing”
D. Sc., Prof. Yanenko M. Y.

BUILDING BRAND IDENTITY OF COSMETIC BRAND

Данная статья посвящена моделям идентичности бренда, которые могут быть использованы на рынке косметических товаров.

This article describes the brand identity models that may be used for the global professional cosmetic brands. It also gives the short description of modern trends at cosmetic market.

Ключевые слова: идентичность бренда, B2B брендинг, B2C брендинг, модель идентичности бренда, рынок косметики.

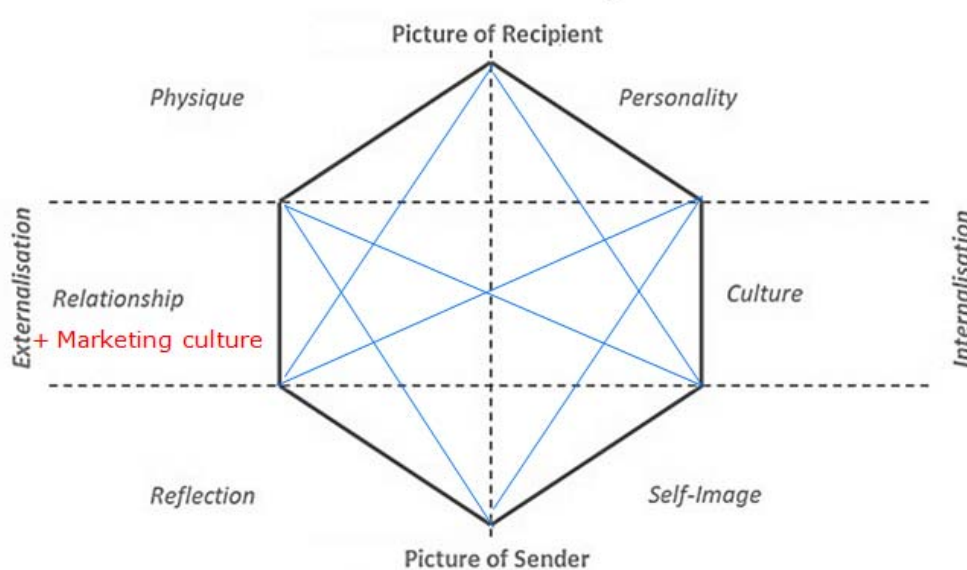
Key words: Brand identity, B2B branding, B2C branding, brand identity model, cosmetic market.

In the framework of modern spatial economics branding receives a high importance. Brand becomes “a generic element of business that guarantees an effective cooperation with the external environment” [1, pp.219- 224]. The McKinsey research confirms the topicability of branding identifying the three main reasons why the brand is becoming the main communication tool, i.e. the image benefit, information efficiency and risk reduction [5, p.76]. At the same time, the researchers notice that according to the modern economy branding is urgent in both B2C and B2B markets. The only exception is that for the B2C market the key function is the creation of the additional image benefits while for B2B market – risk reduction. That’s why the role and importance of brand management in the marketing policy of companies around the world is increasing. It is known that one of the key objectives of effective brand management is to ensure the brand influence on consumer behavior [3]. This is achieved by the unity of the three components of the brand: the product/service itself, its symbols and identity. In this article we will reveal the concept of “brand identity” that is “a cornerstone of brand management” [4, p.23], according to Jean-Noel Kapferer, one of the leading scientists in the field. There are many definitions of the concept. In this research we consider the term according to V.N. Domnin who identify the brand identity as a system of its features [2, p.269].

There are several models describing the structure of brand identity, that were proposed by the scientists and the companies engaged in applied work in the field of branding. To our mind, “Brand identity prism” by J.N. Kapferer is one of the most demonstrative. It includes the following elements: physical facet, personality, culture, relationship, culture (values), consumer mentalisation and reflected consumer. One finds the application of this model especially significant for B2C goods, because it focuses mainly on the product itself, not the relationship. Regarding the B2B segment, in opinion of D. Coleman and L. de

Chernatony, the B2B brand identity model should reflect the characteristics of the industrial market, in particular the higher role of interaction between market stakeholders [6, 1063-1071]. These scientists developed their own brand identity model, based on some existing ones (the ones of D. Aaker and J.-N. Kapferer among others). This model – “B2B service brand identity network” focuses on relationship as the main attribute of B2B segment. It identifies key elements of B2B service brand identity development: corporate visual identity, brand personality, HR initiatives, employee and client focus, consistent communications. One of the main distinctions of the D. Coleman model is that it includes such dimension as marketing culture. Secondly, the visual representation of this model as a network that shows the interaction relationship between each element of identity. We assume that in order to define the B2B brand identity correctly, one should use the features of J.-N. Kapferer and D. Coleman models, because they reflect the key attributes of the brands better than other ones.

All the features described higher may be reflected in the model called “B2B brand identity network”, including the attributes described by J.-N. Kapferer and the two different ones described by D. Coleman (Feature 1.)



Feature 1. B2B brand identity network

This model may be especially representative for the brands sold in both B2B and B2C segments. The example of such market is the cosmetic market. The report of RNCOS showed that cosmetic market is to grow at 4,4% CAGR by 2017. This rapid development is caused by some social, technological, economic and political factors. The main ones are globalization, wellness boom, ageing of the population, active development of science and technology. These features are also the reason for anti-ageing segment of cosmetic market development. The manufactures try to create the goods that would be high-tech, safe

and effectively solving the problems of consumer appearance and health, skin in particular.

One of the fastest growing segments of cosmetic market (and surely its anti-age direction) is the cosmeceutical one. It is a hybrid category of products, found on spectrum between drugs and cosmetics that exert a pharmaceutical therapeutic benefit but not necessary a biological therapeutic benefit. The greatest demand is currently observed in the segment of anti-ageing skin care cosmeceuticals. The CAGR of this product category is about 10% (2012-2018). This factor causes the appearance of really big market players, offering really effective solutions to anti-age skin regeneration. First large companies of this kind appeared in Europe and America (Obagi, MBR, Babor). But the situation is gradually changing. There appear more excellent Asian brands with a great potential for development (Dermoheal, Forlle'd etc.). Moreover it is expected a reorientation of key players to the sales in growing markets of Asia and Latin America due to the saturation of American and European markets.

While conducting the survey we may come to conclusion that one of the most popular strategies is the one of globalization. Companies create a single unique global brand having unified brand identity for all sales markets. It often occurs that brand are sold not through retailers, but with the help of the direct marketing tools: through professional beauticians working in clinics, beauty salons and SPA-centers, what necessitates to pay attention on both B2B and B2C consumers needs while developing the identity of the brands.

It is obvious, that applying certain business efforts to develop brand identity managers expect to receive a certain result. It is rather difficult to calculate the financial result of such activities. However we can certainly say that they may have a great impact on the coherence of the brand. Some of the economic indicators that show the effect right identity building are the metrics of loyalty and awareness.

Therefore by conducting this research we confirmed the topicality of building brand identity for cosmetic brands (cosmeceuticals in particular) and the useful application of the adapted "B2B brand identity network" combining the features of J.-N. Kapferer and D. Coleman models, in such kind of market.

Literature:

1. Багиев Г. Л. К вопросу формирования концепции пространственного маркетинга взаимодействия, // Проблемы маркетинга. Логистика, С. 219-224
2. Домнин В. Н., Идентичность бренда – ключевое понятие бренд-менеджмента// Бренд-Менеджмент, 05 (48), 2009 - С. 269Котлер Ф., Пфферч В. «Бренд-менеджмент в B2B сфере», М.: Вершина, 2007
3. Домнин В. Н. «Разработка идентичности бренда на основе семантических исследований потребителей»,//Автореферат, Санкт-Петербург, 2009
4. Капферер Ж.-Н., Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда./Изд-е 3, /Пер. с англ.- М.: Вершина, 2009

5. Котлер Ф., Пфферч В. «Бренд-менеджмент в B2B сфере», М.: Вершина, 2007
6. Darren Coleman, Leslie de Chernatony, George Christodoulides, B2B service brand identity: Scale development and validation – Industrial Marketing Management 40 (2011), p.1063-1071

V. A. Semenova
SPbSUE, Program “Marketing”
Ass. Prof., Ph.D Domnin V.N.

CREATING A PLACE IDENTITY AND PLACE IMAGE FOR NEW ST.ISAAC OFFICE CENTRE

Работа посвящена разработке маркетинговой концепции для бизнес-центра в музейном квартале Санкт-Петербурга. Отдельное внимание уделяется созданию имиджа «места» – самого исторического здания, в котором располагается бизнес-центр. Дом и территория могут представлять особую ценность для потребителя и общества в целом, что играет роль в процессе повышения стоимости бизнеса и недвижимости.

The paper is devoted to a discussion of a creating place image and place identity for a business center in a historic building. The key point in marketing strategy for the office building is to be associated with a place, and not with the company. In the modern culture there is a situation of competition of impressions, which brings the necessity of searching for new marketing ideas such as placemaking activities.

Ключевые слова: Имидж места, идентичность бренда, брендинг территории, маркетинг бизнес-центра, офисный особняк Ново-Исаакиевский

Key words: Place Image, Place Identity, , brand identity, placemaking, marketing for business center, New St.Isaac Office Centre

The main goal of any promotion of the region (country, city, district) is making it the original image, which in turn will increase the tourist flow and improve the investment climate. But in contrast to the branding and placemaking of area, making a place out of the brand and real building is something different. But as it could be done by the region, a company can find some unique sphere and make a bet on it.

A place's image is the sum of beliefs, ideas and impressions that people have of a place. Images represent a simplification of a large number of associations and pieces of information connected with the place. The image of a place is a result of complex long-term activities, which can build the unique character of the place. Therefore, image is not easy to copy, like many activities of the operative marketing mix.

It is important to position the brand within the selected target group against the competition. The brand should be different from the competing of-

ferings in at least one dimension that is valued by the customer. Brand position, part of brand identity and value proposition, is communicated to target groups to show its advantage over competing brands. Value added place brands offer more benefits than the competitors' more anonymous and vague brands in other locations.

The image of the place is also the outcome of the systematic marketing communication process. The image is always "true", being the real experience of the target group. A place's image must be valid, believable, simple, distinctive and appealing. The real substance of the place must be so near the image wanted that outside "observers" will not get confused in their perceived associations towards the place.

Let's have a look at it on a concrete example. The high class office centre is located in the very heart of St. Petersburg: five minutes' walk from St. Isaac's Cathedral, the Bronze Horseman, the group of buildings forming the Constitutional Court of Russia, the Mariinsky Theater, the New Holland Island and the Neva embankment. So the building is located in St.Petersburg "Museum quarter".

Goal: The goal for creating a place identity and place image for the New St.Isaac Office Centre was to start the branding process for the complex of buildings to attract new tenants and to increase the value of the centre itself. At the beginning of the project was launched, one goal was also to design and establish the visual elements such as the logo.

The task was to be reflected in the title of high office and give the true spirit of old St. Petersburg. So business center was renamed in Russian "Office mation". The building is located in the heart of St. Petersburg, on the street Jakubowicz, which until the early 20th century was known as the New Isaac and led to St. Isaac's Cathedral. This determined the name of the business center, and it was decided to retain the old spelling of the letter "i", which was discovered in archival drawings facade - "New Isaakievskiiy", which also highlights the feature of the project, its authenticity and connection to history.

Process: During the first year of the project, the New St.Isaac's logo and visual outlooks were developed for the basic instruments in the real estate marketing. New St.Isaac Office Centre wanted to emphasize that it was a historian and also a high-tech building with rich traditions. Its history is inseparably connected with the economic development of the Russian state and owes much to the participation of settlers: traders and bankers. Thus, the concept of the future office centre was born: Heritage with a modern touch.

Placemaking is a multi-faceted approach to the planning, design and management of public spaces. The main thing for the office centre is to be not just a business building but a place where not typical for real estate things happen. Here comes the expression "third place". This is not work and not home, it is a space in the city for study, business meetings and work. There is a Wi-Fi, well organized space, just to get there.

As is well known, in Europe aristocratic palaces and mansions that are owned privately are often open to visitors and form an important part of the life of the city. New St.Isaac's supports this attitude of social responsibility in business. It is actively involved in urban programs such as the German Week in St.Petersburg.

New St.Isaac's invites tenants, guests of the city and local people to see the life of "Mustard House" from the inside and take a trip back in time: to climb the old stairs to get to the mysterious attic, find vaulted prayer hall, visit the modern design offices, which are stored as historical details.

Qwest called "The House of Sarepta Society" is about the contribution of German colonists in the economic, scientific and cultural development of Russia in the 18-19 centuries. The business trip "Heritage with a modern touch" is about reconstruction of the historical building of the XVIII century to modern needs, and its transformation into a business center.

For designers and planners the key realization should be that a place has truth based not just on the facts of its existence, but also on the things believed to be true about it. "Sense of place," then, should embrace experiential and associational narratives as well as physical attributes. The key point in marketing strategy for the office building is to be associated with a place, and not with the company.

Literature:

1. Oldenburg, Ray (1989). The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day.
2. USA Today. Article "Third place office space". 2010-05-25.
3. James H. Gilmore, B. Joseph Pine II. Authenticity
4. Philip Kotler , Donald Haider, Irving Rein. Marketing Places

СЕКЦИЯ 4. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

О. А. Ефанова

СПбГЭУ, программа «Предпринимательское
право, коммерческое право»
д.ю.н., доцент Алексеева Е. В.

ИДЕЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ЖИЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА 2008 ГОДА

В статье исследуются общие принципы обязательного страхования, а также частный случай такого страхования на примере проекта федерального закона «Об обязательном страховании жилых помещений».

The subject of the article is the general principles of compulsory insurance, as well as a special case of such insurance on the example of the project of the Federal law «About obligatory insurance of residential premises».

Ключевые слова: обязательное страхование, жилые помещения.

Key words: compulsory insurance, residential premises.

В соответствии со ст.927 ГК РФ и п.2 ст.3 закона «Об организации страхового дела в Российской Федерации» по критерию волеизъявления сторон договора страхования выделяется две формы страхования: обязательное и добровольное.

Обязательным называется страхование, когда государство устанавливает обязательность внесения соответствующим кругом страхователей страховых платежей. Обязательная форма страхования распространяется на приоритетные объекты страховой защиты, то есть тогда, когда необходимость возмещения материального ущерба или оказание иной денежной помощи задевает интересы не только конкретного пострадавшего лица, но и общественные интересы.

ГК РФ (ст. 927) предусматривает обязательное государственное страхование, которое осуществляется страховыми организациями за счет средств государственного бюджета, и обязательное страхование, которое должно осуществляться за счет иных источников. Таким образом, обязательное страхование можно разделить на государственное и негосударственное.

Случаи обязательного страхования устанавливаются законом, согласно которому страховщик обязан застраховать соответствующие объ-

екты, а страхователи — вносить причитающиеся страховые платежи. Такие случаи будут коротко рассмотрены в настоящей статье с целью общего понимания института обязательного страхования.

Добровольное страхование не является предметом настоящего исследования.

Так называемое «обязательное страхование» (обязанность кого-либо страховать те или иные интересы) предусмотрено ст. 927 ГК РФ: «В случаях, когда законом на указанных в нем лиц возлагается обязанность страховать жизнь, здоровье или имущество других лиц либо свою гражданскую ответственность перед другими лицами за свой счет или за счет заинтересованных лиц (обязательное страхование), страхование осуществляется путем заключения договоров в соответствии с правилами настоящей главы. Для страховщиков заключение договоров страхования на предложенных страхователем условиях не является обязательным. Законом могут быть предусмотрены случаи обязательного страхования жизни, здоровья и имущества граждан за счет средств, предоставленных из соответствующего бюджета (обязательное государственное страхование)».

Все законодательно установленные в настоящее время в России случаи обязательного страхования можно классифицировать по признаку страхового случая на три большие категории:

1. Обязательное социальное страхование (страхование в сфере социального обеспечения, когда страховым случаем являются события, влекущие ухудшение материального положения застрахованного лица, например, травма, наступление пенсионного возраста, рождение ребенка и т.п.);

2. Обязательное государственное страхование (случаи обязательного страхования жизни, здоровья и имущества граждан за счет средств, предоставленных из соответствующего бюджета — то есть страхование за государственный счет, когда страховым случаем является ухудшение материального положения государственного служащего, работа которого в интересах государства связана с профессиональным риском, и поэтому расходы по страхованию должен нести не он, а государство. Примеры: обязательное страхование жизни и здоровья сотрудников правоохранительных органов);

3. Обязательное страхование в социально значимых сферах (например, страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, страхование вкладов в кредитных учреждениях, страхование ответственности за невыполнение обязательств по оказанию туристических услуг и др. Перечень этих сфер может меняться с изменением экономических, политических, социальных отношений в обществе на определенном историческом этапе).

Как уже отмечалось выше, необходимость обязательного страхования в социально значимых сферах может появляться и исчезать в разные перио-

ды развития общественных отношений. Сегодня в России очевидна неспособность общества и государства обеспечить полную техническую безопасность при эксплуатации жилищного фонда: регулярно происходят чрезвычайные происшествия с жилыми домами (техногенные аварии, природные явления и т.д.), чьи владельцы гораздо менее защищены материально по сравнению с владельцами нежилых объектов, для которых, как правило, подобные риски являются коммерческими, то есть учтены в их предпринимательской деятельности. При этом обеспечение безопасности жилья не перестает быть одной из функций государства, учитывая особенность застройки населенных пунктов начиная с XIX века (когда в России начали строить «многоквартирные» многоэтажные дома) по настоящее время.

Таким образом, сегодня назрела необходимость внедрять и развивать новый вид обязательного страхования в социально значимых сферах, а именно – страхования в жилищной сфере, в том числе страхование жилья как имущества.

Рассмотрим возможный подход к решению этой задачи на примере проекта Федерального закона, который был внесен в Государственную Думу ФС РФ в 2008 году.

В 2008 году в Государственную Думу ФС РФ был внесен на рассмотрение проект федерального закона «Об обязательном страховании жилых помещений». Необходимость введения обязательного страхования жилья объяснялась авариями, связанными с ненадлежащей эксплуатацией газового оборудования, и необходимостью защиты интересов государства и граждан.

Основными принципами обязательного страхования провозглашались:

- гарантия возмещения вреда, причиненного жизни, здоровью или имуществу потерпевших, в установленных законом пределах;
- всеобщность и обязательность страхования жилых помещений;
- недопустимость эксплуатации жилых помещений, собственники которых не исполнили обязанность по страхованию.

Обязанность страховать жилье в пользу проживающих в нем лиц предлагалось возложить на собственников жилых помещений. Причем, в случае, если помещение находится в общей собственности нескольких лиц, страхователем должен был выступать один из собственников на основании соглашения с другими собственниками. Однако проект закона не предусматривал, в каком порядке должно было заключаться такое соглашение.

Также проект предусматривал регулирование страховых тарифов, подробно регламентировал порядок определения страховых выплат при наступлении страхового случая, порядок заключения договора страхования, деятельность страховщиков и их объединений, выплаты компенсаций в тех слу-

чаях, когда страховщик становится банкротом и другие вопросы. Позитивным предложением было появление института единого гарантийного фонда (по аналогии с системой обязательного страхования гражданской ответственности владельцев транспортных средств – ОСАГО): на случай банкротства страховых компаний, из средств этого фонда выплачивались бы соответствующие компенсации пострадавшим. Предполагалось, что держателем этого фонда так же, как и в сфере ОСАГО, будет профессиональное объединение страховщиков обязательного страхования жилья.

Впоследствии проект был снят его авторами с рассмотрения Государственной думой. Вероятно, авторами были восприняты аргументы противников введения обязательного страхования жилья: закон, в случае его принятия, вошел бы в противоречие с Конституцией и Гражданским кодексом РФ, которые гарантируют всем собственникам право свободно владеть, пользоваться и распоряжаться своим имуществом. А обязанность страховать собственное имущество – это ограничение права пользования. Кроме того, проект не предусматривал никаких негативных последствий невыполнения страхователями своей обязанности застраховать жилье, кроме запрета на эксплуатацию этого жилья. Реализация такой санкции фактически означала бы выселение людей из принадлежащих им квартир, что также противоречило бы Конституции (право на жилище) и здравому смыслу.

Безусловно, необходимо продолжать работу, в том числе законодательскую, по поиску оптимальных способов защиты граждан и государства от необоснованных расходов на устранение аварий и природных катаклизмов. Но сегодня без изменения Гражданского кодекса (ст.927) невозможно перекладывать обязанность по страхованию жилья на собственников этого жилья. Если же государству необходимы дополнительные рычаги для воздействия на лиц, ответственных за безаварийную эксплуатацию жилого фонда, то необходимо вести работу в направлении, например, обязательного страхования ответственности проектных, строительных, эксплуатационных организаций, а также ответственности собственников жилых помещений за вред, причиненный их действиями/бездействием.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ (ред. от 28.12.2013);
2. Закон РФ от 27.11.1992 №4015-1 (ред. от 28.12.2013) «Об организации страхового дела в Российской Федерации»;
3. Законопроект № 112986-5 «Об обязательном страховании жилых помещений» (находится в архиве) <http://asozd2.duma.gov.ru/main.nsf/%28SpravkaNew%29?OpenAgent&RN=112986-5&02>

СЕКЦИЯ 5. РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ И СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ МЕХАНИЗМОВ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ

А. О. Валухов

СПбГЭУ, программа «Рынки ценных бумаг
и страховых продуктов»
к.э.н., доцент Леонтьева И.П.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛОМ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ КОМПАНИИ

В статье рассмотрены основные принципы построения эффективной системы управления капиталом на российском рынке коллективных инвестиций. Ориентируясь на опыт управляющей компании «Арсасгера», автор показывает, что эффективное взаимодействие элементов системы может давать результат, выражающийся в превосходящей динамике фондовых индексов доходности инвестиционных продуктов.

In article the basic principles of effective capital management system in the Russian market of collective investments. Based on the experience of the managing company «Arsagera», the author shows that the effective interaction of components of the system may give the result, expressed in superior dynamics of stock index return of investment products.

Ключевые слова: паевые инвестиционные фонды, рынок капиталов, фундаментальный анализ, акции.

Key words: mutual funds, financial market, fundamental analysis, stocks.

В настоящее время отрасль коллективных инвестиций в России, как и весь рынок капиталов, находится в трудном положении. С одной стороны, рынок долговых ценных бумаг, включающих корпоративные, муниципальные и государственные облигации, демонстрирует год за годом рост, достигнув на конец 2013 года объема более 10 млрд. рублей [2]. С другой стороны, рынок акций стагнирует: за последние 3 года индекс ММВБ снизился с 1688 пунктов (в конце 2010 года) до 1505 пунктов (на конец 2013 года). Существенное влияние на такую динамику оказывает не только чистый отток капитала, с 2008 года по настоящее время составивший порядка 12 трлн. рублей [1], но и сокращение частными инвесторами инвестиций в российские акции. За 2010-2013 гг. стоимость чистых активов открытых и интервальных фондов акций, то есть тех, которые ориентированы на частного инвестора, сократилась с 73,5 до 40,3 млрд. рублей. Кроме того, с 2008 года не прекращается отток средств из таких фондов, составивший за этот же период порядка 20 млрд. рублей.

На конец 2013 года капитализация компаний, чьи акции обращаются на Московской Бирже, составила около 25 трлн. рублей, при этом капита-

лизация акций, находящихся в свободном обращении, - около 7,8 трлн. рублей, то есть менее трети от общей капитализации российского рынка акций. Это говорит о том, что существенная часть акционерных долей находится в руках крупных акционеров.

Интересно проанализировать структуру владения акциями, находящимися в свободном обращении [4]. Около 57% принадлежит зарубежным институциональным инвесторам, которые раскрывают информацию. Около 10% приходится на российские банки, еще 10% - на частных инвесторов, граждан России. Менее 5% приходится на российских институциональных инвесторов – инвестиционные и пенсионные фонды, страховые компании. Примерно пятая часть сосредоточена в руках инвесторов, которые не раскрывают информацию.

Другими словами, на российском рынке акций складывается парадоксальная ситуация, когда больше половины доступных широкому кругу лиц акций держат иностранные инвесторы, в то время как граждане России владеют только 10%. В результате курсовая динамика акций очень сильно зависит от восприятия нерезидентами рисков ведения бизнеса в нашей стране, что выражается в сильной негативной реакции рынка при возрастании геополитических рисков, когда де-факто риски изменения финансовых показателей российских компаний в худшую сторону не так велики.

После анализа доходности за период с 31.12.2004 по 31.12.2013 гг. индекса ММВБ, индекса IFX-Cbonds и банковского депозита сделан вывод о том, что доходность, которую обеспечивает фондовый рынок, выше доходности инструментов с фиксированным доходом в долгосрочном периоде.

При этом за тот же период доходности, которые продемонстрировали инвестиционные продукты управляющих компаний, ориентированных на частного инвестора, даже превзошли рыночные результаты.

С начала и до конца указанного периода в России функционировали 55 ОПИФов акций и индексных фондов, причем 5 из них (около 10%) продемонстрировали доходность выше среднерыночной [2], индикатором которой выступает индексный фонд, так как, в отличие от простого расчета динамики фондового индекса, учитывает реинвестиции дивидендов.

Таблица 1

**Доходность 6 лучших ОПИФов акций и индексных фондов
за период с 31.12.2004 по 31.12.2013 гг.**

№п/п	ПИФ	УК	Специализация	Доходность
1	Интерфин Телеком	Интерфин Капитал	связь и телекоммуникации	381,72%
2	РЕГИОН Фонд акций	РЕГИОН ЭсМ	Без специализации	286,47%

Окончание табл. 1

№п/п	ПИФ	УК	Специализация	Доходность
3	Альянс – Акции	Альянс Инвестиции	Без специализации	252,19%
4	Атон-Фонд акций	Атон-менеджмент	Без специализации	229,05%
5	Петр Столыпин	ОФГ ИНВЕСТ	Без специализации	228,79%
6	<i>ТКБ БНП Париба-Индекс ММВБ</i>	<i>ТКБ БНП Париба Инвестмент Партнерс</i>	<i>ММВБ</i>	<i>200,65%</i>

Источник: [2].

При этом чем короче рассматриваемый период по динамике, тем больше ПИФов превосходит результат индекса. Если обратиться к доходности за период с 01.07.2005 по 31.12.2013 гг., то видно, что инвестиционных продуктов, превосходящих результат индексного фонда, несколько больше – лучше индекса оказались 7 из 63 ПИФов (более 10%). Таким образом, в долгосрочном периоде сложнее превосходить среднерыночный результат.

Таблица 2

**Доходность 8 лучших ОПИФов акций и индексных фондов
за период с 01.07.2005 по 31.12.2013 гг.**

Место	ПИФ	УК	Специализация	Доходность
1	Универ-Фонд акций	Универ Менеджмент	Без специализации	270,78%
2	РЕГИОН Фонд акций	РЕГИОН ЭсМ	Без специализации	231,37%
3	Альянс – Акции	Альянс Инвестиции	Без специализации	217,47%
4	Петр Столыпин	ОФГ ИНВЕСТ	Без специализации	209,99%
5	Арсагера-Фонд акций	Арсагера	Без специализации	201,14%
6	ТКБ БНП Париба - Телекоммуникации и инновации	ТКБ БНП Париба Инвестмент Партнерс	связь и телекоммуникации	201,04%
7	Атон-Фонд акций	Атон-менеджмент	Без специализации	189,02%
8	<i>Солид-Индекс ММВБ</i>	<i>Солид Менеджмент</i>	<i>ММВБ</i>	<i>161,91%</i>

Источник: [2].

Таким образом, несмотря на тяжелую обстановку в отрасли коллективных инвестиций, существуют компании, способные превосходить ре-

зультаты индексного фонда на систематической основе.

Поэтому представляется интересным ознакомиться с основными принципами ведения деятельности таких компаний и узнать, каким образом в них выстроена система управления капиталом. Одним из ярких представителей отрасли является УК «Арсатера», широко раскрывающая информацию о себе. На примере данной компании будет проанализирована эффективная система управления капиталом.

Итак, основными элементами системы управления капиталом в инвестиционной компании являются следующие [3, с. 35]:

- взаимодействие подразделений;
- ранжирование активов и составление инвестиционных деклараций;
- отбор наиболее привлекательных инструментов для инвестирования;
- внутренний контроль и оценка результатов.

Принцип взаимодействия подразделений заключается в том, что 3 основных отдела инвестиционной компании – отдел риск-менеджмента, отдел портфельных инвестиций и аналитический отдел – выполняют четко ограниченный круг задач, избегая конфликтов интересов. С другой стороны, взаимодействие обеспечивает работу над одними и теми же проектами, но с разделением полномочий.

Таким образом, далее следует список рисков, который ограничивает инвестиционная декларация [3, с. 43]:

- лимит на категорию ценных бумаг (акции/облигации);
- лимит на группу ценных бумаг в рамках каждой категории (акции/облигации);
- лимит на одного эмитента в рамках каждой группы;
- лимит на отраслевую принадлежность эмитентов.

Следующий элемент системы – это определение совокупности инструментов, доступных для инвестирования, и распределение их по группам риска в зависимости от капитализации и среднесуточного объема торгов на Московской Бирже. При ранжировании акции разделяются на 5 групп в зависимости от риска, сопутствующего инвестициям в них. В результате в группу 1 попадают высоколиквидные акции крупнейших по капитализации компаний, в группу 5 - акции небольших предприятий, сделок по которым практически не совершается, либо акции которых можно приобрести только на внебиржевом рынке.

Другой элемент системы - отбор наиболее привлекательных инструментов для инвестирования. Для каждой акции, разрешенной для инвестирования, рассчитывается показатель потенциальной доходности от вложений в данные акции [3, с.24]. В результате портфели формируются таким образом, что в их составе оказываются самые высокодоходные инструменты.

Процесс расчета потенциальной доходности воплощает в себе два подхода к оценке – сравнительный и доходный. Реализация сравнительного подхода заключается в средневзвешенной оценке стоимости любой компании по трем мультипликаторам - P/E, P/S, P/BV (цена/прибыль, цена/выручка, цена/собственный капитал).

Процесс доходного подхода заключается в дисконтировании прогнозных чистых прибылей компании по вычисляемой ставке, приводящей будущую стоимость денежных потоков к текущей капитализации (оценке) компании.

Таким образом, в основе данного элемента системы управления капиталом лежит фундаментальный анализ, то есть оценка стоимости компании на основании ее будущих финансовых показателей.

Последним элементом системы является оценка результатов. Оценка проводится в сравнении с доходностью индекса, а не с конкурентными продуктами, поскольку изменение индекса является «рыночным» результатом. Другим аспектом данного элемента является система MARQ, демонстрирующая, насколько эффективными были операции с активами паевого инвестиционного фонда за определенный период. Для анализа на каждый рабочий день рассчитывается гипотетическая доходность того портфеля, который был сформирован на определенную дату и был продержан до окончания отчетного периода.

Таковы основные элементы системы управления капиталом в инвестиционной компании, демонстрирующей высокие результаты управления. При этом следует отметить, что в руках управляющей компании сосредоточены возможности по осуществлению двух важных макроэкономических функций – это повышение корпоративного управления в российских компаниях с одной стороны, а с другой – повышение финансовой грамотности населения и создание правильного образа российского рынка акций.

Литература:

1. Данные Федеральной службы государственной статистики (Росстата) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
2. База статистики investdunds.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://stocks.investfunds.ru/>
3. ОАО «УК «Арсагера». Заметки в инвестировании. / ОАО «УК «Арсагера». – СПб: «Цветпринт», 2013 – 296 с.
4. Гайдаев, Заграничный контроль над свободным обращением [Электронный ресурс] / В. Гайдаев // Коммерсант. – 2014. – Режим доступа: http://www.kommer-sant.ru/doc/2385178_- Загл. с экрана.

Т. С. Минаева

СПбГЭУ, программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»

к.э.н., доцент Малькова С.А.

ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ ПРОИЗВОДНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ

Данная статья посвящена актуальным вопросам стратегии и тактики хеджирования изменения цен на составляющие элементы зернового рынка. Особое внимание уделено опыту использования производных финансовых инструментов на рынок зерна на биржах США и Аргентины с целью адаптации данного опыта в российской биржевой торговле на зерно.

This article is devoted to topical issues of strategy and tactics of hedging changes in prices of constituent elements of the grain market. Particular attention is paid to the experience of using grain market derivatives on U.S. and Argentina exchanges in order to adapt this experience to the Russian grain exchange trading.

Ключевые слова: биржа, рынок зерна, фьючерсный контракт, ценовые риски

Key words: exchange, grain market, futures contract, price risks

Срочный рынок на продукцию аграрного сектора является одним из ключевых сегментов биржевого рынка. Значение биржевых котировок — это пульс продовольственного рынка, на них ориентируются все переработчики и производители сельскохозяйственной продукции и продовольствия. Поэтому фьючерсы на продукцию аграрного сектора отличаются высокой волатильностью, что делает биржевые инструменты на эти товары одними из наиболее востребованных как среди отраслевых участников, так и среди различных категорий инвесторов. Например, фьючерсы на пшеницу широко используются производителями, переработчиками и трейдерами в качестве инструмента хеджирования ценовых рисков, являясь одновременно одним из наиболее привлекательных спекулятивных инструментов. Подтверждением этому является то, что годовой оборот фьючерсного рынка пшеницы более чем в 15 раз превосходит размер общемирового годового экспорта зерна.

Сельскохозяйственные рынки связаны с высокими операционными рисками. Эти риски вытекают как из плодородия почв и климатических условий, так и из изменения рыночной конъюнктуры и ценовых параметров, из которых складываются факторы спроса. Все это накладывается на многопериодность самого производственного процесса — сельскохозяйственное производство естественно сопряжено со значительными временными лагами, разделяющими посев и сбор урожая. Для того чтобы уменьшить воздействие данных рисков на сельскохозяйственного производителя, и были придуманы фьючерсные контракты. Образованные в

1848 г. Чикагская Фондовая Биржа и в 1919 г. Чикагская Товарная Биржа положили начало организованной фьючерсной торговле. Помимо прочего, фьючерсы еще и снизили ценовую волатильность для непосредственных покупателей сельскохозяйственной продукции. Однако при этом у производителей появилась привязка к фиксированному фьючерсному уровню цен, который номинирован в американских долларах. Таким образом, компенсировав операционные риски, они столкнулись с валютными рисками и рисками изменения издержек, прежде всего связанных с затратами на энергию и на доставку.

Основными видами зерновых культур на мировом рынке являются пшеница, ячмень, овес, кукуруза, рис, гречиха и горох. В настоящее время мировой рынок зерна контролируют пять основных экспортеров: США, Канада, Австралия, ЕС, Аргентина. Суммарные экспортные предложения зерна со стороны основной «пятерки» экспортеров составляют свыше 84 % всего объема мировой торговли. Ведущее положение на рынке зерна отводится США, на долю которых приходится 28 % объема торговли, далее идут Канада – 17 %, Австралия и ЕС – по 15 % и Аргентина – 11 %.

Рынки фьючерсов на зерно стали неотъемлемой частью наличного американского рынка, т.к. США являются крупнейшим экспортером зерна. Треть посевных площадей Соединенных Штатов засеивается специально для продажи за границу. Среди зерновых в США ведущее место занимают кукуруза и пшеница, значительная часть которых поступает на экспорт.

США давно сохраняют лидерство как производитель кукурузы. Кукурузу там выращивают практически повсеместно. В США производится 267,5-331,2 млн. тонн кукурузы, что составляет половину всего мирового сбора кукурузы. 44,5-61,9 млн. тонн экспортируется, а большая часть идет на внутреннее потребление, которое составляет 230,7-261,7 млн. тонн.

Пшеницы производится порядка 49,2-68,0 млн. тонн. Причем в среднем одна половина идет на экспорт, другая – на потребление внутри страны, которое составляет 28,6-34,3 млн. тонн.

В США большая часть фьючерсных контрактов на зерно торгуется на Чикагской товарной бирже, а также на канзасской бирже и минеапольской. На Чикагской товарной бирже приходится большой объем торговли фьючерсами на зерно, а именно кукурузу, пшеницу и сою. Фьючерсные контракты на кукурузу и пшеницу выпускаются на март, май, июль, сентябрь и декабрь. Крупные биржи США, организующие торговлю фьючерсами и опционами на пшеницу, являются международными и региональными центрами ценообразования на зерно. Чикагский биржевой рынок зерна, по которому «сверяют» цены практически все международные зернотрейдеры, имеет ярко выраженную внутреннюю направленность. Это означает, что потребителями его ценовой информации являются, прежде всего, многообразные участники американского рынка зерна, включая и

экспортеров. И факторы, которые влияют на биржевую цену, очень часто носят внутренний североамериканский характер. Поэтому чикагский биржевой рынок имеет и международную окраску, но это является лишь следствием того, что США продолжают оставаться крупнейшим в мире производителем зерна и его экспортером.

Аргентина представляет очевидный интерес по следующим причинам - эта страна обладает очень развитым сельскохозяйственным сектором. Аргентина традиционно является одним из ведущих мировых производителей и экспортеров зерна и муки, однако зависима от колебаний на самом большом рынке экспорта в соседней Бразилии.

Производство пшеницы колеблется в пределах 9,5-16,3 млн. тонн. Экспорт - 4,3-11,8 млн. тонн. Потребление внутри страны - 4,9-5,5 млн. тонн.

Весомую часть в сельскохозяйственном производстве занимает кукуруза. Производство 14,7-22,5 млн. тонн из него экспорт 9,0-15,3 млн. тонн. Потребление внутри страны - 4,1-7,5 млн. тонн.

Из всех стран с развитым сектором сельского хозяйства, но при этом относящимся к группе развивающихся стран, аргентинский рынок производных сельскохозяйственных финансовых инструментов можно назвать одним из наиболее развитых. Ключевые площадки фьючерсных торгов - Фьючерсная биржа Розарио и Биржа сельскохозяйственных товаров Буэнос-Айреса. Основные сельскохозяйственные продукты Аргентины — сое-бобы, пшеница и кукуруза.

Фьючерсы на пшеницу торгуются на бирже Буэнос-Айреса. Это одна из старейших бирж производных инструментов в мире. Стихийная торговля началась в 1854 году, а официально биржа функционирует с 1897 года. Торговля производными инструментами менялась. До 2002 года фьючерсы выпускались на все календарные месяцы, затем фьючерсы стали заметно короче и выпускаются в основном на январь, март, май, июль и сентябрь. Самые большие периоды до срока экспозиции отмечаются по фьючерсам на январь, что совпадает с экономической логикой — именно в январе происходит сбор урожая и, соответственно, начинаются реализации контрактов.

На долю России приходится 10% всех пахотных земель мира. Большая часть площадей используется под пшеницу. Черноморский регион является одним из мировых центров производства и экспорта зерна. Общий валовой сбор пшеницы в среднем колеблется от 34,1 до 50,6 млн. тонн. На потребление внутри страны расходуется 36,4-44,2 млн. тонн. Экспортируется 8,0-15,0 млн. тонн.

Производство кукурузы в России по сравнению с «пятеркой» стран-экспортеров незначительно, оно составляет около 8,0-9,0 млн. тонн. На экспорт идет 2,5 млн. тонн, а остальные 6,0 млн. тонн — на внутреннее потребление.

Фьючерсный контракт на зерно – новый для России инструмент. В России биржевые технологии реализации зерна использовались только при зерновых интервенциях, но они не имеют ничего общего с рыночным механизмом формирования цены и реализации зерна на базе фьючерсных контрактов.

На Московской бирже торгуются агрофьючерсы на пшеницу, кукурузу, соевые бобы, хлопок. Фьючерсные контракты на кукурузу и пшеницу выпускаются на март, май, июль, сентябрь и декабрь. Проект по организации торгов на рынке аграрной продукции реализуется совместно с ОАО «Санкт-Петербургская биржа», которая является организатором торгов. Все эти фьючерсы исключительно расчетные, то есть используются исключительно для хеджирования.

На основании этих данных можно сделать вывод, что в настоящее время в России торговля товарными фьючерсами делает лишь первые шаги. Основным сдерживающим фактором развития российского биржевого товарного рынка является негативное отношение к срочному рынку со стороны крупных игроков как к дополнительному каналу сбыта.

Однако в России существуют предпосылки организации биржевой торговли на зерно. К ним можно отнести:

- высокую волатильность зернового рынка;
- отсутствие биржевого центра ценообразования на пшеницу в странах Черноморского региона;
- низкую корреляцию между фьючерсными ценами ведущих бирж и ценами на зерно в Черноморском регионе, что затрудняет использование зарубежных инструментов хеджирования участниками рынка Черноморского региона;
- сложившуюся в Черноморском регионе инфраструктуру спот-рынка;
- наличие в России сложившейся эффективной инфраструктуры биржевой торговли;
- опыт полученный МТБ и ММВБ при проведении государственных интервенций на рынке зерна.

Таким образом, для эффективного функционирования зернового рынка следует особое значение придать развитию биржевой инфраструктуры, внедрять и использовать зарубежный опыт работы с инструментами хеджирования рисков.

Литература:

1. Анно А.А. О справедливости гипотезы эффективности рынка агрофьючерсов // Управление риском – 2008. - №3 – С. 67-72
2. Гладилин А.А. Проблемы развития биржевых механизмов на рынке зерна в России // Финансы и кредит. – 2013. - №3 (531). – С. 31-33
3. Организация биржевой торговли фьючерсами на пшеницу // Рынок ценных бумаг - май 2008.- №5 (55). – С. 15-19.

4. Селищев А.С. Лекции по курсу «Производные финансовые инструменты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://selishchev.com/tfi.html>
5. Данные официального сайта Московской биржи -<https://moex.com>
6. К вопросу о ценообразовании на зерно в регионе Черного и Средиземного морей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://exp.idk.ru/question/interview/k-voprosu-o-cenoobrazovanii-na-zerno-v-regione-chernogo-i-sredizemnogo-morej/362929/>
7. Мировой рынок зерна: основные производители и потребители. Справка [Электронный ресурс]. – Официальный сайт РИА Новости. – Режим доступа: <http://ria.ru/economy/20090519/171568829.html#ixzz2zbuh3F6X>
8. FAS USDA: В сезоне 2013/2014 экспорт зерна из России вырастет до 24 млн. т [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zol.ru/review/show.php?data=94531>

С. Г. Квеквескири

СПбГЭУ, программа «Ценные бумаги и ПФИ»
д.э.н., профессор Селищев А.С.

РОССИЙСКИЕ КРЕДИТНО-РЕЙТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ ДО КРИЗИСА 2008 И ПОСЛЕ

В данной статье рассмотрены периоды становления российских кредитно-рейтинговых компаний, их регулирование со стороны государства. Проведен анализ российского рынка рейтинговых услуг, подтверждающий тенденцию роста значимости кредитных рейтингов внутри страны в после кризисный период. Подчёркиваются три фактора роста, которые способны дать импульс развитию национальной индустрии рейтингования.

This article examines the periods of formation of Russian credit rating companies, their regulation by the state. The analysis of the Russian market of rating services, confirming the trend of the growing importance of credit ratings in the country in the post-crisis period. Underlined three growth factor, which are able to give impetus to the development of national industry of rating.

Ключевые слова: рейтинг; рейтинговые агентства; кредитные рейтинги; рейтинговые услуги.

Key words: rating ; rating agencies ; credit ratings ; rating services.

Формирование индустрии кредитных рейтингов обусловлено присущей финансовому рынку информационной асимметрией и всеобщей заинтересованностью в преобразовании большого объема разрозненной финансовой информации в простую и ясную оценку кредитоспособности должников – кредитный рейтинг. В США практика присвоения кредитных рейтингов эмитентам долговых обязательств насчитывает уже более ста лет, в то время как европейский и национальный рынки кредитно-рейтинговых услуг получили развитие лишь в последние два десятилетия.

Большинство российских рейтинговых агентств основаны после 1998г., и история присвоения рейтингов не является достаточной для адекватной статистической проверки их достоверности. И в качестве отправной точки развития российского рынка рейтинговых услуг можно считать приход на российский рынок международных рейтинговых агентств и присвоение России странового рейтинга в 1996 г., затем появление возможности зарубежных заимствований (2003 г.) и получение Россией рейтингов инвестиционного уровня (2005–2006 гг.), стимулировало рост интереса к этим инструментам оценки кредитных рисков и регулирования.

Деятельность рейтинговых агентств до недавнего времени практически не была подвержена регулированию (только после серии громких корпоративных банкротств и в особенности после мирового финансового кризиса, выявившего серьезные просчеты в методиках рейтингования, американские в том числе и российские регуляторы начали формировать подходы к регулированию рейтинговых агентств в целях обеспечения ее прозрачности). Мировой кризис 2008 г., стал показателем некомпетентности традиционных международных рейтинговых агентств, и стал неким импульсом для становления национальных рейтинговых агентств с аспектом осознания их необходимости.

Национальные рейтинговые агентства обладают существенным отличием не только относительно цены рейтинга, от цен глобальных рейтинговых агентств, а так же тем что уделяют особое внимание сопровождению рейтинга после того, как он был присвоен, рейтинговым агентством, а глобальные агентства этому аспекту уделяет время меньше.

Деятельность рейтинговых агентств в России до кризиса регулированию не подлежала, и в результате чего рейтинговые агентства действовали как обычные коммерческие предприятия и не имели каких-либо признаков квалификации, то есть фактически могли быть отнесены к любому виду деятельности[4, с.23].

Начиная с осени 2008г. Банком России было утверждено приказом решение о признании рейтингов национальных рейтинговых агентств, это было утверждено признание четырех российских рейтинговых агентств («Рус-Рейтинг», НРА, АК&М и «Эксперт РА»).

Приказом Министерства Юстиций Российской Федерации от 04.05.2010 «Об утверждении Порядка аккредитации рейтинговых агентств и ведения реестра аккредитованных рейтинговых агентств», приказом от 17.09.2010 г. Минфином РФ были аккредитованы семь рейтинговых компаний [2]:

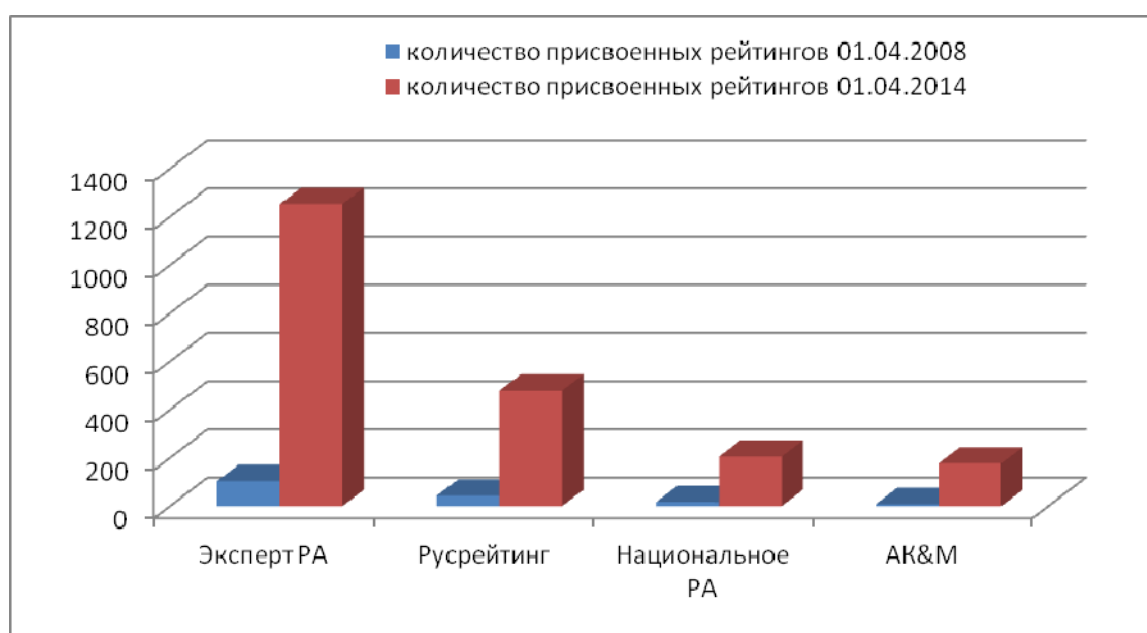
1. Fitch Ratings CIS Ltd (СНГ);
2. S&P's International Services;
3. Moody's Investors Service;
4. ООО «Национальное рейтинговое агентство»;

5. ЗАО «РА. Анализ. Консультации. Маркетинг»;
6. Консорциум «Эксперт РА-АК&М»;
7. ЗАО «Рус-Рейтинг».

В целях контроля за деятельностью рейтинговых агентств приказом Минфина от 28.04.2011 года был образован Экспертный совет по деятельности рейтинговых агентств [3]. Он является постояннодействующим совещательным органом, главной его целью является выработка единых подходов в вопросах деятельности рейтинговых агентств. Экспертный совет разрабатывает и рассматривает предложения по вопросам деятельности рейтинговых агентств, по совершенствованию порядка их аккредитации и ведения реестра

Впервые понятие рейтинговое агентство было введено, Федеральный закон "О рынке ценных бумаг". Рейтинговое агентство - коммерческая организация, которая на основании договора может присваивать юридическим лицам и иным образованиям индивидуальные рейтинги кредитоспособности, рейтинги надежности и финансовой устойчивости и другие рейтинги...[1].

Анализ российского рынка рейтинговых услуг подтверждает тенденцию роста значимости кредитных рейтингов внутри страны. Это выражается как в объемах предоставляемых рейтинговыми агентствами услуг, так и в активном использовании рейтингов различными субъектами экономики: от конкретных компаний и инвесторов до органов государственного регулирования.



Источник: По данным официальных сайтов рейтинговых агентств

Рис. 1. Структура рынка российских рейтингов финансовых институтов до кризиса и после

Развитие внутреннего рынка заемных средств и ссудного капитала, снижение внутренних цен и постепенное сближение их с мировым уровнем будет способствовать переключению многих компаний на услуги национальных рейтинговых агентств. После ужесточения условий заимствований и сжатия ликвидности на международных рынках, часть спроса на кредитные ресурсы переключилась на внутренний рынок.

По оценкам аналитиков, в дальнейшем рост внутреннего рынка будет обуславливать необходимость использования рейтингов национальных агентств в сделках по привлечению финансирования.

Рост рынка рейтинговых услуг стимулируется также повышением требований к прозрачности и открытости национальных компаний.

С развитием рынков кредитных ресурсов и необходимостью поиска более гибких подходов к оценке рисков (в том числе и с имплементацией принципов Второго Базельского Соглашения), роль кредитного рейтинга в отношениях инвесторов и эмитентов будет только возрастать.

Система кредитных рейтингов представляет собой базовую инфраструктуру оценки рисков финансовых инструментов и заемщиков. Необходимость создания и поддержания самостоятельной национальной инфраструктуры рейтингования определяется интересами экономической и финансовой устойчивости, а также целями экспансии российского капитала за рубеж.

Следует выделить три фактора роста, которые способны дать импульс развитию национальной индустрии рейтингования – совершенствование законодательства, рост рынка внутренних заимствований и объективная необходимость повышения уровня прозрачности российских эмитентов.

Неудивительно, что рынок рейтинговых услуг в России в настоящее время активно развивается, а спрос на услуги рейтинговых агентств растет из года в год. В то же время, несмотря на широкое применение кредитных рейтингов в целях регулирования, рост количества и качества кредитных рейтингов происходит зачастую за счет усилий самих рейтинговых агентств

По мере дальнейшего развития рейтинговых услуг и улучшения российского законодательства национальная индустрия рейтингов разделится на два больших сегмента: международный и внутренний. Те финансовые институты, которым рейтинг необходим для внешнего заимствования и иных операций по внешнеэкономической деятельности, будут обслуживаться международными рейтинговыми агентствами с присвоением международного рейтинга. В случае же заинтересованности в развитии на внутреннем рынке, финансовые институты будут ориентироваться на деятельность национальных рейтинговых агентств, имеющих большой опыт работы в условиях российской специфики. В результате, на наш взгляд, в

течение нескольких лет число рейтингов, присвоенных российскими агентствами, значительно превысит число рейтингов российских эмитентов, присвоенных международными агентствами.

Кроме того, российские РА, конкурируя с международными, как правило, предоставляют ряд дополнительных сервисов, таких как ренкинги (оценка по объему средств, проводимых операций и проч.) компаний в различных отраслях [5].

С принятием процедуры аккредитации российских рейтинговых агентств их роль на национальном рынке рейтинговых услуг возрастает, что стимулирует их стремление к признанию на европейском и международном финансовых рынках.

Литература:

1. Федеральный закон "О рынке ценных бумаг" от 22.04.1996 N 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "О рынке ценных бумаг", глава 1, статья 1.
2. Приказ Министерства юстиций РФ «Об утверждении Порядка аккредитации рейтинговых агентств и ведения реестра аккредитованных рейтинговых агентств» от 04.05.2010г.
3. Приказ Министерство Финансов Р.Ф. « Об образовании Экспертного совета по деятельности рейтинговых агентств»
4. Онучак В. А. Международные и национальные рейтинговые агентства : учебное пособие /В. А. Онучак. - Москва : Анкил, 2012. - 165 с.
5. Официальный сайт www.banki.ru

Н. М. Клишин

СПбГЭУ, кафедра страхования и управления рисками

**СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СТРОИТЕЛЬНОМ СЕКТОРЕ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

В статье проведен краткий анализ требований саморегулируемых организаций в сфере строительства к страхованию гражданской ответственности за причинение вреда другим лицам своих членов. В работе автор акцентирует внимание на основные различия в требованиях саморегулируемых организаций и предлагает возможный вариант решения.

In article the short analysis of requirements of the self-regulating organizations in the construction sphere to insurance of a civil liability for infliction of harm to other faces of the members is carried out. In work the author focuses attention to the main distinctions in requirements of the self-regulating organizations and offers possible version of the decision.

Ключевые слова: страхование; гражданская ответственность; саморегулируемые организации; строительство.

Key words: insurance; civil liability; self-regulating organizations; construction.

Федеральный закон «О саморегулируемых организациях» №315-ФЗ от 01.12.2007г. устанавливает два способа обеспечения имущественной ответственности членом саморегулируемых организаций перед потребителями: создание системы личного и (или) коллективного страхования и формирование компенсационного фонда.

При этом Градостроительный кодекс Российской Федерации, регламентирующий саморегулирование в строительной сфере, предусматривает возможность снижения строительными компаниями взносов в компенсационные фонды саморегулируемых организаций (далее – СРО). Это происходит в случае, если такая СРО устанавливает требование к своим членам о страховании гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков работ, которые оказывают влияние на безопасность объектов капитального строительства (далее – страхование гражданской ответственности).

Законодательство Российской Федерации не устанавливает никаких требований к данному виду страхования кроме названия. А вот СРО имеют право самостоятельно разрабатывать «положения о страховании», в которых могут быть прописаны требования, как к заключаемым договорам страхования гражданской ответственности, так и к самим страховым компаниям, в которых может быть застрахована гражданская ответственность членом этой СРО.

Проанализируем требования к страхованию гражданской ответственности на примере 4 крупнейших строительных СРО в Санкт-Петербурге и Ленинградской области – НП «Балтийский строительный комплекс», НП «Объединение строителей Санкт-Петербурга», НП «Газораспределительная система. Строительство», НП «Инжспецстрой-Электросетьстрой».

Положения о страховании указанных СРО предусматривают следующие требования по установлению минимальных страховых сумм в договорах страхования гражданской ответственности своих членом (см. табл.1).

Таблица 1

**Требования по минимальным размерам страховых сумм
для договоров страхования гражданской ответственности**

	БСК	Объединение строителей Санкт-Петербурга	Газораспределительная система. Строительство	Инжспецстрой-Электросетьстрой
Размер минимальной страховой суммы, млн.руб.	10 – 400	10 – 40	10	5 - 100

При этом НП «Балтийский строительный комплекс» определяет следующие факторы, влияющие на минимальный размер страховой суммы:

- Объем финансового оборота в связи со строительной деятельностью за предшествующие 12 месяцев;
- Количество видов работ, свидетельство о допуске к которым намерен получить страхователь;
- Намерение страхователя осуществлять организацию работ по строительству, реконструкции, капитальному ремонту (генеральный подряд).

НП «Объединение строителей Санкт-Петербурга» в качестве таких факторов выделяет только объем выполненных работ за предыдущий год и количество видов работ, свидетельство о допуске к которым намерен получить страхователь.

НП «Инжспецстрой-Электросетьстрой» привязывает минимальный размер страховой суммы по договору страхования гражданской ответственности своих членов в зависимости от стоимости одного объекта по одному договору строительного подряда, а также предусматривает повышение размера страховой суммы при работах на особо опасных, технически сложных, уникальных объектах капитального строительства и на объектах использования атомной энергии.

Как видно из представленных данных, среди саморегулируемых организаций нет единства в определении минимальных размеров страховых сумм по договорам страхования гражданской ответственности, что приводит к страхованию строительных организаций Санкт-Петербурга и Ленинградской области с разным объемом покрытия.

Другое требование, на которое стоит обратить внимание, – это требование о наличии лицензии на конкретный вид страхования у страховщика, заключающего договор страхования гражданской ответственности с членом СРО.

Так НП «Объединение строителей Санкт-Петербурга» считает необходимым наличие действующей лицензии на осуществление следующих видов страхования:

страхование имущества юридических лиц, за исключением транспортных средств и сельскохозяйственного страхования (далее - вид №12);

страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков товаров, работ, услуг (далее - вид №19).

страхование гражданской ответственности за причинение вреда третьим лицам (далее - вид №20).

НП «Балтийский строительный комплекс» требует наличие лицензии только на вид №20, а НП «Газораспределительная система. Строительство» только на вид №19.

НП «Инжспецстрой-Электросетьстрой» вообще не устанавливает требований по наличию лицензии на какой-либо вид страхования.

Основной проблемой при этом является различие между видом страхования №19 и №20.

По сложившейся практике, страхование гражданской ответственности за причинение вреда третьим лицам (вид №20) покрывает риски возникновения гражданской ответственности в процессе осуществления всего цикла строительно-монтажных работ до момента их окончания. Но, как правило, не включает в себя риски за дефекты произведенных работ, которые могут проявиться и нанести вред третьим лицам во время эксплуатации объекта строительства.

Страхование гражданской ответственности за причинение вреда вследствие недостатков товаров, работ, услуг (вид №19) наоборот обеспечивает покрытие рисков возникновения гражданской ответственности перед третьими лицами в период эксплуатации сданного объекта строительства и не покрывает гражданскую ответственность подрядчика в период непосредственного осуществления им работ.

Данная ситуация фактически приводит к тому, что строительные организации, входящие в разные СРО, получают покрытие рисков причинения вреда другим лицам на разных, непересекающихся этапах существования строительных объектов. В одном случае, это этап осуществления строительных работ на объекте, в другом случае, - этап эксплуатации объекта после окончания строительных работ.

Нет единого мнение у СРО и в отношении установления ретроактивного периода страхования, т.е. период времени, предшествующий дате заключения договора страхования, в течение которого могли быть допущены недостатки работ, которые привели к причинению вреда и наступлению страхового случая в течение действия договора страхования гражданской ответственности.

НП «Объединение строителей Санкт-Петербурга» устанавливает требование о ретроактивном периоде с момента получения страхователем первого свидетельства о допуске до вступления договора страхования гражданской ответственности в силу, но не более 10 лет или срока службы результата работ.

НП «Инжспецстрой-Электросетьстрой» также требует устанавливать ретроактивный период с момента получения страхователя – члена партнерства первого свидетельства о допуске к работам, но не ранее трех лет до даты вступления в силу заключаемого договора страхования гражданской ответственности.

НП «Балтийский строительный комплекс» и НП «Газораспределительная система. Строительство» не устанавливают требований о ретроактивном периоде к заключаемым их членами договорам страхования гражданской ответственности.

Разные требования к установлению ретроактивного периода также вносят различия в страховое покрытие строительных организаций.

Таким образом, проведенный анализ показал, что крупнейшие СРО строительной отрасли в г. Санкт-Петербурге и Ленинградской области устанавливают разные требования к осуществлению страхования гражданской ответственности своих членов. При этом различия заключаются не только в размере покрытия, но и в перечне рисков на случай реализации которых осуществляется страхования. Это в целом снижает эффективность страхования как механизма обеспечения имущественной ответственности членов СРО и повышает риск выплат из средств компенсационных фондов СРО.

Решением данной проблемы могло бы быть введение единых, стандартизированных требований к страхованию гражданской ответственности членов СРО строительного сектора.

С. В. Румянцев

СПбГЭУ, программа «Ценные бумаги и производные финансовые инструменты»
к.э.н., доцент Григорьев Э. Г.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЗНАЧЕНИЯ КОТИРОВКИ ОБЫКНОВЕННЫХ АКЦИЙ MICROSOFT С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ CAPM МОДЕЛИ

В статье приводится алгоритм прогнозирования значения котировки обыкновенных акций Microsoft с использованием CAPM модели. Прогнозирование производится на один день вперед, на основе имеющихся данных о значениях стоимости акций Microsoft и индекса Nasdaq Computer за один год.

In this article author presents method of forecast for Microsoft shares quotations with CAPM model for one day in future. Forecast made from the data about prices of Microsoft shares and Nasdaq Computer index for one year.

Ключевые слова: Прогноз, акции, котировки, CAPM, Microsoft, Nasdaq, цена акций, инвестиции, биржевая торговля, фондовый рынок.

Key words: Forecast, shares, quotations, CAPM, Microsoft, Nasdaq, price of shares, investments, exchange trade, stock market.

Данное исследование проводится с целью прогнозирования значения котировки акций Microsoft Corporation (MSFT), которые торгуются на фондовой бирже NASDAQ и входят в состав биржевого индекса NASDAQ Computer (^IXCO).

В качестве основы исследования берутся современные данные [1, с.1] о значениях котировок MSFT и значениях биржевого индекса ^IXCO за период с 1 апреля 2013 года по 28 марта 2014 года. Общий объем вы-

борки – 252 наблюдения. В исследовании анализируются данные выборки и производится прогнозирование значения котировки акций MSFT на 31 марта 2014 года по CAPM-модели.

CAPM-модель (Capital Asset Pricing Model) или модель оценки финансовых активов позволяет измерить систематический риск инвестиций. Рассмотрим CAPM-модель на примере формулы №1, в которую подставим интересующие нас переменные:

$$r_t^{\text{MSFT}} = \alpha + \beta * r_t^{\text{IXCO}}$$

Формула №1

Где: r_t^{MSFT} - доходность акций MSFT за период времени t; α - безрисковая доходность (например: доходность по Государственным облигациям); β - коэффициент бета или «коэффициент рисковости» является мерой систематического риска, отражает чувствительность котировки акций MSFT к изменению среднерыночной доходности по индексу IXCO , в состав которого входит MSFT: чем сильнее реагирует котировка акций на изменение индекса (общерыночные изменения), тем коэффициент бета выше; r_t^{IXCO} - доходность индекса IXCO , среднерыночная доходность, доходность репрезентативной выборки активов.

В связи с вышеизложенным, справедливо сделать вывод о том, что доходность акций MSFT определяется безрисковой доходностью и премией на систематический риск. Коэффициент бета зависит от стандартных отклонений дохода по акциям MSFT по рыночному портфелю - индексу IXCO . Если $\beta < 1$, это означает, что курс актива и его доходность изменяются в одном направлении с рынком, но медленнее рынка. Такой актив считается «защищенным». Если же $\beta > 1$, значит курс и, соответственно, доходность актива изменяются быстрее рынка, также, в одном направлении. Такой актив считается «агрессивным». Отрицательная «бета» означает, разнонаправленность изменений курсов актива и рынка в целом. Если же «бета» равна единице – значит, актив в полной мере следует за рынком.

Минимальное значение IXCO за рассматриваемый период составило 1508,3; максимальное 2122,6; среднее 1828,4. Абсолютный рост значения индекса составил 495,51.

Акции MSFT за рассматриваемый период выросли на 12,51 USD. Минимальное значение котировки MSFT составило 27,74 USD; максимальное 40,5; среднее 34,325. Можно сделать вывод о сонаправленной положительной динамике котировок MSFT и IXCO . Из этого следует, что «бета» акций MSFT будет иметь положительное значение, однако, отличное от единицы, ввиду визуального определения наличия расхождения в графиках.

Далее приступим к анализу доходностей акций MSFT и индекса IXCO . Доходность актива для целей данного исследования представляет собой цепной темп прироста стоимости акций MSFT, значения индекса

\wedge IXCO. Доходность можно представить, как первую разность логарифмов, согласно формуле 2:

$$r_t = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} = \frac{P_t}{P_{t-1}} - 1 \approx \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right) = \ln p_t - \ln p_{t-1} = \Delta \ln p_t$$

Формула №2

Где: r_t - доходность MSFT, либо \wedge IXCO за период времени t ; P_t - цена MSFT, либо значение \wedge IXCO в периоде времени t ; P_{t-1} - цена MSFT, либо значение индекса в периоде времени $t-1$.

Показатели доходности MSFT и \wedge IXCO выражаются в процентах или долях, что обеспечивает возможность их корректного сравнения между собой.

Для индекса \wedge IXCO за рассматриваемый период минимальное значение доходности составило $-0,025517$; максимальное $0,023607$; среднее $0,0010949$.

Для акций MSFT минимальное значение доходности составило $-0,12096$; максимальное $0,070183$; среднее $0,0014808$. Доходность акций MSFT обладает большей волатильностью по сравнению с доходностью индекса \wedge IXCO, что создает возможности получить больший доход при инвестировании в акции MSFT, однако, такая возможность, безусловно, сопряжена с большим риском капиталовложений.

Из рисунка №3 видно, что значения доходностей MSFT и \wedge IXCO находятся на некотором, визуально, достаточно значительном удалении от линии регрессии. Из этого утверждения можно сделать вывод о том, что значение показателя R^2 будет, достаточно ощутимо, меньше единицы, а также, что в эконометрической модели будут иметь место отклонения (случайные ошибки).

Построим регрессионную модель по методу наименьших квадратов для анализа зависимости доходностей акций MSFT от доходностей индекса \wedge IXCO. Из расчётов следует, что коэффициент детерминации действительно достаточно низок и равен $0,296812$. Это означает, что вариация доходности индекса \wedge IXCO лишь на $29,68\%$ объясняет вариацию доходности акций MSFT. Влияние доходности индекса на доходность акций статистически значимо, так как нулевая гипотеза о незначимости отвергается в данной модели ввиду крайне низкого значения $P\text{-value} = 8,39e-021$. Низкая константа равная $0,000331095$ не оказывает значительного влияния на доходность акций. Следовательно, ввиду низкого R^2 можно сделать вывод о наличии значительного объёма остатков в данной модели. Проведём тест на нормальность их распределения. В результате теста была сделана нулевая гипотеза о распределении остатков модели по нормальному закону. Статистика Дорника-Хансена = $230,795$ при крайне низком значении $P\text{-value} = 7,64681e-051$. Из этого следует, что нулевая гипотеза не значима

и её необходимо отвергнуть в пользу альтернативной, которая утверждает, что распределение отлично от нормального.

Проведём тест Уайта на гетероскедастичность (непостоянство дисперсии остатков модели). Нулевая гипотеза: гетероскедастичность отсутствует. Тестовая статистика $LM = 17,6967$ при крайне низком значении $P\text{-value} = 0,000143619$. Следовательно, формально, необходимо отвергнуть нулевую гипотезу в пользу альтернативной и сделать вывод о наличии гетероскедастичности в данной модели. Предпримем попытку избавиться от гетероскедастичности путём проведения HAC процедуры. Для этого изменим на единицу лаг регрессора (доходность \hat{IXCO}), получим, таким образом, новый регрессор, который используем при построении новой модели по МНК. В полученной модели удалось избавиться от гетероскедастичности. Тест Уайта показал, что следует принять нулевую гипотезу об отсутствии гетероскедастичности, так как тестовая статистика $LM = 0,069101$ при $P\text{-value} = 0,96604$. Автокорреляция в модели также отсутствует. Однако применение HAC процедуры существенно снизило коэффициент детерминации, его значение составило лишь $0,002639$, то есть вариация нового вновь созданного регрессора (доходности индекса с измененным лагом) лишь на $2,6\%$ объясняет вариацию зависимой переменной (доходность акций MSFT). В связи со столь низким значением показателя R^2 принимаем решение о нецелесообразности дальнейшего использования регрессионной модели с измененным регрессором при прогнозировании значения котировки и далее будем работать только с первоначально построенной по МНК регрессионной моделью. Нулевую гипотезу об отсутствии гетероскедастичности в данном конкретном случае примем при уровне значимости $0,014\%$.

Проведем тест на наличие автокорреляции остатков регрессионного уравнения. Для этого проведём тест Бриша-Годфри до десятого лага. Нулевая гипотеза: автокорреляция отсутствует. Тестовая статистика: $LMF = 0,634749$ при значимости $P\text{-value} = 0,783381$. Принимаем нулевую гипотезу. Автокорреляция в модели отсутствует.

Бета коэффициент в полученной по методу МНК модели равен $1,05003$. Это позволяет сделать вывод о том, что динамика доходности по акциям MSFT за рассматриваемый в данном исследовании период практически вровень идёт с динамикой доходности индекса \hat{IXCO} , однако, доходность акций несколько опережает доходность индекса. Это позволяет сделать вывод о некоторой, пусть и незначительной, «агрессивности» акций MSFT, то есть в рассматриваемом периоде с 01.04.2013 по 28.03.2014 вложения в акции MSFT могли принести инвестору чуть большую доходность, по сравнению с вложениями в индекс \hat{IXCO} при, соответственно, чуть большем риске.

Проанализируем бета коэффициент с помощью теста на линейные ограничения. В рамках нулевой гипотезы приравняем значение «беты» к единице и произведём расчёты: тестовая статистика $F(1, 249) = 0,238565$ при $P\text{-value} = 0,625674$. То есть, формально, мы должны принять нулевую гипотезу о том, что «бета» равна единице. Отвергнув нулевую гипотезу, мы ошибёмся в 62,5% случаев. Однако, полученное нами ранее расчётное значение бета коэффициента равно 1,05003, что очень близко к единице. В данном случае для последующего прогнозирования рекомендуется, не смотря на высокий показатель значимости ($P\text{-value}$), отвергнуть нулевую гипотезу о том, что «бета» равна единице в пользу альтернативной о том, что это не так. В дальнейшем будем считать справедливым полученное в рамках данной модели расчётное значение бета коэффициента 1,05003. Ведь именно это незначительное расхождение между расчётным значением «беты» и единицей отчётливо прослеживается на графике динамики доходностей (рисунок №2) и является ключевым для целей исследования. Особенно точно расхождение видно в определенные дни выборки, когда графически доходность акций наглядно отклоняется от доходности индекса.

Проведем проверку на значимость коэффициентов по критерию Стьюдента. Возьмём простую нулевую гипотезу о том, что корреляция показателей доходности MSFT и $\wedge IXCO$ отсутствует. Рассчитаем критерий Стьюдента: $t(249) = 10,2519$, двухстороннее $P\text{-value} 0,0000$. Следовательно, отвергаем нулевую гипотезу об отсутствии корреляции в пользу альтернативной о её наличии.

Проведем проверку значимости регрессии в целом по критерию Фишера. Нулевая гипотеза: параметры регрессии равны нулю. Тестовая статистика: $F(1, 249) = 105,102$ при $P\text{-value} = 8,38602e-021$. Следовательно, отвергаем нулевую гипотезу в пользу альтернативной, в которой говорится о значимости коэффициентов регрессионного уравнения. Таким образом исключать незначимые регрессоры не представляется необходимым, ввиду отсутствия таковых.

Приступим к прогнозированию значения котировки акций MSFT на 31 марта 2014 года. Первым шагом на пути к получению значения котировки будет прогнозирование доходности акций MSFT на 31 марта 2014 года с помощью имеющейся регрессионной модели.

Аналитически предсказанная доходность акций MSFT на 31 марта 2014 года составит 0,008381 или 0,8381%. С 95-процентной вероятностью можно утверждать, что 31 марта 2014 года доходность акций MSFT составит не менее -1,9302% и не более 3,6065%.

На основании полученных прогнозных данных о доходности MSFT, произведем расчёт значения котировки MSFT на 31 марта 2014 года по формуле №3:

$$\hat{p}_{31.03.14} = p_{28.03.14} * e^{r_{31.03.14}}$$

Формула №3

Где: $\hat{p}_{31.03.14}$ - прогнозируемое на 31 марта 2014 года значение котировки акций MSFT; $p_{28.03.14}$ - значение котировки акций MSFT на 28 марта 2014 года; $r_{31.03.14}$ - прогнозируемое на 31 марта 2014 года значение доходности акций MSFT.

Произведя математические расчёты по формуле №3, получим значение котировки MSFT на 31 марта 2014 года равное 40,64 USD.

Сравним полученное прогнозируемое значение котировки MSFT на 31 марта 2014 года с реальным значением, которое было зафиксировано на 31 марта 2014 года [1, с.1] и составило 40,99 USD. Результат прогноза, безусловно, попал в 95-процентный доверительный интервал и оказался весьма правдоподобным. Ошибка прогноза значения котировки в абсолютном выражении составила лишь 35 центов или 0,8684%, что, на мой взгляд, является хорошим результатом. Вывод: использование CAPM-метода при прогнозировании значений котировок ценных бумаг, входящих в состав того или иного биржевого индекса является целесообразным, а результаты прогнозов являются достаточно достоверными.

Литература:

1. Интернет-портал <http://finance.yahoo.com> // профили Microsoft Corporation и индекса NASDAQ Computer.

Д. О. Читанова
СПбГЭУ, программа «ЦБ и ПФИ»
д.э.н., профессор Селищев А. С.

ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ФОНДОВЫЕ ИНДЕКСЫ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Существующий в настоящее время в России фондовый рынок является типичным крупным развивающимся рынком, который уже начал выполнять макроэкономическую функцию трансформации сбережений в инвестиции для нашей страны. Данный рынок характеризуется, с одной стороны, высокими темпами позитивных количественных и качественных изменений, с другой стороны - наличием многочисленных проблем, носящих комплексный характер и препятствующих более эффективно его развитию. Для модели российского финансового рынка в среднесрочной перспективе будут характерны две тенденции: динамичное развитие и подверженность высоким уровням риска.

The current in the Russian stock market is typical of the largest emerging markets , which have already started to carry out macroeconomic function of transformation of savings into investments for our country. This market is characterized, on the one hand, the

high rate of positive quantitative and qualitative changes , on the other hand - the presence of the many problems of a complex nature and preventing its more effective development. Model for the Russian financial market in the medium term will be characterized by two trends: the rapid development and exposure to high levels of risk.

Ключевые слова: российский фондовый рынок, основные российские индексы, среднесрочные тенденции развития фондового рынка.

Key words: Russian stock market, key Russian indices, medium-term trends of the stock market.

Особенностью развития глобальной экономики в XX - начале XXI веков стало существенное возрастание роли фондового рынка, который приобретает ведущее значение в системе финансовых рынков. В корпоративных ценных бумагах, в настоящее время, воплощена большая часть активов развитых стран мира. Тенденции развивающихся стран направлены на усиление роли фондового рынка в качестве источника привлечения средств.

Существующий в настоящее время в России фондовый рынок является типичным крупным развивающимся рынком. Он характеризуется, с одной стороны, высокими темпами позитивных количественных и качественных изменений, с другой стороны - наличием многочисленных проблем, носящих комплексный характер и препятствующих более эффективному его развитию.

Российский фондовый рынок уже начал выполнять макроэкономическую функцию трансформации сбережений в инвестиции для нашей страны. Все большее количество предприятий реального сектора начинает рассматривать его в качестве основного источника привлеченных ресурсов для финансирования инвестиций в основной капитал и поглощения конкурентов.

В условиях глобализации мировой экономики, роста количества торгуемых инструментов и объемов торговли возрастает значение фондовых индексов как обобщенных показателей состояния и динамики развития финансовых рынков. Фондовые индексы представляют собой усредненные характеристики ценовых параметров различных совокупностей ценных бумаг. Они выполняют как информационную функцию для анализа рынка и принятия инвестиционных решений, так и инструментобразующую функцию, выступая в качестве базового актива для фьючерсов, опционов, индексных инвестиционных фондов.[1, с.121].

В настоящее время рассчитываются десятки различных индексов российского рынка акций, как российскими, так и международными организациями: биржами, инвестиционными агентствами, инвестиционными банками, брокерскими фирмами и т.д. Наиболее широко распространенными для рынка акций сегодня являются - индекс РТС и индекс ММВБ.

Фондовый индекс - составной показатель изменения цен определённой группы ценных бумаг - «индексной корзины».

Как правило, абсолютные значения индексов не важны. Большое значение имеют изменения индекса с течением времени, поскольку они позволяют судить об общем направлении движения рынка, даже в тех случаях, когда цены акций внутри «индексной корзины» изменяются разнонаправлено. В зависимости от выборки показателей, фондовый индекс может отражать поведение какой-то группы ценных бумаг (или других активов) или рынка (сектора рынка) в целом.

Индексы Московской Биржи – композитные индексы российского фондового рынка, рассчитываемые ЗАО «ФБ ММВБ на основе цен сделок, совершаемых с наиболее ликвидными и капитализированными ценными бумагами, допущенными к обращению на бирже в соответствии с методикой. Биржа рассчитывает основной индекс с использованием цен сделок с ценными бумагами, выраженных в российских рублях (индекс), а также индекс с использованием цен сделок с ценными бумагами, выраженных в долларах США (долларовый индекс). Наименование Индекса на русском языке «Индекс ММВБ», наименование Индекса на английском языке – «MICEX Index». Наименование долларового Индекса на русском языке – «Индекс РТС», на английском языке – «RTS Index».

Основные индексы Московской Биржи (Индекс ММВБ и Индекс РТС) представляют собой ценовые, взвешенные по рыночной капитализации (free-float) композитные индексы российского фондового рынка, включающие 50 наиболее ликвидных акций крупнейших и динамично развивающихся российских эмитентов, виды экономической деятельности которых относятся к основным секторам экономики, представленных в ЗАО "Фондовая биржа ММВБ".[3]

Начало расчета индекса ММВБ – 22 сентября 1997 года, Индекса РТС – 01 сентября 1995 года.[4]

Для модели российского финансового рынка в среднесрочной перспективе будут характерны две тенденции: динамичное развитие и подверженность высоким уровням риска. К отличительным чертам российского финансового рынка можно отнести следующие:

- Относительная ограниченность облигационного рынка. Если в США, например, объем рынка государственных и муниципальных облигаций достигает 190% ВВП, а в Германии — 115%, то в России он не превышает на сегодняшний день 8%. Рынок корпоративных облигаций также не столь широк, как в западных странах (около 40% ВВП в США, от 25 до 35% — в странах зоны евро и 14% — в России). В значительной степени такая ситуация компенсируется масштабом фондового рынка.

- Завышенная оценка стоимости компаний относительно показателей развития самой экономики. В частности, накануне кризиса 2008 г. капитализация российского фондового рынка превышала 120% ВВП (в Германии на тот же период она составляла несколько менее 70%), а «Газпром» оце-

нивался в сумму, эквивалентную 27,7% ВВП России, тогда как самые крупные компании США и Германии в последние годы не стоили более 3-3,5% их ВВП.

- Неполная конвертируемость рубля, несмотря на то, что его курс устанавливается в результате действия свободных рыночных сил. Сегодня все операции с российским рублем сосредоточены внутри России, а его использование даже на постсоветском пространстве весьма ограничено (в 2010 г. Беларусь отказалась получать стабилизационный кредит в российских рублях). По данным Банка международных расчетов, доля рубля в глобальных операциях на Forex не превышает 0,2%.

В связи с этим представляется целесообразным выделить несколько концептуальных моментов по улучшению функционирования финансовых рынков. Речь идет о необходимости перемен на международном уровне в глобальной торговой и финансовой сфере. Финансовые институты должны работать на опережение, стратегически мыслить, в большей степени соответствовать современной мировой архитектуре.[2]

Правильное и стабильное функционирование финансового рынка способно обеспечить экономический рост, который, в свою очередь, в современных условиях гармонизирует систему общественных отношений. Поскольку одной из составляющих финансового рынка является система пенсионных фондов и социального страхования, то ситуация на финансовом рынке непосредственно оказывает влияние на систему социальной защиты. Стремление улучшить работу этого механизма должно приводить не только к материальному благополучию населения и повышению экономической эффективности, но и к внедрению новейших информационных и коммуникационных технологий.

Литература:

1. Стуканов О.А. Рынок ценных бумаг как фактор экономического роста российской экономике на современном этапе - М.: - 2011.
2. 10-ая Межвузовская научная конференция «Современное состояние, инструменты и тенденции развития фондового рынка». Москва. 19 апреля 2013 г.
3. Методика расчета индекса ММВБ. Internet [http:// www.micex.ru](http://www.micex.ru)
4. Основные индексы Московской биржи <https://moex.com/s770>

СЕКЦИЯ 6. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И НОВАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Е. А. Бездень

СПБГЭУ программа «Налоги и Налогообложение»

д.э.н., профессор Вылкова Е.С.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»

В статье содержатся основные подходы к определению понятия «налоговое администрирование» исходя из российской практики, а также различия между понятиями «налоговый контроль», «налоговый процесс» и «налоговое администрирование».

This article contains all modern approaches of identifying tax management in Russia and differences between tax management, tax enforcement and imposition of taxes.

Ключевые слова: налоговое администрирование, налоговый контроль, налоговый процесс.

Key words: tax enforcement, tax management, imposition of taxes, public administration.

Налоговое администрирование - достаточно новое понятие в методологии налогообложения, однако при этом нашедшее широкое распространение в законодательных актах, научных трудах и практике. Впервые термин «налоговое администрирование» был использован в Федеральном законе от 27.06.2006 №137 ФЗ «О внесении изменений в часть первую и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с осуществлением мер по совершенствованию налогового администрирования». Несмотря на это, определение данного понятия в отличие от такого понятия как «налог» [1, с.8] не установлено в нормативном порядке. Однако в российских научных трудах понятие «налоговое администрирование» использовали с середины девяностых годов прошлого века. Тем не менее, общепринятого определения на сегодняшний день не существует.

Наряду с понятием «налоговое администрирование» в научной литературе так же встречается термины «налоговый процесс» и «налоговый контроль», которые в контексте научных работ отождествляются с налоговым администрированием.

В соответствии с п. 5 ст. 82 НК РФ «налоговым контролем признается деятельность уполномоченных органов по контролю за соблюдением налогоплательщиками, налоговыми агентами и плательщиками сборов законодательства о налогах и сборах».

В то время как под налоговым процессом подразумевается последовательная совокупность действий налоговых органов, налоговых агентов, налогоплательщиков или их представителей в связи с реализацией прав и/или исполнения обязанностей, предусмотренных налоговым законодательством в целях сбора или перечисления налоговых доходов в государственную казну [2, с. 307].

Несмотря на то, что не существует законодательно закрепленного определения налогового администрирования, в Бюджетном Кодексе Российской Федерации присутствует определение администратора доходов бюджета, которое может быть так же в некоторой степени отождествлено с определением налогового администратора, так как налоги являются одним из основных доходов бюджета Российской Федерации. Под администратором доходов бюджета понимается орган власти, осуществляющий в соответствии с законодательством Российской Федерации контроль за правильностью исчисления, полнотой и своевременностью уплаты, начисление, учет, взыскание и принятие решений о возврате (зачете) излишне уплаченных (взысканных) платежей, пеней и штрафов по ним, являющихся доходами бюджетов бюджетной системы Российской Федерации [3, с.6].

Налоговое администрирование рассматривается разными авторами с разных точек зрения. С позиции одних, налоговое администрирование представляет собой часть государственного управления [4, с.67]; другие авторы подразумевают под налоговым администрированием систему управления налоговыми отношениями [5, с.62: 6, с.12]; третьи рассматривают налоговое администрирование как совокупность норм, приемов и способов, уполномоченные органы осуществляют управленческую деятельность в области налогообложения [7, с.14]; четвертые понимают под налоговым администрированием процесс по обеспечению функционирования налоговой системы [8, с.27].

Согласно проведенным изысканиям, налоговое администрирование имеет узкий и широкий смысл. В узком смысле налоговое администрирование представляет собой профессиональную деятельность государственных чиновников; совокупность действий, а точнее деятельность должностных лиц государственных органов исполнительной власти в области налоговых правоотношений.

В широком смысле налоговое администрирование - управление налоговыми правоотношениями с помощью определенной финансово-экономической политики государства, с учетом ответственности за порученное дело, при непосредственном участии специальных государственных органов.

С исторической точки зрения налоговый контроль является древнейшей формой государственного контроля и элементом системы управления государством. Множество документальных свидетельств подтвер-

ждают существование, как в Древнем мире, так и в недалеком прошлом, лиц, в чьи обязанности входил контроль над уплатой налогов и сборов, так называемых откупщиков. Несмотря на то, что откупщики были уполномоченными государственной властью на совершение определенных действий над налогоплательщиками, тем не менее, они не были в полной мере государственными служащими, так как их действия порой носили противоправный характер. Однако это измышление приводит к мысли о том, что налоговый контроль мог существовать вне некоторых рамок государственного управления.

Так, в широком смысле понятие «налоговый контроль» отождествляется с понятием «налоговое администрирование», например, в определении А.В. Романова, в котором под налоговым контролем подразумевается система мероприятий по проверке целесообразности, законности и эффективности действий по формированию денежных фондов государства на всех уровнях управления и власти в части налоговых доходов; она способствует выявлению налоговых резервов увеличения налоговых поступлений в бюджет, улучшению налоговой дисциплины и опирается на совокупность приёмов и способов, используемых органами власти и управления, которые обеспечивают соблюдение налогового законодательства, правильность исчисления, полноту и своевременность внесения налогов в бюджет [9, с.44].

Но, тем не менее, в узком смысле под «налоговым контролем» понимается текущая деятельность органов власти, направленная на мониторинг отношений органов власти и налогоплательщиков по поводу налоговых платежей и формирования доходов бюджета. Поэтому для избежания определенной путаницы в понятиях «налоговый контроль» в узком и широком смыслах следует разграничить эти и понятия и вывести понятие «налоговый контроль» в широком смысле в отдельное понятие «налогового администрирования», а «налоговый контроль» в узком смысле оставить в виде метода налогового администрирования.

Таким образом, налоговое администрирование выступает не только как часть государственного управления, управления налогами или контролем над поступлением налоговых платежей в бюджет. Оно носит более выраженный стратегический характер, имея определенное влияние на долгосрочную политику государства в сфере налогообложения. Кроме того, налоговое администрирование обладает целью развития и совершенствования, с тем, чтобы обеспечить идеальный баланс между величиной уплаченных налогов и качеством жизни в той или иной стране, а так же принять все необходимые превентивные меры, с тем, чтобы предохранить налогоплательщика от противоправного действия в виде уклонения или избегания налогообложения.

Литература

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 г. №117-ФЗ (с изм. и доп. на 01.04.14)
2. Аронов А.В. Кашин А.В. Налоговая политика и налоговое администрирование, Москва Инфра-М, 2013г., - 513 с.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 28.12.2013, с изм. от 03.02.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014)
4. Воронов А.М. Гоголев А.М. Государственное администрирование в области налогов и сборов: правовой аспект Вестник Финансового университета, № 2(74), 2013, С 65-74
5. Красницкий В.А. Организация налогового администрирования (на примере работы налоговых органов Краснодарского края): дис. канд. экон. наук. Краснодар, 2000, С. 72.
6. Налоговое администрирование в транзитивной экономике/ В.Г. Князев, Л.Я. Маршавина.- М.: Волонтерс Клувер, 2010. – 432 с.
7. Титов А.С. Теоретико-правовые основы налогового администрирования в Российской Федерации: Автореф. дис., - д-ра юрид. наук. – М., 2007. – с.14.
8. Безруков Г.Г. Налоговое администрирование в системе федерального государственного устройства: Дис. канд. экон. наук. – Екатеринбург, 2003.
9. Организация и методы налоговых проверок / под. ред. А.В. Романова. – М.: Вузовский учебник, 2006, - 288 с.

А. Н. Ваганова
СПбГЭУ,
программа «Государственные и муниципальные финансы»
доцент Усенко О.И.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

В статье описана система внутреннего государственного финансового контроля Российской Федерации. Показано место государственного внутреннего финансового контроля главных распорядителей (распорядителей) средств бюджетов в общей системе государственного финансового контроля. Выявлены проблемы реализации изменений законодательства в части осуществления внутреннего финансового контроля, сформулированы рекомендации по повышению эффективности его внедрения.

This article describes: the system of the government financial internal control in Russian Federation; the importance of the government internal financial control managers in the common system of the government financial control in terms of budgeting; the problems associated with implementation of changes and updates to legislation regarding the internal financial control; and recommendations on how to improve its effectiveness.

Ключевые слова: внутренний государственный финансовый контроль, проблемы осуществления.

Key words: internal government financial control, how to improve effectiveness.

Трудно переоценить социальную значимость государственного финансового контроля правильности исполнения государственных доходов, расходов, и финансирования дефицита бюджета. Федеральный закон РФ от 23 июля 2013 г. N 252-ФЗ "О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"[1] разграничил понятия внешнего и внутреннего государственного финансового контроля (далее по тексту ВФК) [2, п1.статьи 265].

Реализация полномочий по внутреннему государственному финансовому контролю со стороны Федерального казначейства и финансовых органов субъектов РФ или муниципальных образований (далее по тексту МО) осуществляется посредством санкционирования операций [2, статья 269.1], носит характер предварительного контроля, призванного предупредить и пресекать нарушения в процессе исполнения бюджетов. Органы ВФК наделены более широким спектром полномочий, при исполнении которых, в том числе, имеют право проводить проверки, ревизии, обследования, направлять объектам контроля акты, заключения, представления, предписания. Такими органами являются: на общегосударственном уровне – Федеральная служба финансово-бюджетного надзора (далее по тексту Росфиннадзор) и её территориальные управления; на региональном уровне – органы внутреннего государственного финансового контроля субъектов Российской Федерации; на муниципальном уровне – органы внутреннего муниципального контроля [2, статья 269.2]. Данный вид контроля называют последующим, позволяющим контролировать установление законности исполнения бюджетов, достоверности учета и отчетности.

Одним из объектов контрольной деятельности Росфиннадзора (органов ВФК субъектов и МО) и осуществления полномочий по ВФК Федерального казначейства (финансовых органов субъектов и МО) являются главные распорядители бюджетных средств (далее по тексту ГРБС). Вместе с тем, статья 160.2-1. Бюджетного Кодекса Российской Федерации обязывает самих ГРБС и распорядителей средств бюджетов осуществлять внутренний финансовый контроль и внутренний финансовый аудит, который должен быть направлен на соблюдение внутренних стандартов составления и исполнения бюджета по расходам и подготовку мер по повышению эффективности расходов бюджетов. Возникает вопрос о прикладном аспекте внедрения этих новшеств. Закон гласит, что порядок реализации внутреннего финансового контроля ГРБС должен устанавливаться высшими исполнительными органами каждого из уровней бюджетной системы самостоятельно.

На федеральном уровне, Постановлением Правительства РФ от 17 марта 2014 г. № 193 утверждены правила осуществления главными распорядителями средств федерального бюджета, главными администраторами доходов федерального бюджета, главными администраторами ис-

точников финансирования дефицита бюджета внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита.

На региональном уровне, в ряде случаев, порядок осуществления внутреннего финансового контроля ГРБС до сих пор не утвержден, поскольку при разработке возникает ряд сложностей, связанных с отсутствием методологии по данному направлению. Базой, на которую могут опираться высшие исполнительные органы государственной власти субъектов и местной администрации при формировании документа, на настоящий момент, может послужить только выше обозначенное Постановление Правительства № 193, но и оно не дает четких рекомендаций по построению и осуществлению ВФК, не конкретизирует процедуры планирования, реализации и отчетности.

Процесс усложняется географической отдаленностью, разницей экономического развития, квалификационного потенциала и другими причинами среди множества субъектов РФ и МО. В результате имеется масса индивидуальных особенностей осуществления внутреннего финансового контроля ГРБС. С целью обсуждения вопросов реализации ФЗ-252 от 23.07.2013г. Министерством финансов РФ был создан электронный ресурс в сети интернет «Горячая линия по вопросам государственного финансового контроля». Иллюстрацией существования затруднений, связанных с отсутствием какого-либо единого подхода к методическим рекомендациям по осуществлению внутреннего финансового контроля ГРБС, может служить тот факт, что диалоги в режиме обсуждения на тему «Вопросы, связанные с полномочиями ГРБС» занимают 2 страницы ресурса и были прочитаны 3062 раза по состоянию на 24.04.2014г. [3]

Проблемы есть и их необходимо решать. Прежде всего, необходимо разработать рекомендации по «встраиванию» функций внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита в уже существующую организационную структуру, поскольку на местах трудности возникают уже на этом этапе. Особое внимание хотелось бы уделить МО. Есть примеры, когда внутренний финансовый контроль в отдельных МО может проводиться лишь способом самоконтроля в виду ограниченности кадрового состава, а внутренний финансовый аудит проводить просто некому, за отсутствием специалистов, обладающих необходимой для этого квалификацией. [3]

Трудности возникают и при планировании контрольных действий (проверок документов на соответствие требованиям законодательства, авторизации операций, сверки данных и т.д.), поскольку пока не сформирована реальная система выявления и оценки возможности наступления тех или иных бюджетных рисков, для предотвращения которых осуществляется внутренний финансовый контроль. В сфере корпоративных финансов этому вопросу уделено масса внимания, существует целое направление в

финансовой науке, посвященное оценке вероятности наступления рисков. На стадии планирования внутреннего финансового контроля ГРБС этот сложный и ответственный вопрос необходимо решать руководителю подразделения, осуществляемого функции по внутреннему финансовому контролю.

Ещё одной проблемой осуществления внутреннего финансового контроля ГРБС является отсутствие единой формализации отчетности по результатам деятельности в доступной для понимания и применения всеми участниками процесса форме. Разработка и соблюдение методических рекомендаций, в которых будут приведены конкретные примеры документального оформления итогов, значительно упростит процедуру анализа эффективности выполненной работы, сделает возможным обмен опытом с другими ГРБС, а также, поможет оптимизировать работу органов государственного ВФК и финансовых органов, осуществляющих полномочия по ВФК

Считаю целесообразной разработку единого методического решения для всех распорядителей и получателей средств бюджетов по планированию, проведению и оформлению результатов контрольных действий, производимых в рамках внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита.

В частности, для повышения эффективности внутреннего финансового контроля распорядителями средств бюджетов, на мой взгляд, рационально создать единый календарь, подобный календарю бухгалтера и привязать номенклатуру объектов контроля к конкретным датам и должностным лицам (сотрудникам, отделам и т.д.). Существование такого календаря, конкретизирующего деятельность контролирующего, существенно облегчит процесс внедрения и реализации внутреннего финансового контроля на местах.

Каждое контрольное действие будет зафиксировано промежуточным итогом, а в конце отчетного периода (в зависимости от частоты проведения, год, квартал, месяц) подведен конечный итог, что позволит выявить ошибки и несоответствия на любом этапе. Данный процесс можно осуществлять с помощью установки программного обеспечения, позволяющего применять электронную подпись. Одновременно сократится физический документооборот и упростится поиск ответственного за внутренний финансовый контроль конкретного участка. В программу следует внести максимально возможный спектр возможных действий контролирующего лица.

Из общей номенклатуры таких мероприятий, должностному лицу, ответственному за выполнение операции, проще выбрать нужное действие, сформировать план, и «провести» информацию по результатам. Программное обеспечение не потребует существенных дополнительных затрат, поскольку будет установлено на уже имеющееся оборудование. Вме-

сте с тем предполагается, что объем бюджетных денежных средств, сохраненных в результате предотвращенных рисков, значительно превысит затраты на разработку и внедрение информационного обеспечения.

Литература

1. Федеральный закон № 252-ФЗ от 23.07.2013г. "О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации"; URL: <http://www.garant.ru/>.

2. Бюджетный Кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (принят ГД ФС РФ 17.07.1998) в действующей редакции от 01.01.2014г.; URL: <http://www.garant.ru/>.

3. Электронный ресурс «Горячая линия по вопросам государственного финансового контроля»; URL: [http://252fz.ru/index.php?topic=31.0/](http://252fz.ru/index.php?topic=31.0;); дата обращения 24.04.2014г.

4. Постановление Правительства РФ от 17.03.2014 N 193 "Об утверждении Правил осуществления главными распорядителями (распорядителями) средств федерального бюджета, главными администраторами (администраторами) доходов федерального бюджета, главными администраторами (администраторами) источников финансирования дефицита федерального бюджета внутреннего финансового контроля и внутреннего финансового аудита и о внесении изменения в пункт 1 Правил осуществления ведомственного контроля в сфере закупок для обеспечения федеральных нужд, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 10 февраля 2014 г. N 89"

Л. О. Краваль

СПБ ГУП, программа «Экономика и управление»

д.э.н., профессор Хольнова Е.Г.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

История малого бизнеса в РФ, малое предпринимательство как элемент общественный взаимоотношений и структурный объект экономики страны. Налогообложение малого бизнеса, проблемы и перспективы развития.

History of small business to the Russian Federation, small business as an element public relationship and structural object of national economy. Taxation of small business, problem and development prospect.

Ключевые слова: Малый бизнес, экономика, налогообложение, история, развитие, законодательство, Пенсионный фонд, самозанятое население, предложения, предпринимательский климат.

Keywords: Small business, economy, taxation, history, development, legislation, Pension fund, self-busy population, offers, enterprise climate.

История развития малого бизнеса в современной России характерна небольшим временным промежутком. После развала СССР фактически произошло образование нового государства с новыми политическими системами и законами. Произошли существенные изменения и в экономической сфере: уход от плановой экономики, появление понятия «частной собственности», восстановление малого бизнеса, которого не было в советское время. В отличие от европейских стран, эволюция малого предпринимательства в России происходила в короткое время: всего 29 лет [1]. Причем происходила на фоне постоянных изменений в политических и социальных сферах, в условиях формирования новых понятий и стандартов, регулирующих практически все направления в жизни государства. Все это сопровождалось новыми экономическими реформами, изменением законодательной базы (становление и развитие новой законодательной системы), созданием новых органов государственной власти, появлением различных систем и структур, регулирующих основные процессы нашей страны.

С появлением малого бизнеса как элемента системы экономических взаимоотношений, встал вопрос о регулировании этой сферы со стороны государства. До сегодняшнего дня продолжается совершенствование системы развития малого предпринимательства в России, происходит упрощение налоговой и бухгалтерской отчетности, уходят в прошлое огромный документооборот, который ранее был необходим для осуществления предпринимательства, вводятся новые более гибкие и упрощенные системы налогообложения для малого бизнеса.

Но вместе с этим возникают и определенные проблемы.

Особенно меня заинтересовал период с 2011 по 2014 год. В это время после относительно стабильного этапа в развитии малого предпринимательства, произошли изменения, которые негативно повлияли на самую уязвимую часть малого бизнеса, - индивидуальное предпринимательство. Основная тема моей работы – налогообложение Малого бизнеса, выявление тех или иных проблем, поиск пути их решения.

В России в последние годы случилось преобладание пенсионеров над работающим населением, вызванное демографическим кризисом 90-х годов, в результате чего на одного пенсионера приходится в среднем 1.2-1.5 работающих, (при норме 10 работающих на одного пенсионера). В нашей стране низкий уровень возраста выхода на пенсию, высокая смертность мужчин в работоспособном возрасте, высокий уровень «серых заработных плат», с которых не отчисляются налоги и ряда других факторов, что привело к дефициту бюджета Пенсионного фонда. Ежегодно государство осуществляет дополнительные денежные вливания для покры-

тия выпадающих расходов ПФ, сумма которых растет с каждым годом. Вместо принятия ряда комплексных мер по стимулированию развития собственной экономики, было принято решение об увеличении налоговых ставок для МБ. Это было сделано под предлогом того, что самозанятое население отчисляет мало страховых взносов на свою будущую пенсию. Результат оказался плачевным.

Стоит также отметить, что еще одним фактором стал низкий уровень поддержки со стороны государства, высокий процент по кредитам и недостаток инвестиций в Малый бизнес. В крупных городах представителям МБ создают конкуренцию крупные сетевые ритейлеры, количество которых, особенно в Санкт-Петербурге является слишком высоким.

Изучая этот вопрос, вначале был проведен анализ предпосылок, которые явились причиной массового прекращения своей деятельности представителями МБ в 2012-2013гг., проанализированы статистические данные по количеству закрывшихся субъектов МБ, рассмотрены как прямые, так и второстепенные факторы, влияющие на функционирование и развитие малого предпринимательства. Затем произведен анализ возрастания налогового бремени в процессе определенного промежутка времени и сделаны соответствующие выводы. Далее представлены конкретные предложения по налогообложению малого бизнеса, которые должны улучшить предпринимательский климат в нашей стране, что в свою очередь, будет способствовать развитию этой структуры в целом.

Суть моих предложений заключается в следующем: законодательно выделить субъекты микропредпринимательства, объединить эту категорию в особую сферу, ввести новую систему налогообложения. Таким образом, государство может снизить процент «теневых сектора» экономики, повысить собираемость налогов и навести порядок с точки зрения несанкционированной торговли в крупных городах.

Развитие малого бизнеса в нашей стране на сегодняшний день является одной из важнейших задач. Как правило, малый бизнес-это основа «среднего класса» любого государства. Наша экономика носит сырьевую зависимость. Чтобы уйти от этой зависимости, необходимо развивать собственное производство, развивать и вкладывать деньги в собственную экономику. Ключевым этапом в этом является малый бизнес. Именно из института малого предпринимательства развивается крупный бизнес.

Литература:

1. Попкова В.П., Евстафьевой Е.В. Организация предпринимательской деятельности. Схемы и таблицы, СПб, 2007г., 352с.

П. С. Крайнова

СПбГЭУ, программа «Налоги и налогообложение»

к.э.н., доцент Петухова Р.А.

НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В РФ

В условиях стабилизации финансовой системы государства вопрос обеспечения полного и устойчивого сбора налогов и других обязательных платежей выходит на первый план. В настоящее время решение этой задачи связывается с налоговым администрированием. Данный термин возник как в теории, так и методологии российской практики в момент перехода на рыночную экономику.

In conditions of stabilization of Russian financial system the question of full and sustainable collection of taxes and other payments comes to the fore. Nowadays solution of this problem is connected with the tax administration. This term originated in the theory and methodology of Russian practice in the time of transition to a market economy.

Ключевые слова: налог, налоговое администрирование, налоговый контроль, Россия

Key words: tax, tax administration, tax control, Russia

С 2004 года и по сей день повышение уровня налогового администрирования определяется как важное направление налоговой политики всей страны. Об этом ежегодно говорится в Бюджетном послании Президента РФ Федеральному собранию РФ, в частности, «О бюджетной политике на 2014 -2016 годы»[2].

В настоящее время в целях получения необходимой информации о налогоплательщиках налоговые органы ведут оперативно-бухгалтерский учет, формирующий необходимую базу для составления отчетности и последующего анализа поступлений средств в бюджетную систему РФ [3]. Главным образом, сбор данных осуществляется посредством карточек лицевого счета, которые ведутся в автоматизированном порядке с использованием информационной системы обработки данных АИС "Налог", что повышает качество контроля в процессе организации оперативно-бухгалтерского учета. Для обеспечения полного учета поступающих документов налоговые органы в соответствии с Приказом ФНС РФ от 16 января 2009 г. N ММ-7-5/7@ ведут реестры поступивших и начисленных доходов бюджетов, а также вспомогательные книги, журналы и регистры [4].

Лицевой счет содержит достаточно полную информацию о состоянии расчетов плательщика с бюджетом по каждому налогу. С целью своевременного выявления возможных ошибок и повышения достоверности отчетов налоговых органов ежемесячно (ежеквартально) производится подведение итогов по лицевым счетам и проверка правильности их запол-

нения. На основе полученных данных налоговые органы формируют *аналитические записки*. Однако следует признать отсутствие правовых актов, регламентирующих содержание и структуру аналитических записок, что, в конечном итоге, негативно отражается на их анализе и сопоставимости.

Но, как говорилось ранее, конечной целью налогового администрирования является обеспечение своевременного и полного поступления налогов, сборов и других обязательных платежей в бюджетную систему РФ. В связи с этим анализ результативности налогового администрирования можно свести к сопоставлению фактических и плановых данных о выполнении плательщиками возложенных на них налоговых обязательств, или, одним словом, о собираемости налогов [9].

Уровень собираемости налогов – это отношение объема налоговых платежей, поступивших в отчетном периоде, к объему налоговых обязательств, которые должны быть исполнены в этот же период в соответствии с законом. На рисунке 1 можно наблюдать динамику поступления налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет РФ за период 2009-2013 гг. [8]. Рассматривая период с января по декабрь, можно отметить, что собираемость налоговых платежей в 2013 г. была самой высокой (11 325,9 млрд. руб.), что на 3,3% больше, чем в 2012 г. При этом прирост в 2012 г. по сравнению с 2011 г. составил 12,7%. В целом наблюдается положительная тенденция, хоть и прирост за последний год был незначительным.

Говоря о налоговых поступлениях, нельзя не вспомнить о тех суммах налогов, которые не поступают в консолидированный бюджет РФ, о чём свидетельствуют данные, приведенные на рис. 2 [8]. В процентном соотношении можно отметить, что, например, за январь 2014 г. в целом задолженность по налогам и сборам выросла на 5% по сравнению с январем 2013 г. Да и в целом прослеживается тенденция увеличения задолженности из года в год с одновременным ростом собираемости налогов.

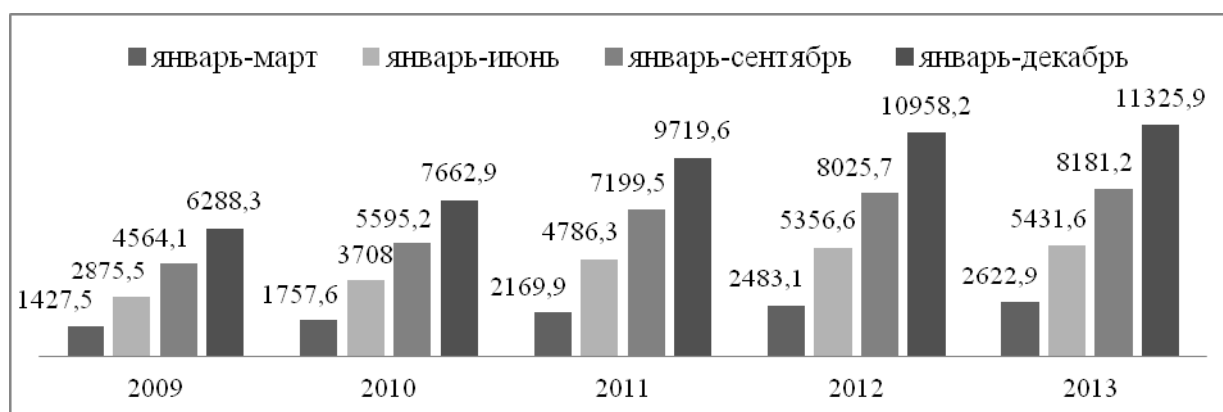


Рисунок 1. Динамика поступления налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет РФ в 2009-2013 гг., млрд. руб.

Первая причина увеличения задолженности в последние годы заключается в том, что снижается собираемость по НДС. Это связано с тем, что крупные компании с государственным участием начали активно использовать механизм предъявления налоговых вычетов в связи с завершением крупных инвестиционных проектов. Если бы не было таких масштабных инвестиционных проектов, темп роста поступлений НДС составил бы в 2012 г. 115%. Кроме того, снижение собираемости НДС обусловлено и строительством АТЭС, подготовкой к Универсиаде в Казани, чемпионатом мира по футболу и Олимпиаду в Сочи. Вторая причина - массовый отказ предпринимателей от статуса индивидуального предпринимателя и их уход в теневой сектор. По статистическим данным, только за декабрь 2012-январь 2013 гг. от предпринимательского статуса отказались порядка 300 тыс. предпринимателей.

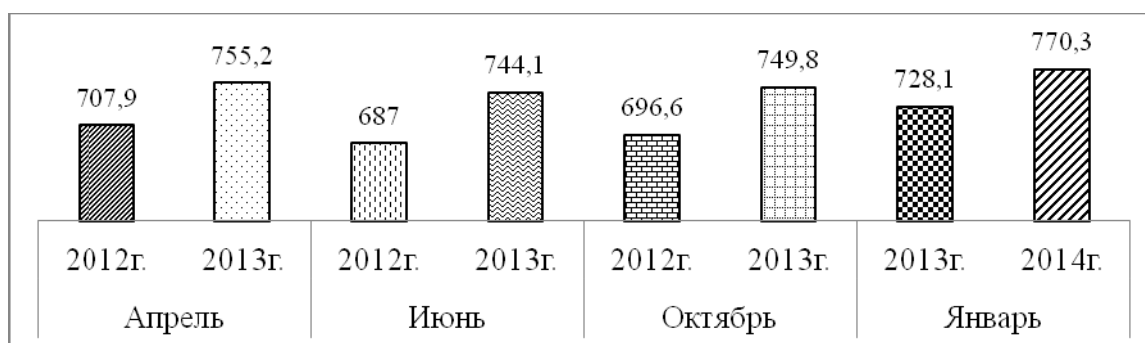


Рисунок 2. Структура и динамика задолженности по налогам и сборам в консолидированный бюджет РФ на начало месяца, руб.

Возвращаясь к показателю уровня собираемости налоговых платежей, можно отметить, что в 2010 г. он составил 85,78%, в 2011 г. - 88,07%, в 2012 г. – 89,12%, что свидетельствует о росте уровня собираемости налоговых платежей.

Еще одним показателем оценки контрольной деятельности налоговых органов служит уровень налоговой задолженности. По словам главы ФНС России Михаила Мишустина уровень налоговой задолженности в РФ за 2012 г. снизился на 12% и составил 2,1% ВВП. Эффективность взыскания задолженности выросла с 50 до 57% [8]. Данные показатели позволяют говорить нам о повышении результативности контрольных действий налоговых органов.

Но ни для кого не секрет, что простым ужесточением процедур контроля не добиться высокого уровня полноты и своевременности уплаты налогов. Поэтому особое внимание необходимо уделять уровню налоговой дисциплины граждан. В настоящее время очень многое делают налоговые органы для повышения уровня налоговой дисциплины граждан РФ, начиная от требований к помещениям для приема налогоплательщиков и

заканчивая рекламными кампаниями. ФНС России разрабатывает сервисы удаленного доступа, которые позволяют налогоплательщику с помощью электронных средств и сети Интернет осуществлять взаимодействие с налоговыми органами («Личный кабинет налогоплательщика» и «Электронная регистрация»)[10].

Необходимо отметить высокую информированность налогоплательщиков и хорошую рекламную кампанию ФНС России в больших городах, чего нельзя сказать о маленьких периферийных центрах. Следовательно, необходимо продолжать рекламную политику и переносить ее на региональный и муниципальный уровни.

Кроме того, в поисках наиболее оптимального устройства налогового администрирования целесообразно использовать зарубежную практику. Так, например, в ФРГ действует система балльной оценки работы налоговых инспекторов. Балльный нормативный показатель - средство служебного налогового надзора [7], сущность которого состоит в том, что в зависимости размеров и отраслевой принадлежности проверяемого предприятия инспектору засчитывается от 1 до 8 баллов. За отчетный период инспектору необходимо набрать минимальное количество баллов – 34. Это является основанием сделать вывод о его служебном соответствии.

Рассматривая систему организации налогового администрирования в США и сопоставляя её с российской системой, можно сделать вывод о высокой степени их схожести: перед проверкой проводится анализ документации с помощью технических средств (АИС «Налог» - Россия; DIF, SER – США), основными формами контроля являются камеральная и выездная проверки и т.д. [6]. Однако следует отметить, что налоговое администрирование в США в меньшей степени подвержено влиянию факторов, связанных с личными целями сотрудников налоговых органов. Существует ряд законодательных норм, которые в совокупности создают устойчивую систему, призванную обеспечить объективность контрольной деятельности [5, с.131].

Таким образом, к основным мероприятиям, направленным на повышение уровня налоговой дисциплины и собираемости налогов, следует отнести:

1. Проведение конференций, семинаров, активная реклама сайта ФНС России, оповещение населения о сроках уплаты налогов посредством наружной рекламы и выпуска газет не только в крупных городах, но и в областных центрах.

2. Установление на законодательном уровне структуры и содержание аналитических записок, которые составляются по итогам анализа лицевого счета налогоплательщика, что позволит сопоставлять и более эффективно анализировать полученные данные.

3. Использование зарубежного опыта, в частности внедрение балльной системы оценки налоговых инспекторов (опыт Германии), что приведет к более эффективной деятельности налоговых органов.

4. Защита прав и интересов налогоплательщиков, что приведет к объективной контрольной деятельности налоговых органов (опыт США).

Литература:

1. О налоговых органах Российской Федерации: Федеральный Закон от 21 марта 1991 г. № 943-1 «» (в ред. от 28.06.2013).
2. О бюджетной политике на 2014 -2016 годы: Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию РФ от 13.06.2013.
3. Об утверждении рекомендаций по порядку ведения в налоговых органах базы данных «Расчеты с бюджетом»: Приказ ФНС РФ от 12.05.2005 № ШС-3-10/201@.
4. Приказ ФНС РФ от 16 января 2009 г. № ММ-7-5/7@ «Об организации работы по ведению реестров начисленных и поступивших доходов бюджетов, администрируемых ФНС России».
5. Попова Л.В., Дрожжина И.А., Маслов Б.Г. Налоговые системы зарубежных стран. - М.: Дело и Сервис, 2011. – С.131-133.
6. Берестова С.В. Налоговые проверки в США // Российский Налоговый Курьер. 2004. №12-13
7. Меских К.Л. Опыт Германии в налоговом администрировании // Журнал «Финансовая аналитика: проблемы и решения», 2010. № 6.
8. Официальный сайт ФНС России: http://www.nalog.ru/nal_statistik/statistic/budjet/
9. Исследование проблемы собираемости налогов региональных и местных бюджетов // Информационно-аналитический центр «Паретто»: pareto-center.ru.
10. Audit-it.ru: <http://www.audit-it.ru/news/account/691269.html>.

Л. Ф. Массарова

СПбГЭУ, программа «Налоги и налогообложение»

д.э.н., профессор Вылкова Е.С.

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА

Статья посвящена усовершенствованию формулы расчета налогового бремени за счет включения в нее издержек налогообложения, которые играют не последнюю роль в расходах хозяйствующих субъектов. Учет и анализ этих издержек позволит снизить неэффективные расходы и оптимизировать налоговое бремя.

The article is devoted to improving of the tax burden, due to including of taxation costs, which have an important role in the cost of enterprises. Accounting and analysis of these costs will reduce costs and optimize the tax burden.

Ключевые слова: налоговое бремя, издержки налогообложения, оптимизация налогообложения.

Key words: tax burden, taxation costs, optimization of taxation

Налоговое бремя является одним из важнейших социально-экономических показателей, но, несмотря на это, часто под один и тем же термином в каждом конкретном случае подразумеваются различные понятия.

Термин «налоговое бремя» не раскрывается в законодательстве, но широко используется в научной и практической литературе наравне с таким понятием как «налоговая нагрузка». При этом каждый автор в своих исследованиях высказывается в пользу того или иного понятия.

Налоговое бремя представляет собой относительный показатель, характеризующий долю начисленных налогов и сборов в доходах хозяйствующего субъекта с учетом требований налогового законодательства. [1, с. 574]

Существующие методики определения налогового бремени налогоплательщика сводятся к расчету либо общих показателей (методики ФНС, Е.А. Кировой, А. Кудушиной и Н. Михайловой), либо общих и частных (методики М.И. Литвиновой и Е.С. Вылковой). В формулах расчета исследуемого показателя анализируются все налоги и сборы вместе, либо отдельно. Однако авторы забывают, что налоговые затраты связаны не только с их непосредственной уплатой или начислением, но также и с издержками налогообложения (далее ИН), которые предприятие несет обеспечивая выполнение обязанностей закрепленных законодательством.

В российских публикациях проблема ИН не привлекла к себе должного внимания, хотя изучения этого вопроса в современных реалиях является актуальной.

Причины малочисленности анализа ИН [2, с. 23]:

- объем ИН хозяйствующих субъектов составляют незначительную сумму от доходов хозяйствующего субъекта;
- для расчета этого показателя необходимо владеть внутренней информацией предприятия;
- невозможно оценить моральные издержки;
- достаточно сложно выделить издержки связанные с налогообложением, из общего объема расходов, связанных с ведением бухгалтерского учета;
- некоторые затраты носят скрытый характер, например время, затраченное налогоплательщиком и специалистами, если оно не оплачивается;
- использование экспертных оценок.

В составе ИН хозяйствующих субъектов можно выделить следующие группы:

- расходы на оплату труда персонала связанного с процессом налогообложения (заработная плата, премии, расходы на обучение и повышение квалификации бухгалтеров, руководителей, отдела налогового учета, адвокатов при возникновении налоговых споров);
- расходы на оплату услуг сторонних организаций по вопросам связанных с налогообложением (консалтинговые, аудиторские юридические услуги);

- общехозяйственные расходы в той части, в которой они участвуют в процессе налогообложения (оборудование, компьютеры, программные обеспечения для расчетов и отчетности, канцелярские принадлежности, транспортные и почтовые расходы, банковские услуги, аренда, телефонные переговоры, электроэнергия, тепло и вода и т.д.);

- пени и штрафы за нарушение законодательства о налогах и сборах.

Анализ налогового бремени с учетом издержек налогообложения был проведен на основе данных предприятия ДООО «Цех№4100-НКНХ», осуществляющим производство и реализацию деталей трубопроводов (стальные отводы, переходы, днища и заглушки, тройники, фланцы и т.д.)

Анализ структуры издержек налогообложения по видам расходов, а также их соотношение с основными производственными показателями позволил сделать вывод о том, что в 2013 общая сумма издержек увеличилась на 362 т.р. или на 10% по сравнению с предыдущим периодом и составила 3878,22 т.р.

Данный рост произошел из-за увеличения расходов на организацию и обслуживание внутренней инфраструктуры налогообложения хозяйствующего субъекта на 898,26 т.р. или на 250%. Что в свою очередь связано с ростом расходов на обслуживание программного обеспечения – электронная отчетность.

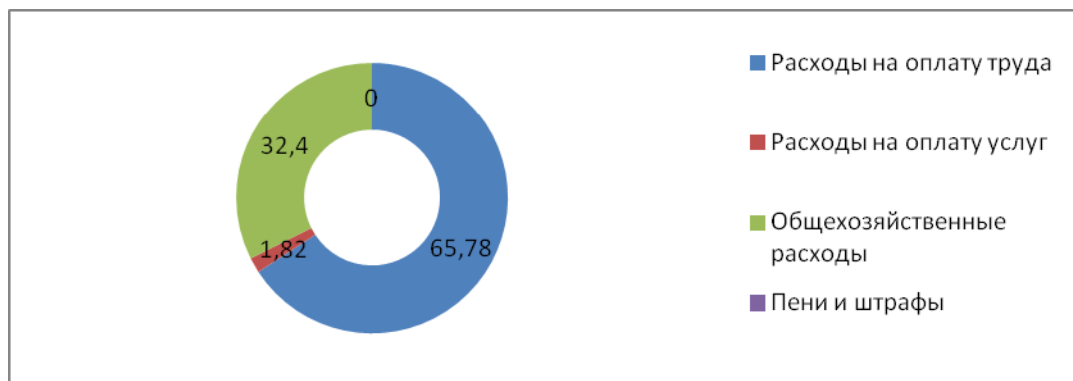


Рис. 1. Структура издержек налогообложения в 2013 году, %

Анализ соотношения основных производственных показателей и издержек налогообложения выявил, что величина издержек в 2013 году составила 15,26% от налоговых платежей, 7,06% себестоимости и 4,42% от выручки.

Как видно из рисунков 2, в 2013 году около 15% сверх начисленных налогов составляют издержки налогообложения – суммы, которые расходуются по причине уплаты самих налогов. По сравнению с 2012 годом эта сумма увеличилась на 0,77 процентных пункта, данный рост произошел из-за увеличения общехозяйственных расходов, относящихся к процессу налогообложения хозяйствующего субъекта.

В отчетном периоде произошло увеличение удельного веса издержек налогообложения по сравнению с производственными показателями, на 0,75 процентных пункта от выручки (3,67% - 2012 г.) и на 1,4 процентных пункта от себестоимости (5,66% - 2012 г.).

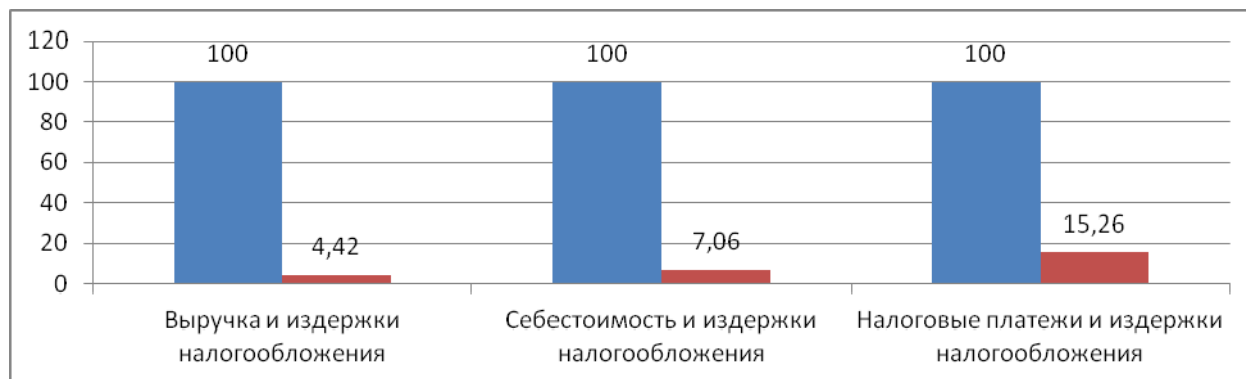


Рис 2. Соотношение показателей выручки, себестоимости и налоговых платежей с показателем издержек налогообложения в 2013 году, %

Анализ соотношения производственных показателей хозяйствующего субъекта с суммой налоговых платежей и издержек налогообложения, расходуемых по причине уплаты самих налогов показал, что сумма этих затрат составляют существенную долю себестоимости продукции ДООО «Цех №4100 НКНХ» (рис. 3).

Таким образом, можно утверждать, что на стоимость произведенной продукции значительную роль составляют суммы налоговых платежей и издержек налогообложения. Следовательно, руководству предприятия следует принять меры по оптимизации налоговых платежей, а также исследовать составляющие издержек налогообложения с целью выделения среди них непродуктивных расходов для их последующего уменьшения, если они неэффективны.

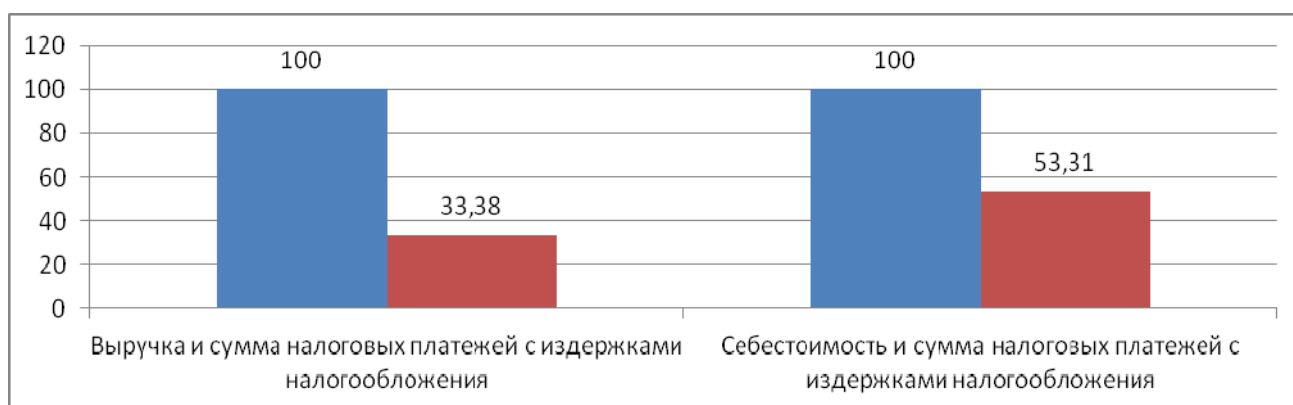


Рис 3. Соотношение показателей выручки и себестоимости с суммой налоговых платежей и издержек налогообложения в 2013 году, %

В формуле расчета налогового бремени необходимо учитывать и издержки налогообложения согласно формуле 1.

$$НБ = \frac{НП + ИН}{В + ПД} * 100\% \quad (1)$$

где НБ – налоговое бремя хозяйствующего субъекта, %;

НП – сумма налоговых платежей (налоги, страховые взносы, сборы, пошлины), т. р.;

ИН – издержки налогообложения, возникающие в связи с уплатой налоговых платежей, т.р.;

В – выручка, т.р.;

ПД – прочие доходы, т.р.

Рассчитаем показатель налогового бремени без учета издержек налогообложения, с их учетом и по официальной методике (таблица 1). Анализ полученных данных свидетельствует о том, что в отчетном периоде налоговое бремя без учета издержек налогообложения увеличилось на 3,68 процентных пункта или на 14,68% и составило в 2013 году 28,74% (2012 – 25,06%). При этом если при расчете исследуемого показателя учитывать издержки, то его значение в 2013 составит 33,13% (2012 – 28,7%).

Таблица 1

Значения налогового бремени по различным методикам

№	Показатели	2012	2013	Отклонение	
		%	%	абсолютное	относительное
1	Налоговое бремя без учета ИН	25,06	28,74	3,68	14,68
2	Налоговое бремя с учетом ИН	28,70	33,13	4,43	15,45
3	Разница (1-2)	3,64	4,39	-	-
4	Налоговая нагрузка по официальной методике	14,3	16,2	1,9	13,28
5	Разница (2-4)	14,4	16,93	-	-

При сравнении этих показателей видно, что если в расчетах налогового бремени учитывать издержки налогообложения, возникающие при уплате налоговых платежей, то конечный результат анализируемого показателя увеличивается и разница составила 3,64 и 4,39 процентных пункта в предыдущем и отчетном периоде соответственно. При этом следует отметить, что налоговая нагрузка по официальной методике и среднеотраслевое значение налогового бремени в 2012 году составило 14,3% и 11,3% соответственно. Такая большая разница между полученными данными

(более чем в два раза) свидетельствует о том, что в формуле предложенной правительством расчет анализируемого коэффициента является не точным, поскольку не отражает всю картину давления налоговых платежей и связанных с их уплатой издержек налогообложения.

Таким образом, по полученным данным видно, что учет и анализ издержек налогообложения должны занимать не последнее место в аналитической деятельности хозяйствующего субъекта. Поскольку данное исследование позволит хозяйствующим субъектам снизить расходы по неэффективным статьям, что в дальнейшем будет способствовать оптимизации налогового бремени. При этом дальнейшее уточнение формулы расчета налогового бремени обеспечит получение более достоверной информации о давлении налогов, сборов и связанные с ними расходов на хозяйствующие субъекты.

Литература:

1. Вылкова Е.С. Налоговое планирование: учебник для магистров. - М.: Издательство Юрайт, 2014. - 639с.
2. Киреенко А.П., Быков С.С. Издержки налогообложения в Российской Федерации. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2012. – 190 с.
3. Маршалок Т.Я., Валигура В.А. К проблеме идентификации сущности понятий налогового бремени, нагрузки и уровня налогообложения // Налоги и финансовое право. - 2012. - № 4. - С. 323-329.

М. В. Морозова

СПбГЭУ, программа «Государственные
и муниципальные финансы»
к.э.н., доцент Писклюкова Е. В.

МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ОРИЕНТИРОВАННОГО НА РЕЗУЛЬТАТ

В статье рассмотрены некоторые особенности результативной модели планирования бюджетных расходов: основные отличия от затратной модели, а также некоторые недостатки. Представлены выводы из анализа зарубежного опыта внедрения результативной модели. Рассмотрены некоторые инструменты бюджетирования ориентированного на результат.

The article discusses some features of resulting model of planning budget expenditures: the main differences from the cost model, as well as some disadvantages. In the article there are some conclusions of the analysis of foreign experience in implementation of resulting model. Also this article discusses some tools of result-oriented budgeting.

Ключевые слова: бюджетирование ориентированное на результат, государственные и муниципальные программы, государственные и муниципальные задания.

В Российской Федерации в настоящее время происходит постепенное реформирование системы управления общественными финансами, одним из направлений которого является внедрение результативной модели планирования бюджетных расходов. Переход к ней от использовавшейся ранее затратной модели начался десять лет назад с изданием Постановления Правительства РФ № 249 от 22.05.04 года, которым была утверждена Концепция реформирования бюджетного процесса в Российской Федерации в 2004–2006 гг.

Наиболее ярким практическим воплощением затратной модели является сметный механизм финансирования (территорий, учреждений). Ряд особенностей затратной модели имеет ярко выраженную негативную окраску, в частности это отсутствие увязки бюджетных расходов с конкретными потребностями населения. Данную проблему решает внедрение результативной модели, ставя перед государством задачу повышения эффективности и качества управления государственными финансами.

В международной практике результативная модель получила название бюджетирования, ориентированного на результат (далее - БОР). Необходимо отметить, что как в зарубежной, так и в отечественной литературе нет единого подхода к определению данного понятия. Основной особенностью модели является связь бюджетных расходов с конкретными социальными результатами, однако важно отметить, что из двух видов эффективности расходов – экономической и социальной, - приоритетной является социальная эффективность.

Основные различия между затратной и результативной моделью представлены в таблице 1.

Бюджетирование, ориентированное на результат, несомненно, имеет множество преимуществ, но, как и любая система управления бюджетными расходами, сопряжено с некоторыми трудностями в реализации, а также, по мнению некоторых исследователей, имеет ряд недостатков.

Можно выделить некоторые основные трудности:

1. Мотивация людей. Очевидно, что трудно добиться эффективности использования ресурсов при их экономии без правильной мотивации государственных служащих, так как рядовые работники обычно не заинтересованы в оптимизации бюджетных ресурсов. Для борьбы с данной проблемой необходимо создание таких процедур БОР, которые обязывали бы работников искать и находить наиболее эффективные пути достижения целей.

2. Реализация управленческого цикла, состоящего из логически последовательных шагов. Это означает, что необходимо четко определять целевые направления, конкретные результаты, а также альтернативные варианты их достижения.

Различия в методах бюджетного планирования

Сметное планирование	Бюджетирование, ориентированное на результат
Целевое использование средств в соответствии с планом	Соответствие использования средств целям и результатам
Годовой горизонт планирования	Среднесрочный горизонт планирования
Индексация расходов	Конкуренция программ
Приоритет функциональной и детальной экономической классификации	Приоритет программной и укрупненной экономической классификации
Контроль затрат	Мониторинг результатов
Внешний контроль за деятельностью	Внутренний контроль и подотчетность
Планирование на основе расходных потребностей ведомств	Планирование на основе приоритетов и ожидаемых результатов программ
Высокая степень централизации в принятии решений	Делегирование управленческих полномочий на уровне эффективного исполнения

Источник: [5, с. 18]

Также существует мнение, что сама постановка задачи о повышении результативности и эффективности бюджетных расходов вносит логическую противоречивость в функционирование системы общественных финансов и финансовой системы в целом. Это объясняется тем, что искажение сущности общественных финансов происходит в результате смешения целеполагания общественных и частных финансов.

Анализ международного опыта по внедрению системы бюджетирования, ориентированного на результат, позволяет сделать следующие выводы, которые могут учитываться для российского опыта:

1. Результативное бюджетирование является средством повышения эффективности государственных расходов в условиях перераспределения большей части национального дохода государством. Повысить эффективность государственных расходов можно только при внесении изменений в бюджетный процесс;

2. Переход на результативное бюджетирование осуществляется легче в период финансовых трудностей;

3. Все основные приемы программно-целевого бюджетирования основаны на принципах управления частного бизнеса, то есть требуется реформирование принципов управления в государственном секторе на основе опыта частного;

4. Внедрение опыта частного бизнеса сопровождается большими трудностями из-за разницы в масштабах, мотивации и показателей результативности и эффективности и др.;

5. Указанные трудности могут стать серьезным препятствием на пути внедрения принципов программно-целевого бюджетирования во всех ми-

нистерствах и ведомствах одновременно, когда государственных аппарат слишком громоздкий, и бюджетный процесс плохо скоординирован. Для этого возможно поэтапное внедрение БОР, сначала в отдельные учреждения, затем осуществление адаптации к новым технологиям бюджетной практики и распространение опыта на все министерства и ведомства;

6. В странах, где последовательно реализуются принципы программно-целевого бюджетирования, правительство получает эффективный инструмент распределения ресурсов по видам услуг, которые государство обязуется предоставить своим гражданам.

Практическая реализация бюджетирования ориентированного на результат осуществляется с помощью применения целого ряда инструментов: расходные обязательства (действующие и принимаемые), ДРОНД, государственные и муниципальные программы, ведомственные программы, государственные и муниципальные задания.

Одним из наиболее актуальных на сегодняшний день инструментом БОР являются государственные и муниципальные программы. Появление государственных и муниципальных программ связано с возникновением вопроса об актуальности применения программно-целевых методов для решения крупных социально-экономических задач. В соответствии с законом [2] Российская Федерация переходит на программный тип бюджетного планирования.

При этом на данный момент существует только общее правовое определение государственной программы без упоминания программ более низких уровней управления.

Этот небольшой опыт разработки государственных и муниципальных программ выявил существование целого ряда объективных и субъективных причин, усложняющих реформирование бюджетной системы России. Например, Правительство РФ в частности выделяет следующие проблемы [3]:

- отсутствие основополагающего значения вопроса эффективности реализации государственных программ при формировании проекта федерального бюджета;
- отсутствие правовой основы системной организации процесса стратегического планирования;
- неполная проработанность вопросов «встраивания» в государственные программы Российской Федерации уже существующих инструментов программно-целевого планирования (федеральных и ведомственных целевых программ, «дорожных карт»), а также соотношения государственных программ Российской Федерации с отраслевыми, межотраслевыми и территориальными документами стратегического планирования;
- отсутствие методических рекомендаций по разработке и реализации государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ.

Еще одним актуальным инструментом БОР являются государственные и муниципальные задания, которые составляют основу системы финансового планирования потребности учреждения в бюджетных средствах.

Постановка государственных и муниципальных заданий сопряжена с рядом трудностей, которые обусловлены недостаточно проработанной методологической базой и терминологическими несоответствиями. Так, например, многие вопросы, касающиеся технологических моментов, строятся по горизонтальному принципу: все федеральные документы регулируют постановку заданий только для федеральных учреждений, то есть форма составления государственных заданий законодательно закреплена только для них. Предполагается, что регионы и муниципалитеты могут пользоваться этой формой и совершенствовать ее для своих целей, но, как правило, по факту они только копируют федеральное законодательство или вносят изменения, приводящие к негативным последствиям.

Также публично-правовые образования, самостоятельно составляя методические рекомендации по формированию государственных и муниципальных заданий, достаточно поверхностно их прописывают. При этом и сам Приказ [1] по некоторым вопросам не содержит подробных основ составления государственного задания в части формирования показателей качества и вопросов контроля за выполнением задания.

Практические сложности возникают также по причине того, что некоторые органы, выполняющие функции учредителей перекладывают функцию формирования заданий на сами учреждения, вследствие чего возникают ошибки из-за недостатка опыта. А при составлении задания учредителями, могут быть завышены некоторые количественные параметры и не учтены реальные возможности учреждений и сложности, возникшие в предыдущем периоде.

Возникают и проблемы в части контроля и мер принуждения. У учредителей практически отсутствуют средства воздействия на учреждения, существуют только карательные меры, которые не приводят к положительным результатам в будущем, провоцируют учреждения на приписки. Применение карательных санкций не выявляет недостатки в части исполнения государственных и муниципальных заданий и не позволяет их устранить. Мерой решения данной проблемы могло бы стать осуществление выездных проверок, которые могли бы стать инструментом установления причин невыполнения заданий.

Литература:

1. Об утверждении методических рекомендаций по формированию государственных заданий федеральным государственным учреждениям и контролю за их выполнением: Приказ Минфина РФ №136н, Минэкономразвития № 526 от 29.10.2010.
2. О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием бюджетного процесса: Федеральный закон №104-ФЗ от 07.05.2013.

3. Об утверждении Программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года: Распоряжение Правительства РФ № 2593-р от 30.12.2013.

4. Казаков В.В. Бюджетирование, ориентированное на результат: проблемы и перспективы внедрения в России [Текст] / В.В. Казаков // Вестник Томского Государственного университета. – 2007. - № 295. – Томск: Изд-во ТГУ. – С. 182-186.

5. Матвеева Е.Н., Бармин Д.А. Актуальность внедрения бюджетирования, ориентированного на результат в Российской Федерации, 2007 г. [Текст] / Е.Н. Матвеева, Бармин Д.А. // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2007. - № 22. – М.: издательский дом «Финансы и кредит». – С. 17-28.

6. Ремжов А.В. Проблема внедрения бюджетирования, ориентированного на результат, в функционирование общественных финансов РФ [Текст] / А.В. Ремжов // Экономические и гуманитарные науки. – 2013. - № 9 (260). – Орел. – С. 62-65.

А. О. Николаева

СПбГЭУ, программа «Государственные
и муниципальные финансы»
к.э.н., доцент Федосов В.А.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Рассмотрены методические основы прогнозирования налоговых доходов бюджетов субъектов Российской Федерации, их достоинства и недостатки. Охарактеризованы трудности, возникающие в процессе прогнозирования, предложены варианты его совершенствования.

The article deals with methodical background of budgetary tax incomes forecast at regional level, as well as their advantages and disadvantages. The author characterizes difficulties that emerge during the forecast process, and proposes ways of its improvement.

Ключевые слова: бюджет, методы прогнозирования, макроэкономические показатели, налог, налоговое планирование, прогнозирование доходов.

Keywords: budget, forecast methods, macroeconomic indicators, tax, tax planning, income forecast.

Активное развитие экономики Российской Федерации выявило необходимость совершенствования бюджетных отношений. На современном этапе происходит переход к программному бюджету, вступают в силу принципы бюджетирования, ориентированного на результат.

В этих условиях вопросы планирования и прогнозирования бюджетных доходов приобретают особую актуальность. Ведь от объема собранных доходов зависит обеспеченность расходных обязательств. Соответственно задачей планирования и прогнозирования доходов бюджета является поиск наиболее точной методики вычисления будущей суммы доходов.

Например, одним из ведущих направлений бюджетной политики Санкт-Петербурга является вопрос формирования доходов на условиях долгосрочной устойчивости и сбалансированности бюджета.

Выделяются следующие методы планирования доходов[1]:

- Нормативный метод
- Метод экстраполяции
- Экономико-математические методы

Среди методов бюджетного прогнозирования можно выделить также:

- Методы математического моделирования
- Метод экспертных оценок
- Составление сценариев
- Эконометрическое прогнозирование
- Метод тренда

В настоящее время в России не существует единой методики планирования доходов на уровне субъекта федерации. Применяются различные методы прогнозирования и планирования доходов.

Процесс формирования прогноза можно разделить на этапы:

- Прежде всего, вырабатывается перечень основных макроэкономических показателей, которые могут оказывать влияние на формирование доходов.

- Затем выясняется, имеются ли какие-либо поправочные коэффициенты, которые могут быть связаны с изменением в налоговом законодательстве, а также влияние субъективных факторов, таких как точность прогноза.

- Далее необходимо определить степень влияния тех или иных макроэкономических показателей на определенный вид налога. Для этого используют корреляционно-регрессионный анализ, ищут наибольшую взаимосвязь между показателями и выстраивают определенный набор функций для каждого вида налогов.

В случае, если есть какие-либо прочие факторы, влияющие на налог, то они также учитываются.

Разработка прогноза на период 2014-2016 годов основывалась на следующих условиях:

- динамика демографических показателей Санкт-Петербурга;
- темп роста валового регионального продукта;
- накопленная динамика индекса промышленного производства (ИПП);
- индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года).

Согласно закону Санкт-Петербурга "О бюджете на 2014год и плановый период 2015-2016гг" были установлены следующие значения доходов, тыс. руб. [2]:

Таблица 1

Бюджет Санкт-Петербурга на 2014год и плановый период 2015-2016гг

	2014	2015	2016
Налоговые до- ходы	349 348 470,70	378 669 298,90	410 008 029,20
Неналоговые до- ходы	32 335 535,80	32 605 342,60	32 724 827,60
Безвозмездные платежи	27 432 386,20	12 589 738,70	12 769 895,50
всего	409 116 392,7	423 864 380,20	455 502 752,30

Бюджет Санкт-Петербурга всегда характеризовался достаточно высокой степенью финансовой независимости. 91,4 % в структуре собственных доходов бюджета составляют налоговые доходы.

Основная динамика доходов объясняется следующими факторами
Налоговые поступления

Важность налоговых доходов сложно переоценить. Основные изменения происходящие на сегодняшний день связаны с переходом на программный бюджет, идет перестройка всей бюджетной системы.

Санкт-Петербург перешел патентную систему налогообложения с 2014 года. Теперь вместо стоимости патента при УСН налогоплательщиками, перешедшими на патентную систему, будет уплачиваться единый налог, а также следующими изменениями законодательства по разделам:

Учитывая то, что экономика региона находится на этапе стагнации, можно ожидать серьезных сокращений по налогу на прибыль организаций.

Основной проблемой при планировании налоговых доходов является предоставление неэффективных налоговых льгот[3].

Так существует необходимость оценки эффективности установленных льгот по региональным налогам. Был необходим их пересмотр для повышения ответственности региональных властей за принимаемые решения по установлению льгот на уровне субъектов.

В Санкт-Петербурге начиная с 2011 года реализуется поэтапная отмена льгот по налогу на имущество организаций, находящегося в собственности Санкт-Петербурга и предназначенного для водоснабжения и водоотведения.

Налоговые льготы должны соответствовать как экономической, так и социальной эффективности, также не должны перекрывать собой другие меры налоговой политики, уничтожая их эффект.

Резервы пополнения неналоговых доходов связаны с повышением результативности использования собственности через эффективное регулирование ставок арендной платы, стимулирования наращивания при-

быльности государственных унитарных предприятий. Продажа неэффективной собственности инвесторам должна способствовать снижению затрат на содержание объектов.

С другой стороны, для увеличения неналоговых поступлений необходимо эффективно управлять собственностью, а не избавляться от нее. Для увеличения арендных поступлений необходимо проведение такой арендной политики, которая будет выгодна и органам управления, и арендаторам. Центральным звеном организации арендных отношений является экономически обоснованный размер арендной платы. Вместе с тем, необходимо учитывать социальную составляющую платы за пользование городской собственностью учреждениями образования, здравоохранения и другими общественными учреждениями.

Чтобы использовать неучтенные объекты необходимо проведение масштабной инвентаризации недвижимости Санкт-Петербурга. Необходимо повышать эффективность управления городским имуществом, в том числе совершенствовать мониторинг городской собственности и планировать доходы от ее использования.

Также необходимо разрешить проблему торговых центров Санкт-Петербурга. Несмотря на размер города или численность населения, площадь, которую занимают ТЦ в Санкт-Петербурге, превосходит площадь ТЦ в Москве. В создании данных центров имеет место большая коррупционная составляющая, они строятся в обход многих норм, в частности касающихся налогообложения. Так, например, владельцы сознательно затягивают легитимный процесс сдачи объектов в эксплуатацию, но фактически торговые центры начинают свою работу и приносят доход, что является незаконным уклонением от налогообложения.

Что касается безвозмездных поступлений, то планируемое сокращение трансфертов, предоставляемых из федерального бюджета, связано, в основном, с уменьшением предоставления средств на строительство автомобильной дороги «Западный скоростной диаметр»[4].

Прекращается предоставление субсидий на модернизацию региональной системы общественного образования, субсидий на ежемесячное денежное вознаграждение за классное руководство(завершение проекта). Планируется консолидация отдельных межбюджетных трансфертов. Так с 2014 года в проекте федерального бюджета предусмотрена единая субвенция бюджетам субъектов по перечню, определенному Правительством РФ.

Основная проблема при планировании и прогнозировании - это их вероятностный характер, в условиях изменчивости экономики, составить точный план представляется довольно сложным.

Улучшение методики налогового и неналогового прогнозирования в настоящее время является одним из важнейших направлений совершенствования процесса формирования бюджета. Прогноз должен не только с

большой степенью надежности определять исходные условия для разработки проекта бюджета, но и иметь целевой характер, то есть отражать результаты реализации поставленных целей и задач в среднесрочной перспективе, что является критерием эффективности проводимой социально-экономической политики и качества системы прогнозирования.

Исходя из вышеперечисленного прогноз должен иметь целевой характер, то есть отражать результаты выполнения поставленных целей и задач в среднесрочной перспективе. Именно этот аспект является критерием эффективности проводимой социально-экономической политики и качества системы прогнозирования. Таким образом, основной задачей планирования бюджетных доходов является отражение современного состояния бюджетной системы, существующих программ, что позволит в конечном итоге увеличить бюджетные доходы.

Литература:

1. Бюджетная система. Бюджетный процесс в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://economedu.ru/budjet/195-budjetnii-process.html?showall=1>., свободный. - Загл. с экрана
2. "О бюджете Санкт-Петербурга на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов" Закон Санкт-Петербурга от 20 ноября 2013 года // Принят Законодательным Собранием Санкт-Петербурга
3. Голикова Т. Заседание Государственного Совета от 4.10.2013. - Режим доступа: <http://news.kremlin.ru/news/19359>
4. "Заключение контрольно-счетной палаты на проект закона Санкт-Петербурга «О бюджете Санкт-Петербурга на 2014 года на плановый период 2015 и 2016 годов»" от 28.10.2013. - Режим доступа : <http://www.ksp.org.ru/welcome/showall/633200022>

А. В. Прилукова

СПбГЭУ, программа «Налоги и налогообложение»

к.э.н., доцент Петухова Р. А.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ ТРАНСФЕРТНЫХ ЦЕН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В данной статье автором рассматриваются проблемные вопросы и риски, с которыми столкнулись организации и налоговые органы после введения нового раздела V.1 в налоговый кодекс Российской Федерации.

In this article author examines challenges and risks faced by the taxpayers and tax administration due to the introduction of new section V.1 in Russian Tax Code.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, налоговое администрирование, налоговый контроль, сопоставимость компаний, система оценки рисков.

Keywords: transfer pricing, tax administration, tax control, companies comparability, transfer pricing risk assessment.

Интерес к проблеме трансфертного ценообразования в последнее время поддерживается на очень высоком уровне, в связи с тем, что введенный в 2012 году новый раздел V.1 Налогового кодекса РФ (далее – НК РФ) является достаточно комплексным и непонятным, при этом на практике пока еще не была осуществлена ни одна проверка цен. При этом правильное применение цен является основой достоверного исчисления налоговой базы по различным налогам, в первую очередь по налогу на прибыль и НДС.

Если говорить о существующих проблемах трансфертного ценообразования, можно утверждать, что они встречаются фактически на каждом этапе определения цен для целей налогообложения:

- выявление контролируемых сделок;
- подготовка документации;
- проведение функционального анализа;
- определение метода ценообразования;
- проведение статистических исследований;
- управление выявленными налоговыми рисками.

Поскольку объем проблем является значительным, то для удобства анализа разделим их на три группы:

1. Проблемы общего характера.
 2. Непосредственные проблемы, с которыми сталкиваются компании при реализации отдельных положений НК РФ.
 3. Проблемы, связанные с увеличением издержек администрирования.
- Рассмотрим каждую группу подробнее.

К первому блоку относятся такие проблемы как отсутствие квалифицированных специалистов, нестабильность налогового законодательства, его непонятность (сложность, неоднозначность), несовершенство учетных систем, а также широкое усмотрение судов.

Описывать проблемы, связанные с непосредственными трудностями при реализации правил трансфертного ценообразования можно долго, поскольку раздел V.1 НК РФ содержит в себе много неточностей и неясностей, что затрудняет применение данных правил на практике.

Первым практическим испытанием для налогоплательщиков стала подготовка уведомлений по контролируемым сделкам. Уведомления являются очень детальными. Чтобы составить одно уведомление требуется произвести обработку существенного объема информации, при этом объем сведений, которые должен представить в уведомлении налогоплатель-

щик согласно приказу ФНС РФ от 27.07.2012 г. № ММВ-7-13/524@ «Об утверждении формы уведомления о контролируемых сделках <...>», значительно превышает объем, дозволенный ст.105.16 НК РФ, что является нарушением подзаконности нормативных актов.

Следующий момент, на который хотелось бы обратить внимание, – это наличие информационной асимметрии. Информация, необходимая налогоплательщику для подтверждения цен, быстро меняется и отражается в источниках с существенной временной задержкой. Поэтому важно, чтобы и налогоплательщику, и налоговому органу в момент проверки был доступен одинаковый объем информации.

Для целей применения методов, основанных на рентабельности (второго, третьего и четвертого), проблем не возникает, поскольку на этот счет присутствует четкая оговорка в НК РФ. Для использования первого метода, однако, расчет интервала цен можно производить на основании имеющейся информации о ценах, примененных в течение анализируемого периода [1, ст.105.8]. Положение достаточно двусмысленное. Возникают трактовки, что информация может использоваться независимо от того, когда она появилась в источниках и была ли она доступна для налогоплательщика при совершении сделки.

При проведении отбора сопоставимых компаний для построения интервала рентабельности также возникает ряд проблем, главной из которых является невозможность осуществления отбора в полностью автоматизированном порядке. В кодах ОКВЭД присутствует путаница. В связи с этим, часто невозможно точно определить круг сопоставимых лиц. По кодам также нельзя определить весь набор осуществляемых функций. Поэтому многие производят корректировку вручную, используя информацию не только из баз, но и с сайтов организаций. Информация, которая является доступной, может быть неполной или сложной к интерпретации, другая информация, если она существует, может быть сложна к приобретению по причинам географического положения или из-за вопросов конфиденциальности. В некоторых отраслях вообще отсутствуют независимые компании (например, очень интегрированным является автомобильный бизнес). В таком случае построение интервала рентабельности вообще является невозможным.

Также может возникнуть ситуация, когда обнаруживается лишь одна сопоставимая сделка. При методе сопоставимых рыночных цен налоговый орган вправе использовать такую информацию. Это ухудшает положение контролируемого налогоплательщика, поскольку по независимым от него обстоятельствам, его цена может значительно отличаться от цены на одну конкретную сопоставимую сделку.

Поскольку часто сложно найти абсолютно идентичные организации и сделки, методология, предусмотренная НК РФ, допускает возможность

осуществления корректировок для обеспечения сопоставимости сравниваемых сделок. Однако в НК РФ не предусмотрено, как именно осуществлять такие корректировки.

На этот счет присутствует международный опыт, в первую очередь это, конечно, Руководство ОЭСР (далее – Руководство). Однако даже там этот вопрос раскрыт не полным образом. В Руководстве упоминается сегментация финансовой информации для исключения значительных несравнимых сделок; корректировки различий в капитале, функциях, активах, рисках [2, с.122], приведен пример корректировки оборотного капитала.

Пока методология осуществления корректировок нигде не закреплена, неизбежно будут возникать споры между налоговыми органами и налогоплательщиками, поскольку налогоплательщики будут пытаться подогнать удобные им сделки под свою ситуацию.

Перейдем к третьему блоку проблем, а именно проблемам, связанным с увеличением издержек администрирования.

В России сейчас активно развиваются процедуры досудебного урегулирования. Но трансфертное ценообразование находится за их рамками. Поскольку проверку проводит ФНС России, возможность апелляционного обжалования решения отсутствует. Следовательно – все разбирательства в судебном порядке. Отсюда следуют значительные издержки, которые повысят затраты на налоговое администрирование.

В зарубежной практике в этом направлении активно развиваются процедуры сотрудничества между бизнесом и налоговыми администрациями. Так, например, в Великобритании закреплено использование посреднических способов решения проблем, связанных с трансфертным ценообразованием.

В странах ОЭСР широко применяется система оценки рисков, согласно которой выявляются организации, которые преимущественно будут подвергаться контролю. К таким рискам относятся:

- убыточная деятельность;
- транзакции в низконалоговых юрисдикциях;
- реструктуризация бизнеса;
- специфичный вид платежей (роялти, страховые взносы);
- качество предоставляемой документации.

У нас же такая система пока находится в разработке. ФНС России утверждает, что в нее будут включены такие критерии, как существенный объем операций с оффшорными юрисдикциями, убыточность деятельности и т.п. [3, с.45]. Но пока критериев нет, фактически в зону риска могут попасть любые компании.

В период разработки раздела V.1 НК РФ предполагалось, что сделки будут проверяться Управлением трансфертного ценообразования и меж-

дународного сотрудничества, подразделением ФНС России. Проверка цен не сможет проводиться в рамках камеральных и выездных налоговых проверок. Проверке подлежат сделки, причисляемые к контролируемым.

Однако сейчас данная позиция поменялась, и согласно письмам Минфина РФ в рамках камеральных и выездных проверок территориальными налоговыми органами могут быть проверены также и те сделки, которые не относятся к контролируемым. Цель – выявление необоснованной налоговой выгоды. Пересмотр цены будет возможен по любым сделкам между взаимозависимыми лицами при установлении, что присутствовала манипуляция ценами [4, с.21].

Интересные противоречия возникают, если рассмотреть эту ситуацию подробнее. При таком разделении сделок на контролируемые и неконтролируемые, лица, осуществляющие неконтролируемые сделки, получают, находятся в более невыгодном положении. Во-первых, они не имеют права на применение симметричных корректировок. Во-вторых, в отношении них не будет действовать статья 129.3 НК РФ, а значит, их будут привлекать к ответственности по статье 122 НК РФ. Кроме того, если по контролируемым сделкам присутствует возможность избежать наказания, предоставив документацию, обосновывающую рыночный уровень примененных цен, то по неконтролируемым такая возможность отсутствует. Таким образом, недоплата налога по неконтролируемым сделкам будет расцениваться как более тяжелое нарушение, нежели недоплата в более крупном размере по контролируемым сделкам.

В дальнейшем возможны два варианта решения этой проблемы: распространение одинаковых условий как на контролируемые, так и неконтролируемые сделки, либо отмена контроля за неконтролируемыми сделками.

По нашему мнению, контроль за неконтролируемыми сделками нецелесообразен в принципе. Эффективность налогового администрирования представляет собой соотношение результатов администрирования и расходов, понесенных в связи с его осуществлением. Что касается расходов, то, является очевидным, что они будут достаточно высокими как со стороны налогоплательщиков, так и территориальных налоговых органов. Что же касается сумм мобилизованных налоговых платежей, вряд ли они будут настолько существенными, чтобы ради этого вводить этот трудоемкий механизм.

В ближайшем будущем будет осуществляться обработка поданных уведомлений, причем пока непонятно, как будет происходить отбор организаций на проверку. Но, так или иначе, начнется перенос проблем из теоретической плоскости в практическую, появится арбитражная практика. И будут происходить преобразования, поскольку корректное применение новых правил из-за большого уровня неточностей и сложностей на данный момент не представляется возможным.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 19.07.2011) с изменениями и дополнениями, ст. 105.8, п.7.
2. Transfer pricing Guidelines for multinational enterprises and tax administrations – OECD, 2010. – Chapter III, A.6. – С.122-125.
3. Интервью начальника Управления трансфертного ценообразования и международного сотрудничества ФНС России Д.В.Вольвача//Налоговая политика и практика. – 2012. – №7. – С.45.
4. Ювзак М.В. Контроль за ценами в неконтролируемых сделках//Налоговед. – 2013. – №8. – С.21.

Н. А. Шишкина

СПбГЭУ, программа «Государственные и муниципальные финансы»
д.э.н., профессор Канкулова М. И.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Данная статья посвящена управлению финансами государственных (муниципальных) учреждений в условиях проводимой бюджетной реформы. Она отражает основные проблемы реализации финансовой самостоятельности бюджетных учреждений. Сформулированы рекомендации по совершенствованию некоторых инструментов и механизмов обеспечения целей бюджетной реформы по повышению доступности и качества услуг для населения.

This article is devoted to management of finance of the public (municipal) institutions in the conditions of ongoing budgetary reform. It reflects the basic problems of realization of financial independence of public institutions. Formulated recommendations for improvement of some tools and mechanisms for providing the purposes of budgetary reform to raise the availability and quality of services for the population.

Ключевые слова: государственные (муниципальные) учреждения, бюджетная реформа, финансовый менеджмент, нормативные затраты.

Keywords: public (municipal) institutions, budgetary reform, financial management, normative costs.

В настоящее время продолжается реализация бюджетной реформы, первый масштабный шаг к которой был сделан в 2004 году, когда Постановлением Правительства РФ была одобрена Концепция реформирования бюджетного процесса в РФ. Президент РФ в Бюджетном послании продолжает формулировать основную цель бюджетной реформы – обеспечение долгосрочной устойчивости бюджетной системы и повышение эффективности управления общественными финансами.

Проводимая реформа, используя инструменты БОР, имеет положительные результаты: расширяется самостоятельность государственных (муниципальных) учреждений, развивается их конкуренция, повышается доступность и качество государственных услуг для общества. В процессе реформирования государственные (муниципальные) учреждения были разделены на три типа: казенные, бюджетные, автономные, которые наделены разными уровнями правоспособности, самостоятельности и ответственности. Был изменен механизм финансового обеспечения бюджетных учреждений, перевод их со сметного финансирования на субсидии в рамках выполнения государственного задания. Финансовое обеспечение выполнения государственного задания теперь осуществляется в виде субсидий из бюджета, которые выделяются на возмещение нормативных затрат на оказание государственной услуги.

В статье анализируются основные проблемы, возникающие у бюджетных учреждений в процессе их деятельности в современных условиях на примере ФГБУ «Президентская библиотека имени Б.Н.Ельцина».

Президентская библиотека была торжественно открыта Президентом РФ Д.А.Медведевым 27 мая 2009 года во Всероссийский День библиотеки и в День города Санкт-Петербурга. Это одна из трех национальных библиотек РФ, которая собирает и хранит в электронно-цифровой форме печатные и архивные материалы, аудиозаписи, видео- и иные материалы, отражающие многовековую историю российской государственности, теории и практики права, а также русского языка, как государственного языка РФ. Расположена Президентская библиотека в историческом здании Синода и спроектирована как современный информационный центр, который включает в себя электронный читальный и выставочные залы, конференц-зал, мультимедийный и телевизионный комплексы.

Президентская библиотека является государственным бюджетным учреждением, находящимся в ведении Управления делами Президента РФ и выполняет государственное задание, формируемое учредителем в соответствии с основными видами деятельности учреждения.

В процессе выполнения государственного задания Президентская библиотека сталкивается со следующими проблемами, актуальными сегодня и для других бюджетных учреждений:

- при приобретении товаров и услуг для собственных нужд, учреждение должно следовать положениям Федерального закона 44-ФЗ, как показывает практика в настоящее время, из-за многоступенчатости процедуры закупки, теряются оперативность платежей, постоянные поставщики (услуг и товаров), а также ухудшается качество предоставляемых услуг (поставленной продукции);

- в рамках выполнения государственного задания учреждению невыгодно экономить и выполнять услуги сверх установленного лимита, так

как это может вызвать вопросы учредителя по расчету нормативных затрат и финансирование на следующий год будет снижено;

- в своей деятельности, несмотря на то, что бюджетные учреждения теперь обладают большей самостоятельностью и «ушли» от смет, должны опираться на составленный заранее и утвержденный учредителем План финансово-хозяйственной деятельности. Переместить денежные средства с одной статьи расхода на другую крайне сложно, и требует согласования с учредителем;

- если в процессе деятельности учреждения возникает потребность срочно оплатить по какому-то договору, то необходимо делать изменения в План финансово-хозяйственной деятельности и согласовывать его с учредителем, что занимает много времени и лишает платеж оперативности;

- финансирование бюджетного учреждения происходит не на 100% его потребностей, а исходя из имеющихся в бюджете денежных средств, и бюджетные учреждения, рассчитывая нормативные затраты на выполнение государственного задания, должны заведомо снижать свои реальные затраты, то есть объем государственного задания напрямую зависит от объема бюджетных средств, выделяемых на ту или иную программу;

- даже относительно денежных средств от приносящей доход деятельности, которыми по Закону №83-ФЗ бюджетные учреждения могут распоряжаться самостоятельно, на практике учреждениям приходится все равно планировать и согласовывать данные расходы с учредителем;

- при формировании государственного задания учреждениям выгоднее выполнять работы, чем оказывать услуги, так как последние нуждаются в характеристиках качества их выполнения, что сегодня методологически сложно, на сегодняшнее время нет единого перечня услуг;

- что касается расчета нормативных затрат на выполнение государственного задания, то в настоящее время нет единых нормативов и для учреждений устанавливаются «первоначальные» нормативы, которые считаются методом от достигнутого и зачастую на практике нормативы не работают;

- и, наконец, не до конца выполняются требования Приказа Министерства финансов РФ от 21 июля 2011 г. № 86н, который обязывает учреждения размещать информацию о своей деятельности на сайте www.bus.gov.ru, для обеспечения открытости и доступности информации о деятельности государственных учреждений.

В заключении можно сделать вывод, что, несмотря на большой объем проделанной Министерством финансов РФ организационной и методической работы, сложности в реализации всех целей проводимой бюджетной реформы еще остаются и, в процессе применения новых инструментов на практике, будут корректироваться и дорабатываться.

Однако следует заметить, что решение некоторых из перечисленных проблем уже появилось в Бюджетном кодексе РФ, так к 2016 году должен быть разработан и законодательно закреплён порядок формирования единых базовых перечней государственных (муниципальных) услуг для различных отраслей, на основе которых учредители будут разрабатывать государственные (муниципальные) задания для подведомственных учреждений. Должна быть создана единая методология расчета нормативных затрат на оказание государственной (муниципальной) услуги. Основные параметры государственного задания должны включаться в состав целевых показателей выполнения соответствующих государственных программ.

Это позволит унифицировать правовую и методическую базу для оказания государственных (муниципальных) услуг в увязке с целевыми показателями развития соответствующих отраслей, для оценки качества и доступности государственных услуг, предоставляемых населению, оценки эффективности деятельности организаций и развития конкурентной среды при выполнении государственных заданий.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.1998 г № 145-ФЗ.
2. О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений: Федеральный закон от 08.05.2010 г № 83-ФЗ.
3. Об утверждении Программы Правительства РФ по повышению эффективности бюджетных расходов на период до 2012 года: Распоряжение Правительства РФ от 30.06.2010 г № 1101-р.
4. О порядке формирования государственного задания в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания: Постановление Правительства РФ от 02.09.2010 г № 671.
5. Финансы некоммерческих организаций: учебное пособие. / М.И. Канкулова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013.
6. Официальный сайт Министерства финансов РФ: <http://www.minfin.ru>
7. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях: <http://bus.gov.ru>
8. Федоров А.П. Региональная программа повышения эффективности бюджетных расходов и реализация Закона № 83-ФЗ /А.П.Федоров// - Журнал «Бюджет» № 4 – 2013 г - стр.19-21.
9. Тишутина О.И., Михайлов А.В. Технологии применения в бюджетном процессе инструментов бюджетирования, ориентированного на результат /О.И. Тишутина, А.В. Михайлов// – Журнал «Проблемы современной экономики» № 3 – 2012 г – с.152-156.

СЕКЦИЯ 7. СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Д. А. Абдулхаликова
СПБГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
к.э.н, доцент Разбитная М.А.

THE ROLE OF TRANSFER PRICING IN ACCOUNTING OF RELATED-PARTY TRANSACTIONS

В статье исследуется роль трансфертного ценообразования и влияние трансфертного ценообразования на учет сделок, контролируемых налоговыми органами.

This article is concerned with the role of transfer pricing and its influence on related-party transactions.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, взаимозависимые лица, контролируемые сделки, налоговая нагрузка.

Key words: related-party transactions, transfer pricing, tax burden.

In the market economy economic entities are willing to increase its profit, which can be represented as income minus expenses. That is why it is companies who can minimize their expenses so that the amount of the profit will be up.

Over the last years multinational companies have started to form divisions throughout the world but still inter-company transfer of goods and services without subsidiaries have drawn the attention of tax authorities (since they involve related-party transactions between affiliated enterprises). The reason is that this way companies can reallocate their resources in order to reduce tax burden. It is one the world's easiest tax optimization recipe. As a consequence tax authorities keep a close eye on related-party transactions.

The first country to apply special methods of transfer pricing were United States of America. The main regulatory act in this field is Transfer pricing guidelines for multinational enterprises and tax administrations, which were implemented by the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD).

According to the Guidelines, “countries need to reconcile their legitimate right to tax the profits of a taxpayer based upon income and expenses that can be reasonably be considered to arise within territory” [2, p. 11]. In the Russian Federation the first steps to implement transfer pricing principles were made in 2012, when an addition to the Tax Code, which provides “clearer and more objective principles and practices regarding the issues, parties and measurement

of transfer pricing” [1] came into operation. Hereafter supplementary liability for taxpayers has arisen. This has led to a certain difficulties to the existing business practice of contractual relationships.

According to Tax code the following can be recognized as related-party transactions [3].

Type of transaction	2012	2013	2014
Domestic transactions	turnover more than three billion roubles	turnover more than two billion roubles	turnover more than one billion roubles
	turnover more than sixty millions roubles, one of the parties is a mineral extraction taxpayer		
	turnover more than one hundred millions roubles, one of the parties is taxpayer on a special tax regime		
Cross-border transactions	irrespective of turnover		

Table 1. Types of transactions that can be classified related-party transactions

As a result, companies that have transactions, which fall under related-parties, must learn to set up prices properly within the group of companies. So they need to find balance between getting optimal profit amount but without breaking the law. It requires a lot of resources, and most importantly time.

Even if the companies had applied some rules of transfer prices, now they to learn new ones: how to develop methods for determining the price fixed by law, perform regular market analysis, identify related-party transactions and process reports to state authorities.

The first steps to implement transfer pricing principles for economic entities are development of pricing policy and its adaptation to the company structure. Economically reasonable level of return should rely on pricing factors and market environment.

Literature:

1. C. Lowell and T. Gomes. Russian Transfer Pricing. Режим доступа: [<http://www.american-appraisal.com/US/Library/Articles/Russian-Transfer-Pricing.htm>]

2. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Transfer pricing guidelines for multinational enterprises and tax administrations // OECD publishing. – 2009 Edition.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 28.12.2013). Раздел V.1. Взаимозависимые лица. Общие Положения о ценах и налогообложении. Налоговый контроль в связи с совершением сделок между взаимозависимыми лицами. Соглашение о ценообразовании.

К. В. Алексеева

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Крылова Т.А.

РОЛЬ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В настоящий момент внутренний аудит стремительно развивается и широко используется организациями. Он является эффективным способом осуществления контроля над экономической деятельностью компании и оценки ее финансового состояния. Однако многие организации только прописывают процедуры контроля, но не соблюдают их, что может привести к негативным последствиям.

Currently, internal audit is developing rapidly and widely used by organizations. It is an effective way to control over the economic activity of the company and assess its financial condition. However, many organizations are only prescribed control procedures, but do not observe them, which could lead to negative consequences.

Ключевые слова: внутренний аудит, контроль, защита, востребованность

Key words: internal audit, control, protection, necessity

Внутренний аудит - это деятельность, направленная на контроль звеньев управления и аспектов функционирования организации, регламентированная внутренними документами организации и осуществляемая представителями контрольного органа. Целью внутреннего аудита является помощь в осуществлении эффективного управления и контроля. К задачам такого аудита необходимо отнести оценку эффективности деятельности организации и предоставление рекомендаций по повышению эффективности управления, а также устранение недостатков.

Выделяют несколько видов аудита. Оценка эффективности и производительности проводится в ходе функционального аудита. Для определения качества взаимодействующих и взаимосвязанных функций используется межфункциональный аудит. Организационно-технологический аудит проводится с целью контроля звеньев управления на предмет их целесообразности, как организационной, так и технологической. Аудит видов деятельности предполагает объективное обследование и всесторонний анализ определенных видов деятельности, бизнес-проектов с целью выявления возможностей их улучшения. Всесторонний аудит определяется в качестве гибкого контроля организации, определяемого как совокупность функционального и технологического аудита систем управления, аудита систем элементов, которые связывают организацию с внешней средой. К таким элементам относят имидж, связи и др. Данный вид аудита позволяет оценить устойчивость положения компании в социальных системах, перспективы развития, выявить сильные и слабые стороны деятельности.

Органы управления пользуются услугами внутренних аудиторов как дополнительными ресурсами, которые помогают осуществить свои функции, обеспечивая защиту от ошибок, определяя возможности устранения будущих недостатков, помогая выявить и устранить слабые места системы управления.

Таким образом, целью системы внутренних аудиторов является их эффективность, которая выражается в своевременном выявлении и устранении ошибок и потерь.

Большинство руководителей компаний хотят, чтобы их службы внутреннего аудита проводили оценку бизнес-рисков и бизнес-процессов и факторов, которые непосредственно связаны с информационными технологиями. Приходит понимание, что данная служба востребована, поскольку она направлена на безопасность компании, оценки дальнейшего развития и предоставления планов по эффективному достижению целей организации, а также она проследит, что предоставленные планы будут осуществлены. Здесь приходит осознание, что содержание важнее формы.

Востребованность внутреннего аудита обуславливается уверенностью заказчика в получении объективной и полной информации о реальном состоянии дел своевременно [4, с.1-3].

Необходимо, однако, осознавать, что руководитель службы внутреннего аудита должен обладать значимостью для директорского состава организации, что, в свою очередь, будет выявляться поддержкой деятельности службы.

С ростом и развитием компании меняются требования к аудиту. Так например, на малых предприятиях, в большинстве случаев, присутствует ситуация неполной формализации, и слабо развито управление. В средних компаниях идет формализация отношений внутри самой организации, но оценка рисков все еще остается номинальным показателем. Поэтому руководители обращаются к внешним аудиторам для получения рекомендаций по усовершенствованию системы контроля. И только в крупных компаниях сотрудники руководствуются прописанными правилами и процедурами, оценка рисков представляет собой задокументированный процесс.

Главной проблемой большинства компаний остается неприменение и несоблюдение разработанных процедур контроля. Встречаются ситуации, когда эти процедуры хоть и прописаны, но нет контроля над их выполнением. Важно помнить, что прописанные процедуры без соответствующего контроля над их соблюдением остаются только процедурами, прописанными на бумаге. В связи с этим необходимо не только разработать регламенты, но и определить лиц, несущих ответственность за вы-

полнение и мониторинг эффективности работы системы. Делегирование таких полномочий часто является мотивацией для сотрудников.

Существуют признаки, которые позволяют выявить недостаточность или отсутствие внутреннего контроля. К ним относятся: отсутствие должностных инструкций, корпоративных стандартов, распределения обязанностей и ответственности, трудовых договоров, договоров о конфиденциальности; отсутствие порядка документооборота; отсутствие учетной политики; отсутствие контроля над использованием денежных средств; отсутствие бюджета доходов и затрат; отсутствие налогового планирования; отсутствие внутренних ревизий (проверок); отсутствие ответственного лица за контроль системы; отсутствие процедур по усовершенствованию системы.

Последствия недостаточности системы внутреннего контроля и ее отсутствие могут привести к самым разным результатам. Самыми распространенными являются растрата денежных средств менеджментом на личные цели; ручное управление компанией; наличие неликвидных запасов на складе. Значимыми отрицательными результатами являются низкая ликвидность (отсутствие денежных средств на погашение текущей задолженности); неплатежеспособность; некорректная финансовая отчетность; а также мошенничества; убытки, банкротство и дефолт [3].

В связи с этим нельзя пренебрегать внутренними процессами и контролем.

Актуальность и возможность развития внутреннего аудита в России на современном этапе обусловлена, с одной стороны, рассмотрением внутреннего аудита в качестве потенциального инструмента повышения эффективности деятельности предприятия, а с другой стороны – нормативными требованиями российского законодательства [2, с.4].

Литература:

1. В. Петров, А.Алексеева, А. Головач Внутренний аудит в российских компаниях
2. Дубровина Ирина Васильевна «Развитие внутреннего аудита в России» // Журнал “Аудит” №6-2013, 2 августа 2013
3. Елена Макеева «Контроль — всему голова» // “&Финансист” №8-2013, 16 сентября 2013
4. Сонин А.М. Внутренний аудит: правило трех «В» // “Акционерное общество: вопросы корпоративного управления” №2-2014, 13 февраля 2014

Ж. Н. Баткова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Ольховская О.А.

УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ ВНЕ ТЕРРИТОРИИ РФ

В данной статье рассматривается проблема бухгалтерского и налогового учета операций по реализации товаров резидентами вне территории РФ. Затронут вопрос учета операций косвенного реэкспорта, дана краткая характеристика данного режима.

Приведены преимущества такого режима с точки зрения налогообложения, валютного регулирования. Обращается внимание на документарное оформление сделок.

This article considers the problem of accounting and tax accounting of transactions of sale of goods by residents outside the territory of the Russian Federation. The issue of accounting operations indirect re-export, brief characteristic of this mode. The advantages of such a regime from the point of view of taxation, currency regulation. Draws attention on documentary transactions

Ключевые слова: реэкспорт; косвенный реэкспорт; внешнеторговый контракт; валютный контроль.

Key words: Re-export; indirect re-export; foreign trade contract; currency control.

В условиях современной жизни для многих российских предприятий внешнеэкономическая деятельность – это очень существенная часть работы. Недавнее вступление Российской Федерации в ВТО и дальнейшая интеграция российской экономики в систему мирового рынка требуют от наших организаций скорейшей адаптации к новым условиям, поиску новых нестандартных решений.

Определение внешнеторговой деятельности дано в Федеральном законе от 08.12.2003 № 164-ФЗ ст.2 п.3: «Внешнеторговая деятельность - деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью». Это либо экспорт, либо импорт товаров, услуг, информации.

В настоящей статье хотелось бы остановиться на экспорте товаров, причем такой его форме, когда экспортируемый товар не пересекает границу РФ, т.е. не ввозится на территорию РФ и не вывозится с неё. Такой вид передачи (реализации) товаров в общем подпадает под определение «Реэкспорт». В определении четко указано, что с территории государства вывозятся товары, ранее ввезенные с территории другого государства. В международной практике это называется «прямой реэкспорт». Мы же будем рассматривать ситуацию, когда товар не пересекает границу страны-резидента, а напрямую отправляется в место приемки товара, расположенное так же на территории другого государства. Простым языком гово-

ря резидент покупает что-либо за границей, и продает это так же за границей. В международной практике это называется «косвенный реэкспорт».

В нашем законодательстве определения такого режима, как «косвенный реэкспорт», не существует, хотя совершенно очевидны его преимущества.

Прежде всего, самое очевидное, это снижение расходов на транспортировку товаров. Это ведет к сокращению издержек, и в конечном итоге к уменьшению собственно цены товара. При этом налицо одно из основных конкурентных преимуществ компании-продавца. Кроме того, могут существенно сократиться сроки поставки товара.

Далее остановимся на преимуществе косвенного реэкспорта в точки зрения налогообложения. В ст.146 НК сказано, что объектом налогообложения по НДС является реализация товаров (работ, услуг) на территории Российской Федерации. Следовательно, реализация товаров за пределами РФ объектом налогообложения по НДС не является и НДС не облагается. Руководствуясь главой 21 НК РФ, в целях исчисления НДС признается «территория РФ». Можно смело сделать вывод о том, что даже если продавец и покупатель являются организациями - резидентами РФ, данная сделка по купле-продаже товара НДС не облагается, счет-фактура продавцом не выставляется, записи к книге продаж (покупок) не делаются.

Учитывая все вышесказанное, продавец и покупатель должны со всей тщательностью и осмотрительностью подойти к документарному оформлению таких сделок. И поскольку вариаций производитель-продавец-покупатель-потребитель может быть множество, приведем конкретный пример: продавец «Х» заключает договор купли-продажи товара с покупателем «У», это обе российские организации, образованные и существующие в соответствии с законодательством РФ. «Х» по договору обязан поставить товар для «У» в указанный пункт, расположенный НЕ на территории РФ. «Х» закупает товар у иностранного производителя «Z» на условиях (к примеру) DAP (INCOTERMS 2010).

Здесь особое внимание стоит уделить контракту продавца со своим иностранным контрагентом-производителем именно в части указания пункта поставки (DAP), прописав, что сдача-приемка товара будет происходить на территории такого-то государства, по такому-то адресу, указав, по - возможности, ответственное лицо при приемке товара. Вся эта же информация должна быть «зеркально» отражена в собственно договоре купли-продажи продавца и покупателя (X и Y). Подтверждением факта поставки товара для X и Y будем отметка в международной транспортной накладной (CMR), и при этом ничто не мешает продавцу и покупателю на основании CMR обменяться дополнительными документами, например актом сдачи-приемки товара, или даже товарными накладными по форме ТОРГ-12.

Все эти документы понадобятся продавцу-резиденту при оплате товара производителю. Поскольку оплата будет производиться в иностранной валюте, и, следовательно, процедуры валютного контроля со стороны банка не избежать. Целью валютного контроля является обеспечение соблюдения валютного законодательства при осуществлении валютных операций резидентом. Валютное законодательство в Российской Федерации регулируется Федеральным законом от 10.12.2003г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле». В данном законе прямо сказано, что для осуществления валютных операций резиденту необходимо оформить в уполномоченном банке *паспорт сделки*: «Паспорт сделки используется органами и агентами валютного контроля для целей осуществления валютного контроля». На первый взгляд, кажется, что без паспорта сделки наш продавец товара «Х» не сможет оплатить своему поставщику «Z» деньги за полученный товар. Однако, порядок оформления (открытия, закрытия, переоформления) паспорта сделки прописан в разделе II Инструкции Центрального Банка Российской Федерации 4 июня 2012г. N138-И. и там же в п.п.5.1.1. главы 5 прописано требование о необходимости оформления паспорта сделки к внешнеторговому контракту, которое распространяется только на «договоры, в том числе агентские договоры, договоры комиссии, договоры поручения, предусматривающие при осуществлении внешнеторговой деятельности вывоз с территории РФ или ввоз на территорию РФ товаров, за исключением вывоза (ввоза) ценных бумаг в документальной форме (далее - контракт)».

Соответственно по внешнеторговому контракту, указанному в примере, паспорт сделки оформлять не требуется. Поскольку паспорта сделки нет, это означает, что нет контроля сроков исполнения контракта со стороны органов валютного контроля, так как операции данного типа не подпадают под действие Закона о валютном регулировании. Здесь же хочется обратить внимание на ситуации, когда Покупатель «Y», в отличие от вышеприведенного примера, не является резидентом РФ. Т.е. органы валютного контроля не зафиксируют нарушение зачисления валютной выручки в случае несвоевременной оплаты поставленного товара.

Однако, отсутствие регламентированного (со стороны органов ВК) пакета документов, подтверждающих факт совершения сделки, не означает, что для осуществления валютного платежа уполномоченный банк не запросит никаких документов. Для проведения такой операции в банк необходимо будет предоставить все имеющиеся документы, подтверждающие факт совершения сделки (договор поставки (контракт) как с Поставщиком, так и с Покупателем; инвойс (спецификации, приложения к контракту; СМР; другие документы, подтверждающие факт поставки товара)

В рамках данной статьи, так же хотелось бы отметить необходимость четкой организации бухгалтерского учета товарно-материальных

ценностей, предназначенных для реализации в режиме «косвенный реэкспорт». Поскольку речь идет о продаже именно «Товара», то рассмотрим учет на счете 41.

Для обеспечения оперативного контроля за движением товаров, предназначенных для реализации без ввоза на территорию РФ, целесообразно открыть к счету 41 несколько субсчетов, на которых будет обеспечиваться синтетический учет. К примеру:

- «Реэкспортные товары в пути»
- «Реэкспортные товары на складах за границей»

Немаловажное значение для учета таких товаров имеет правильное определение момента перехода права собственности, поскольку при приобретении товаров за иностранную валюту российская организация обязана руководствоваться нормами Положения по бухгалтерскому учету "Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте" (далее - ПБУ 3/2006). В силу п. 4 ПБУ 3/2006 стоимость товаров, выраженная в иностранной валюте, для отражения в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности компании подлежит пересчету в рубли. Причем по общему правилу пересчет осуществляется по официальному курсу этой иностранной валюты к рублю, устанавливаемому Центральным банком Российской Федерации.

Как сказано в п. 6 ПБУ 3/2006, для целей бухгалтерского учета указанный пересчет в рубли производится по курсу, действующему на дату совершения операции в иностранной валюте. Другими словами, датой совершения операции в иностранной валюте при принятии на учет реэкспортных товаров является момент возникновения у российской организации права собственности на такие товары.

В международной торговой практике, как правило, стороны во внешнеторговом контракте обязательно прописывают базисные условия поставки ИНКОТЕРМС. Кроме того, базисные условия поставки устанавливают момент перехода рисков случайной гибели и повреждения товаров. Но, базисные условия не определяют собственно момент перехода права собственности. При заключении внешнеторговых контрактов именно российской стороне стоит настаивать о включении в контракт условий, по которым определяется момент перехода права собственности на товар.

Если зафиксировать конкретное указание места и времени перехода права собственности на товар к покупателю во внешнеторговом контракте, то это позволит в дальнейшем бухгалтеру своевременно принять товары к бухгалтерскому учету.

Обратим внимание на процесс принятия товаров к бухгалтерскому учету. Прежде всего, на первичные учетные документы, на основании которых бухгалтер отразит операцию в регистрах бухгалтерского учета. В отношении импортного товара, который никогда не будет ввезен на

территорию РФ, о каких конкретно первичных документах мы можем говорить? С 1 января 2013 г. вступил в силу новый закон о бухгалтерском учете - Закон N 402-ФЗ, который отменил обязанность применения первичных учетных документов из альбома унифицированных форм. Формы первичных учетных документов и регистров бухгалтерского учета теперь утверждают сами руководители экономических субъектов по представлению должностного лица, на которое возложено ведение бухгалтерского учета. Не стоит лишним раз подчеркивать важность разработки бухгалтерской службой грамотных и полных форм первичных учетных документов, связанных с приобретением товаров у иностранных поставщиков, предназначенных для продажи вне территории РФ.

Итак, общая демократизация внешнеэкономической политики в нашей стране открывает каждой организации и предпринимателю широкую возможность налаживания международных торговых контактов самых разнообразных видов. Но вместе с этим, перед каждым российским предприятием, решившим распространять свой бизнес за пределы страны, встает задача грамотной организации бухгалтерского учета на высоком уровне с учетом всех актуальных требований законодательства.

М. С. Буланова

СПбГЭУ, программа «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
к.э.н., доцент Лепескина В. В.

ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛЯЦИИ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В работе представлены особенности калькуляции на предприятиях общественного питания. Описана последовательность определения себестоимости готовой продукции. Рассмотрены программы автоматизированного учета. Определено значение калькуляции для предприятий общественного питания.

The report presented the features of the calculation in catering establishments. Describes the sequence of determining the cost of finished products. Considered automated accounting program. Defined value calculation for catering.

Ключевые слова: калькуляция, общественное питание, бухгалтерский учет, специализированные компьютерные программы.

Key words: calculation, catering, financial accounting, specialized computer programs.

Одной из важнейших задач общественного питания в области финансового и управленческого учета является калькуляция себестоимости выпускаемой продукции.

На предприятиях общественного питания с помощью калькуляции формируется себестоимость готового блюда (изделия) [1, с.200], обеспечивается ценообразование и контроль движения товарно-материальных запасов предприятия.

Составление калькуляционных карт позволяет принимать адекватные управленческие решения и выполнять одну из основных задач – получение прибыли, учитывая как затраты на производство, так и уровень спроса и предложения на рынке.

В бухгалтерском учете калькуляция продуктов питания занимает важное место, государство строго следит за качеством производимой продукции: создаются особые подразделения и организации, выполняющие надзор и контроль соблюдения санитарных правил норм, а также контроль качества производимой продукции. К таким организациям относятся санитарно-эпидемиологические станции, отдел по торговле, качеству продукции, отдел по защите прав потребителей [2, п.5].

На предприятиях общественного питания реализуются покупные товары и продукция собственного производства. Для составления калькуляции используется первичный документ - калькуляционная карточка формы №ОП-1 для каждого вида продукции, составлением которой занимается бухгалтер-калькулятор. При составлении калькуляционных карт используется сборник рецептур блюд и кулинарных изделий [3] для определения норм закладки сырья на каждое блюдо, и рассчитывается стоимость сырья, необходимого для его приготовления.

При разработке фирменного (нового) блюда шеф-поваром и технологом предприятия составляется акт проработки блюд с указанием расхода сырья, технологических потерь и характеристиками качества блюда. На основании акта проработки составляется технико-технологическая карта и производится расчет себестоимости блюда.

В коммерческих предприятиях общественного питания стоимость продажи готового блюда (изделия) регулируется соотношением спроса и предложения, то есть формируется его рыночная стоимость [4, п.IV]. При этом сумма наценки (как на покупные товары, так и на продукцию собственного производства) должна покрывать все расходы на продажу (на приобретение сырья и продуктов, производство, реализацию и организацию потребления блюд), НДС (за исключением предприятий, освобожденных от уплаты данного налога) [5, гл.21], а также обеспечивать рентабельную работу предприятия.

В предприятиях общественного питания, имеющих социальную направленность (школы, средние и высшие учебные заведения, больницы, детских сады), стоимость готового блюда рассчитывается исходя из стоимости сырьевого набора, увеличенной на сумму наценки, максимальный

уровень которой может контролироваться органами исполнительной власти субъектов РФ [6].

Данные о достоверном и детальном расчете себестоимости продукции позволяют определить экономическую выгоду для выпуска блюд, полуфабрикатов и готовых изделий. Для предприятий общественного питания последовательность технологического процесса приготовления готовых блюд (изделий) и реализация покупных товаров отражена в бухгалтерском учете хозяйственными операциями с корреспонденцией счетов и представлена в таблице 1 [7, с.122].

Таблица 1

**Отражение в бухгалтерском учете хозяйственных операций
при формировании себестоимости готовой продукции
в общественном питании**

Хозяйственные операции	Корреспонденция счетов
Приобретение товаров и сырья для производства блюд	Д 41-1 «Товары на складах и в кладовых» - К 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»
Учет товаров и сырья, переданных в производство	Д 20 «Основное производство» - К 41-1 «Товары на складах и в кладовых»
Передача товаров со склада в розничную торговлю	Д 41-2 «Товары в розничной торговле» - К 41-1 «Товары на складах и в кладовых»
Передача продукции для реализации	Д 40 «Выпуск продукции» - К 20 «Основное производство»
	Д 43 «Готовая продукция» - К 40 «Выпуск продукции»
Списание себестоимости продукции собственного производства	Д 90-2 «Себестоимость продаж» - К 20 «Основное производство»
Списание себестоимости покупных товаров	Д 90-2 «Себестоимость продаж» - К 41-2 «Товары в розничной торговле»

Калькуляция блюд при реализации продукции собственного производства может составляться с использованием компьютерных программ. Компьютерные программы формируют калькуляционные карты, информация в которых соответствует унифицированной форме первичного учетного документа, и по необходимости могут быть выведены на печать.

В настоящее время все большее значение приобретают программы с возможностью составления калькуляции – StoreHouse, Tillypad, благодаря которым можно не только выгружать данные в бухгалтерские программы 1С - «Общепит» и «Управление рестораном», но и оперативно реагиро-

вать на любые изменения в калькуляции и вносить изменения в самые короткие сроки [8].

Программы автоматизированного учета при составлении калькуляции позволяют производить пересчет цен на определенную дату, так же можно устанавливать новый процент наценки, устанавливать стоимость ингредиентов или рассчитывать себестоимость автоматически, исходя из средних закупочных цен товаров.

Благодаря системам автоматизации при калькулировании, намного быстрее и результативнее выводятся данные инвентаризации, поскольку в сличительную ведомость вводятся реальные остатки, вплоть до наименьших единиц измерения сырья и продукции, и система сама раскладывает и просчитывает количество ингредиентов, входящих в блюдо.

Изучив особенности калькуляции для бухгалтерского учета в общественном питании, можно сделать следующие выводы:

- современные автоматизированные системы позволяют снизить затраты времени на составление калькуляционных карт и расчета себестоимости блюд, тем самым позволяя увеличить время для анализа деятельности предприятия – результатов инвентаризации, правильности списаний блюд, контроля рентабельности блюд и выхода готовых изделий;

- с помощью калькуляции блюд в общественном питании можно определять целесообразность дальнейшего выпуска той или иной продукции; оптимизировать ассортимент выпускаемых блюд и изделий, а так же установить оптимальную цену для продукции собственного производства и для покупных товаров;

- с использованием автоматизированных систем значительно снижаются трудоемкость калькулирования блюд и вероятность допустить техническую ошибку в подсчетах, и в тоже время появляется возможность проанализировать себестоимость и результат от внедрения нового блюда и предложить наиболее оптимальную наценку на данное блюдо (изделие) с целью достижения максимальной эффективности продаж и выручки на предприятии.

Литература:

1. Бухгалтерский учет в торговле и общественном питании: Учебное пособие / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 352 с.: 60x90 1/16 + CD-ROM. (переплет) ISBN 978-5-9558-0185-8, 2000 экз.

2. ГОСТ 50762-2007 «Услуги общественного питания. Классификация предприятий общественного питания»: введен 2009-01-01 / Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии. - Москва : Стандартинформ, 2008.

3. Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания [Текст]/ В.А.Ананина, С.Л.Ахиба. – Хлебпродинформ.,1996.-618с.

4. «Письмо» Минэкономики РФ от 20.12.1995 N 7-1026 «О Методических рекомендациях по формированию и применению свободных цен и тарифов на

продукцию, товары и услуги» (вместе с "Методическими рекомендациями ...", утв. Минэкономки РФ 06.12.1995 N СИ-484/7-982).

5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (с изм. и доп., вступ. и силу с 30.01.2014).

6. Постановление Правительства РФ от 07.03.1995 N 239 (ред. от 09.03.2013) "О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)".

7. Общественное питание. Учет и калькулирование себестоимости / А.М.Петров. – М.: Рид Групп, 2011. – 384с. – (Полное руководство бухгалтера).

8. Интернет-ресурсы: www.v8.1c.ru/, www.sheltec.ru/, [www.tillypad.ru.](http://www.tillypad.ru/)

С. А. Васильев

СПбГЭУ, программа «Учёт, анализ и

аудит в отраслях экономики»

к.э.н., доцент Чекалина Е. В.

ВЗАИМОСВЯЗЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО И ФИНАНСОВОГО УЧЕТА

Взаимосуществование двух видов учета – финансового и управленческого привлекает интерес исследователей уже долгие годы. На современном этапе большинство ученых сошлись во мнении, что это две разные системы учета, однако, не стоит забывать, что управленческий учет возник в рамках финансового, а значит сходных характеристик у них будет все же не меньше, чем различий. В представленной работе рассмотрены точки соприкосновения финансового и управленческого учета.

Coexistence of financial and management accounts has attracted the interest of researchers for many years. At the present stage, most scientists agreed that these are two different accounting systems, however, we cannot forget that management accounting has arisen within the financial and thus there would still be similarities no less than the differences. In the present paper we consider the points of contact of the financial and management accounting.

Ключевые слова: управленческий учет, финансовый учет, различия, взаимосвязь, возникновение учета, система «точно в срок»

Key words: management accounting, financial accounting, differences, similarities, accounting's evaluation, Just-in-time accounting

На сегодняшний день многие ученые исследуют различия управленческого и финансового учета, и лишь немногие видят в них сходство, единое начало.

В данной статье, мы попытаемся все-таки найти точки соприкосновения данных видов учета, для этого нам понадобится вернуться на много веков назад и понять суть возникновения учета.

В древнем обществе учет был примитивен, хозяйство было небольшое, все делили, как правило, поровну, запасов не возникало, в результате чего данные можно было держать в голове. Учет вели в натуральном выражении. Затем, после дробления общества на общины, семьи, по социальной иерархии, учет усложнялся, возрастал объем информации, все запомнить одному человеку просто было невозможно. Так зародилась потребность в счетоводе (учетчике) и фиксации данных, т.е. развитии письменности.

Далее, по мере развития общества, учет все усложнялся, с возникновением денег идет тенденция развития стоимостного учета. Обмен и продажа вызвали необходимость оценки имущества. Именно во времена торговли, на наш взгляд, зарождается в бухгалтерском учете подсистема управленческого учета. Прежде всего она выражалась в том, чтобы более выгодно продать свой товар, т.е. не только покрыть свои убытки, но и получить экономическую выгоду, вести наиболее оптимальный учет запасов – ничего не должно пропадать в результате естественной убыли (порча, гниение).

В современном управленческом и финансовом учете можно наблюдать следующие сходства:

- оба вида учета играют ключевую роль в управлении – обрабатывают первичную информацию, получая различные управленческо-финансовые данные [1, с.44];
- возможность использования единого плана счетов [4, с.19];
- сходство объекта учета, методов и принципов учета (объектом выступает имущество экономического субъекта; методы: оценка, калькуляция, счета и двойная запись, инвентаризация и документация, отчетность; принципы: конфиденциальности, объективности, автономности организации, периодичности, денежного измерения) [4, с. 20];
- могут рассматриваются одни и те же хозяйственные операции (данные о видах затрат – материальные, оплата труда, амортизация) [1, с.44];
- и, наконец, и в управленческом и финансовом учете полученная информация используется для принятия решений (финансовая используется инвесторами, управленческая информация предназначена для менеджеров) [1, с.44].

Теперь рассмотрим практический пример. Возьмем, например, возникшую в 1950-ых годах в Японии концепцию Just-in-time (Точно в срок). Основная идея данной концепции состоит в формировании производственной цепочки таким образом, чтобы поступление материальных ресурсов и выход готовой продукции осуществлялись в нужный момент време-

ни. То есть материалы поступали именно перед началом производства, а продукция выходила к моменту, когда уже ее ожидали покупатели. Данный метод предполагает:

- минимизацию материальных ресурсов, незавершенного производства, готовой продукции;
- небольшое количество поставщиков;
- высокоразвитую информационную среду, которая позволит вовремя оповещать о необходимости в сырье и реализации произведенной продукции;
- выход качественной продукции [2, с.354].

Если же при такой системе управления обратиться к финансовому учету, то можно выявить ярко выраженную взаимосвязь. Если смотреть с точки зрения количества использования бухгалтерских счетов, то можно сказать что некоторые из них могут вообще не применяться, а у других могут пропасть аналитический учет. Например, по счету 10 «Материалы» и счету 43 «Готовая продукция» нам не понадобится аналитическая информация по местам их хранения, т.к. выбранный метод управления предполагает сокращение запасов, то можно придти к выводу, что склады под материалы и продукцию нам не понадобятся. Сомнение вызывает и использование счета 44 «Расходы на продажу». Возможно, все виды таких расходов мы будем относить на счет 20 «Основное производство». В связи с тем, что имеет место высоко налаженный цикл производства, то можем предполагать о неуместности брака, а следовательно, и о непригодности счета 28 «Брак в производстве». Уменьшается аналитика и по счету 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», т.к. мы будем иметь дело только с самыми надежными, вследствие чего, многие не будут уже подходить под данный критерий отбора.

И в финансовом и в управленческом учете при использовании данной концепции сократится еще один общий для обеих систем учета – себестоимость продукции. Мы можем предположить, что и выручка возрастет также в двух учетных системах.

Подводя итог вышесказанному, мы попытались раскрыть не только взаимосвязь между системами учета, но и показать идею зарождения управленческого учета в системе финансового учета, основываясь на том, что учет возник в первую очередь с целью эффективного управления, т.е. для того, чтобы использовать имеющиеся экономические ресурсы с наибольшей выгодой. И от того, как построена наша система управленческого учета напрямую будет зависеть организация финансового учета.

По нашему мнению, система учета выглядит следующим образом, рисунок 1.

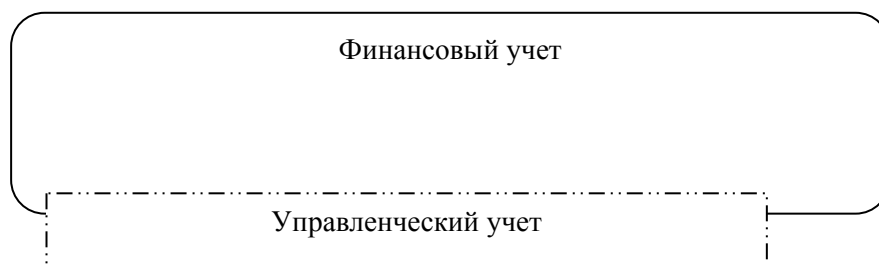


Рисунок 1. Взаимодействие финансового и управленческого учета

Литература:

1. Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет: учебник для студентов вузов. – 9-е изд., стер. – М.: «Омега-Л», 2011 – 570 с.
2. Воронова Е. Ю. Управленческий учет: учебник – М.: Юрайт, 2012 – 551 с.
3. Лупкиова Е.В. История бухгалтерского учета: учебное пособие – М.: КноРус, 2009 - 256 с.
4. Янковский К. П., Мухарь И. Ф. Управленческий учет: учебное пособие – СПб.: Питер, 2011 – 368 с.

А. А. Васильева

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Попова Е.В.

ВЛИЯНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ПОРЯДОК УЧЕТА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ

В статье показано влияние нормативно-правового регулирования земельных отношений в стране на порядок учета земельных участков, как на уровне государства, так и у хозяйствующих субъектов.

This article describes how to influence regulatory accounting treatment on land as on the state level, and businesses. Analyzed the characteristic features of their account on the basis of regulatory sources.

Ключевые слова: Земельный участок, земельные отношения, порядок учета, земельный кадастр, право собственности, вещные и иные права.

Key words: Land plot, land matters, accounting methods/procedures, land registry/cadastral registry, property rights, proprietary rights, other rights.

Земля является особым ресурсом, который человеческое сообщество использует для проживания и ведения хозяйственной деятельности. Конституция РФ [1,ст.9] определило землю как достояние народов, проживающих на соответствующей территории. Поскольку земля это основной

природный ресурс для деятельности и жизни людей и основа сельского хозяйства, именно поэтому, необходимо государственное регулирование земельных отношений в стране.

Основными документами, определяющими нормы гражданского права и земельно-правовых норм земельных отношений в стране, являются: Гражданский кодекс, Земельный кодекс, ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения».

Как объект земельных отношений в законодательстве земля рассматривается в нескольких аспектах: как природный объект, природный ресурс, недвижимое имущество и объект права собственности и иных прав [2,с.59]. (Рисунок 1).

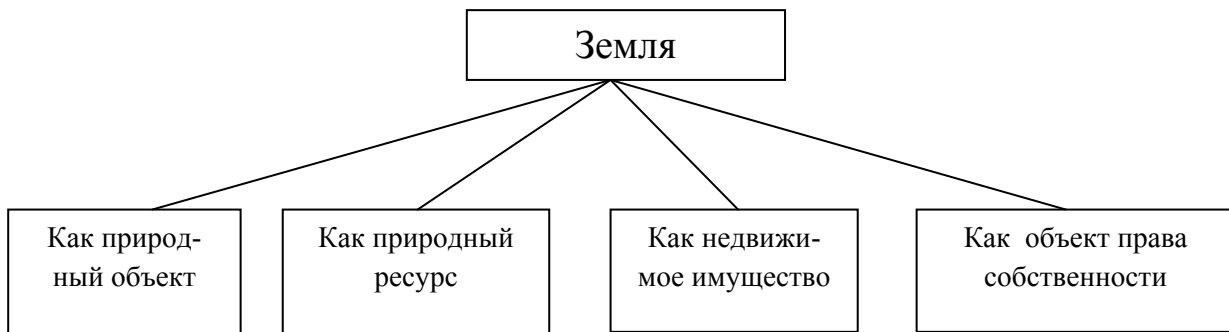


Рисунок 1 Земля как объект земельных отношений

Следует отметить, что государство, регулируя земельные отношения в стране, осуществляет их контроль на основе таких инструментов как:

-Положение о госземконтроле, утвержденным Постановлением Правительства РФ №689 от 15.11.2006 г.;

-Административный регламент Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии;

-Кодекс РФ об административных нарушениях;

- Федеральный закон №294 от 26 декабря 2008 года «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля».

Природным состоянием земли является сплошной массив территории. А для того, чтобы придать ей характер вещи, производится обособление земельного участка от соседних земель.

В экономическом обороте страны участие земли происходит именно через выделенные земельные участки. Земельный кодекс РФ [2, ст.6] дает понятие земельного участка, как части поверхности земли, границы которой описаны и удостоверены в установленном порядке. Следовательно, установление границ это не только средство индивидуализации земельного участка, но и способ создания самого объекта права, участника различных гражданско-правовых сделок, а в дальнейшем и объекта учета.

Существуют земельные участки, отнесенные к земле общего пользования. Данные земельные участки находятся в общем пользовании населения государства, они не подлежат приватизации и являются собственностью государства или муниципальных образований. Граждане могут свободно на них находиться и использовать, имеющиеся на них природные объекты и в пределах, установленных законодательством.

Для земель сельскохозяйственного назначения, а это земли за чертой поселений, предоставленные для этих целей, установлен также особый правовой режим в соответствии с ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения».

Земельные участки, как и другие природные ресурсы, согласно гражданскому законодательству, могут находиться: в частной, муниципальной или государственной собственности [3]. Также законодательством предусмотрены следующие вещные права на землю:

- право постоянного (бессрочного) пользования на землю;
- право пожизненного наследуемого владения земельным участком;
- сервитут (частный и публичный);
- право безвозмездного срочного пользования;

Под государственной собственностью понимаются земли, не находящиеся в собственности физических и юридических лиц, либо муниципальных образований. Согласно законодательству существует разграничение государственной собственности на землю следующим образом: федеральную, собственность субъектов РФ и муниципальную, которое до настоящего момента не реализовано полностью.

Под муниципальной собственностью понимаются земли, принадлежащие городским, сельским, а также другим муниципальным образованиям на праве собственности. Право собственности возникает у них с момента государственной регистрации.

Под частной собственностью понимается земельный участок, приобретенный физическими и юридическими лицами, согласно законодательству. Собственник вправе владеть, пользоваться и распоряжаться своим имуществом. Также законодательно установлено ограничение в некоторых случаях правомочий собственника по распоряжению участком. Так, иностранные граждане, лица без гражданства и иностранные юридические лица не могут обладать земельными участками на праве собственности, которые находятся на приграничных территориях, и приобретать земельные участки сельскохозяйственного назначения.

Прекращение права собственности может быть прекращено при отчуждении собственником своего участка другим лицам, а также в силу принудительного изъятия.

Правовое регулирование земельных отношений в стране оказывает непосредственное влияние на учет земельных участков, как на уровне государства, так и на уровне хозяйствующих субъектов.

Все операции по покупке или продаже земельных участков любого типа, возможно, проводить только после государственного кадастрового учета. С земельными участками могут быть осуществлены следующие сделки участниками земельных отношений:

- купля - продажа земельных участков;
- торги (аукционы) земельного участка;
- мена и дарение земельного участка;
- аренда земельного участка;
- наследование земельного участка;
- залог (ипотека) земельного участка.

Учет земельных участков это основная составная часть государственного земельного кадастра. Все операции по земельным участкам отражаются в земельном кадастре, таким образом, осуществляется учет и контроль количества и качества сделок по категориям земель земельного Фонда РФ.

Под кадастровой деятельностью понимается выполнение лицом уполномоченным в отношении недвижимого имущества в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом, работ, в результате которых обеспечивается подготовка документов, которые содержат все необходимые для осуществления кадастрового учета сведения о таком недвижимом имуществе [4,с.167].

Совершенствование учета земельных участков, в том числе, кадастрового, способствует увеличению социального и инвестиционного потенциала государства. Эффективность оборота земель зависит от достоверности и своевременности кадастровой информации. И это имеет большое значение для успешного развития российского земельного рынка.

Результатом кадастровых работ служит межевой план, который является основанием для постановки земельных участков на кадастровый учет и регистрации прав на них [4,с.168].

Регистрация прав на землю регулируется ст.13 ФЗ «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним». Как результат, является запись в Единый государственный реестр прав, который предназначен для фиксации возникновения или перехода прав на земельный участок. Перед этим все документы, представленные на регистрацию, проходят правовую экспертизу, и сама сделка проверяется на законность совершения. После проверки и внесения записи в Единый государственный реестр прав выдается свидетельство о государственной регистрации.

Для осуществления сделок с земельными участками, а также при взимании земельного налога необходимо определение их стоимости. Рыночная стоимость земельного участка определяется в соответствии с ФЗ «Об оценочной деятельности». Проведение оценки является обязательной, если в сделке участвуют земельные участки, принадлежащие

полностью или частично государству, муниципальным образованиям и субъектам РФ.

Для хозяйствующих субъектов, осуществляющих учет операций с земельными участками, рассмотренные выше гражданские и земельно-правовые нормы законодательства, конкретизируются в федеральных, отраслевых стандартах и методических указаниях по бухгалтерскому учету и Налоговом кодексе. У хозяйствующих субъектов учет земельных участков ведется согласно ПБУ 6/01 «Учет основных средств», так как участки включены в состав основных средств. А основные средства принимаются к бухгалтерскому учету по первоначальной стоимости, определение которой зависит от способа поступления основного средства в организацию.

Литература:

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993), (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008\N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ).
2. Земельный Кодекс РФ от 25.10.2001\N 136-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (с изм. и доп., вступившими в силу с 01.01.2014).
3. Гражданский Кодекс РФ от 30.11.1994\N 51-ФЗ (ред. от 02.11.2013).
4. Сулин М.А., Павлова В.А., Шидов Д.А.\ Современное содержание земельного кадастра, учебное пособие/под ред. д.э.н., проф. М.А. Сулина. - СПб.: Проспект науки, 2010. - 246с.

М. В. Воинова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Разбитная М.А.

УЧЕТ ЗАТРАТ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Данная статья посвящена проблеме учета затрат в проектном менеджменте. Представлен понятийный аппарат общего менеджмента, сделан акцент на характеристике проектного менеджмента. В заключении рассмотрены варианты учета затрат при управлении проектами, используя позаказный метод учета.

This article is devoted to the problem of the costs' accounting in a project management. The conceptual device of management is set forth in the first part of the article, further an accent was done on the description of project management. In the conclusion the variants of costs' accounting in project management are examined, using Custom method of accounting.

Ключевые слова: проектный менеджмент, затраты, учет.

Key words: project management, costs, accounting.

Появление менеджмента, как обособленного вида деятельности, обусловлено разделением труда, развитием кооперации, увеличением масштабов производства.

Менеджмент— это область знаний и профессиональной деятельности, направленные на формирование и достижение целей организации, путем рационального использования имеющихся ресурсов [4, с.43].

Исходя из определения, объектом менеджмента может выступать любая подсистема организации (т.е. что-то, на что оказывается какое-то воздействие). Например, объектом может быть:

- функциональная область (ФО) – персонал, сбыт, снабжение, производство и др.;
- вид объекта (операция, проект, система);
- уровень иерархии (рабочее место, участок, цех, производство, предприятие).

Субъект – это менеджер, руководитель различного уровня, занимающие постоянную должность и наделенные ответственностью и полномочиями в области принятия решений в определенных сферах деятельности организаций.

С точки зрения объекта, менеджмент подразделяется на общий и функциональный.

Общий менеджмент (генеральный) подразумевает управление деятельностью организации в целом или её отдельными самостоятельными хозяйственными единицами.

Функциональный (специальный) менеджмент – это управление особыми сферами деятельности организации или отдельными звеньями.

Специальных видов менеджмента с каждым годом становится все больше, перечислим некоторые из них: нормативный, производственный, стратегический, проектный, финансовый, международный, инновационный и многие другие.

Остановимся более подробно на проектном менеджменте.

Несмотря на то, что понятия «Проектный менеджмент»/«Управление проектами» (с англ. project management), неожиданно ворвались в понятийный аппарат российского бизнеса в начале 90-х годов XX-го века, они смогли плотно укрепиться в России за прошедшие годы.

Проектный менеджмент в широком понимании - это область менеджмента, охватывающая те сферы производственной деятельности, в которых создание продукта или услуги реализуется как уникальный комплекс взаимосвязанных целенаправленных мероприятий при определенных требованиях к срокам, бюджету и характеристикам ожидаемого результата.

В более узком смысле под проектным менеджментом понимают методологию организации и процесс взаимодействия ресурсов (материальных, человеческих), использующихся в течение всего жизненного цикла (проектного цикла) для эффективного достижения целей проекта.

Проект – это сложное, многосубъектное действие, направленное на создание уникального продукта и осуществляемое в соответствии с пла-

ном, который, ввиду его сложности, составляется с помощью определенных методов, и учитывает имеющиеся ограничения (бюджет, временные рамки).

М.В. Романова, автор учебного пособия по управлению проектами считает, что каждый проект имеет нечто такое, что позволяет его выделить из всего многообразия явлений - свои признаки и характеристики [3, с.7]. Информация о том, что относится к основным и дополнительным признакам, представлена в таблице 1.

В настоящее время существуют области деятельности, где реализация проектов – основной вид организации работ. Например, строительная индустрия, оборонная промышленность, атомная энергетика, нефтепереработка, художественно-техническое проектирование, реклама и другие.

Таблица 1

Классификация признаков проекта

Основные признаки проекта	Дополнительные признаки проекта
- ограниченность во времени	- наличие цели
- уникальность создаваемого продукта (уникальность цели)	- ограниченность в ресурсах
	- комплексность, сложность проекта
	- специфическая организация проекта

Компании, в которых основные процессы производства планируются и осуществляются на проектной основе, называются проектно-ориентированными организациями.

При реализации любого проекта всегда встает вопрос учета затрат и калькуляции фактической себестоимости. В отечественной литературе по управленческому учету выделяют следующие методы учета затрат [4, с.16], [6, с.87]:

- позаказный;
- попроцессный;
- попередельный;
- нормативный;
- стандарт-кост;
- директ-костинг;
- ABC.

На наш взгляд, в качестве метода учета затрат готовящегося проекта целесообразно выбирать позаказный метод. Ведь каждый проект – это

уникальный «продукт» или иными словами заказ со своими индивидуальными требованиями и характеристиками, предъявляемыми заказчиком.

Сущность позаказного метода заключается в том, что объектом учета и калькуляции является отдельный заказ, фактическая себестоимость которого определяется после его выполнения как сумма всех затрат (прямых и косвенных, в доле, относимой на данный заказ) со дня открытия заказа.

Обычно калькуляция затрат при позаказном методе осуществляется по следующему алгоритму [6, с.91]:

1. Определяется объект калькулирования.
2. Определяется сумма прямых затрат на заказ.
3. Выбирается база распределения косвенных затрат для распределения косвенных затрат на заказ.
4. Рассчитывается коэффициент распределения ОПР на заказ для каждой базы распределения затрат.
5. Рассчитывается сумма косвенных затрат, приходящихся на заказ.
6. Рассчитываются совокупные затраты на выполнение заказа путем суммирования всех прямых и косвенных затрат.

В заключении, еще раз сформулируем основные мысли данной статьи. Во-первых, проектный менеджмент является одним из видов специального менеджмента. Во-вторых, каждый проект имеет свои признаки и характеристики, требует выбора метода учета затрат. На наш взгляд, предпочтительным методом учета затрат является позаказный метод, существует определенный алгоритм калькуляции затрат согласно данному методу. Также отметим, что с каждым годом число проектно-ориентированных организаций растет, кроме того, все проекты по-своему уникальны, поэтому учету затрат в таких организациях следует уделять особое внимание.

Литература:

1. Сооляттэ, А. Ю. Управление проектами в компании: методология, технологии, практика: учебник / А. Ю. Сооляттэ. - М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. – 816 с.
2. Управление проектами: учеб. пособие / Ю.И. Попов, О.В. Яковенко; Институт экономики и финансов "Синергия". - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 208 с.
3. Управление проектами: учеб. пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 256 с.
4. Учет затрат на производство и калькулирование себестоимости продукции (работ, услуг): Учеб.-практ. пособие. 2-е изд., испр. и доп./ Под ред. Ю.А. Бабаева. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. — 190 с.
5. Цветков А. Н. Менеджмент. – СПб.: Питер, 2010. – 256 с.
6. Янковский К.П., Мухарь И.Ф. Управленческий учет: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения.— СПб.: Питер, 2011. — 368 с.

А. В. Гамазина
СПбГЭУ, программа «Учет, анализ, аудит»
к.э.н., доцент Рогалева И.А.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕМ ПРЕДПРИЯТИИ

Настоящая статья посвящена бухгалтерскому учету затрат на деревообрабатывающем предприятии. В статье приведены отличительные характеристики отраслей лесной промышленности, классификация затрат в деревообрабатывающей отрасли, даны рекомендации по использованию возвратных отходов.

This article is devoted to cost accounting at the woodworking enterprise. In article distinctive characteristics of sectors of the wood industry are given, classification of expenses are provided in woodworking sector, recommendations about use of returnable waste are made.

Ключевые слова: затраты, лесная промышленность, сырье, возвратные отходы

Key words: costs, wood industry, raw material, returnable waste

Наша страна богата лесными ресурсами. Леса занимают приблизительно 45% её территории. Поэтому не удивительно, что лесная промышленность является старейшей отраслью в России.

Лесная промышленность состоит из следующих взаимосвязанных отраслей:

- лесозаготовительной;
- деревообрабатывающей – механическая и частично химико-механическая обработка и переработка древесины (производство пиломатериалов, опор линий электропередач (ЛЭП), мебели, фанеры и т.д.);
- лесохимической – химическая переработка древесины (производство этилового спирта, канифоли, скипидара, древесного угля и т.д.);
- целлюлозно-бумажной – преимущественно химическая переработка древесины (производство целлюлозы, бумаги, картона и т.д.).

Предприятия деревообрабатывающей промышленности можно классифицировать по источнику сырья следующим образом:

- предприятия по первичной обработке древесины, основным сырьем на которых являются лесоматериалы (производство пиломатериалов, фанеры, опор ЛЭП);
- предприятия по вторичной обработке древесины, где в качестве основного сырья используется продукция предприятий по первичной обработке древесины (домостроительство, производство мебели, деревянных судов и т.д.)

Для определения постатейного перечня производственных затрат на деревообрабатывающем предприятии необходимо руководствоваться «Методическими рекомендациями (инструкцией) по планированию, учету

и калькулированию себестоимости продукции лесопромышленного комплекса», утвержденными Минпромнаукой РФ 26.12.2002 г.

В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99) затраты, образующие себестоимость продукции (работ, услуг) включают в себя следующие элементы [2]:

- 1) материальные затраты;
- 2) затраты на оплату труда
- 3) отчисления на социальные нужды;
- 4) амортизация;
- 5) прочие затраты.

К материальным затратам деревообрабатывающего предприятия относятся:

- затраты на приобретение исходного сырья (лесоматериалов, пиломатериалов);
- затраты на приобретение материалов, используемых в процессе производства продукции (антисептики) или в других производственных целях (например, для проведения экспертизы качества готовой продукции), а также материалов и запасных частей, необходимых для ремонта и эксплуатации оборудования, зданий, сооружений;
- стоимость работ и услуг производственного характера, выполняемых сторонними организациями;
- стоимость транспортных услуг сторонних организаций по перевозке сырья, материалов, готовой продукции внутри предприятия (со склада в цех, из цеха на склад и т.д.);
- затраты на приобретение всех видов топлива, расходуемого на технологические нужды, отопление помещений, собственный транспорт, используемый в производственных целях;
- затраты на приобретение электроэнергии, используемой для технологических и хозяйственных целей.

К прочим расходам деревообрабатывающего предприятия относятся:

- налоги (имущественный, земельный);
- отчисления во внебюджетный фонд научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- амортизация нематериальных активов;
- платежи за загрязнение окружающей среды;
- оплата услуг по сертификации готовой продукции;
- лизинговые платежи;
- арендная плата (в случае аренды отдельных производственных фондов);
- командировочные расходы;
- затраты на сторожевую и пожарную охрану;

- затраты на переподготовку кадров;
- оплата услуг связи и др.

Рассмотрим особенности бухгалтерского учета производственных затрат на предприятии по первичной обработке древесины.

Основным сырьём на таком предприятии являются хлысты («хлыст» – ствол спиленного дерева без ветвей).

Приобретение сырья у поставщика (лесозаготовительной организации) отражается на счетах бухгалтерского учета следующей записью: дебет счета 10 «Материалы» кредит счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - на сумму стоимости приобретенных лесоматериалов (без учета НДС).

Списание лесоматериалов в производство отражается на счетах бухгалтерского учета следующим образом: дебет счета 20 «Основное производство» кредит счета 10 «Материалы».

При списании материалов, топлива, используемых в процессе производства продукции или в других производственных (или хозяйственных) целях, а также материалов и запасных частей, необходимых для эксплуатации и ремонта основных средств, счет 20 «Основное производство» (или 23 «Вспомогательные производства», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы») также корреспондирует по дебету с кредитом счета 10 «Материалы».

Все расходы, связанные с получением услуг сторонних организаций (транспортировка материалов и продукции между подразделениями предприятия, сертификация продукции, аренда, лизинг основных средств, сторожевая и пожарная охрана, коммунальные услуги, услуги связи и др.), списываются со счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» или 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» в дебет счета 20 (23, 25, 26).

При начислении амортизации основных средств счет 20 (23, 25, 26) корреспондирует по дебету с кредитом счета 02 «Амортизация основных средств».

При начислении амортизации нематериальных активов счет 20 (25, 26) корреспондирует по дебету с кредитом счета 05 «Амортизация нематериальных активов» или 04 «Нематериальные активы».

Расходы на оплату труда и социальное обеспечение работников основного, вспомогательного производства, управленческого персонала отражаются по дебету счетов 20, 25, 23, 26 в корреспонденции со счетами 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» и 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» соответственно.

Для создания резерва на предстоящую оплату отпусков работников (включая платежи на социальное страхование и обеспечение), счета 20, 23, 25, 26 корреспондируют по дебету с кредитом счета 96 «Резервы предстоящих расходов».

Списание командировочных расходов по авансовым отчетам сотрудников организации отражается по дебету счета 26 в корреспонденции со счетом 71 «Расчеты с подотчетными лицами».

Суммы расходов, накопленные на счете 23 «Вспомогательные производства» могут быть списаны в дебет счета 20 «Основное производство» при отпуске продукции (работ, услуг) основному производству, в дебет счета 90 «Продажи» при выполнении работ, услуг для сторонних организаций.

Суммы общепроизводственных расходов и общехозяйственных расходов полностью списываются в конце отчетного месяца на себестоимость продукции основного производства, т.е. в дебет счета 20.

Далее фактическая себестоимость готовой продукции, сданной на склад, списывается со счета 20 в дебет счета 43 «Готовая продукция», а при реализации готовой продукции покупателю отражается с кредита счета 43 в дебет счета 90 «Продажи» субсчет 2 «Себестоимость продаж».

Также в конце каждого месяца на себестоимость продаж списываются коммерческие расходы предприятия (расходы, связанные с реализацией готовой продукции), накопленные на 44 счете «Расходы на продажу». К коммерческим расходам производственной организации относятся расходы на упаковку и транспортировку готовой продукции до железнодорожной станции отправления, пристани (либо до склада покупателя), также к коммерческим расходам можно отнести расходы на оплату труда и социальные отчисления работников, непосредственно связанных со сбытом готовой продукции.

Особое внимание необходимо уделить учету отходов, т.к. количество отходов в деревообрабатывающей промышленности может превышать 40% от общего объема сырья.

Отходы, образующиеся в результате деревообработки: горбыли, некондиционные обрезки пиломатериалов, щепы, опилки, – являются согласно п. 6 ст. 254 НК РФ возвратными отходами [1]. Подобные отходы можно либо реализовать на сторону, либо снова передать в производство.

Оприходование возвратных отходов на склад для их дальнейшей реализации происходит по их рыночной стоимости и отражается на счетах бухгалтерского учета следующим образом: дебет счета 10 «Материалы» субсчет «Возвратные отходы» кредит счета 20 «Основное производство». При этом сумма материальных расходов, признаваемых в целях налогообложения прибыли, уменьшается на стоимость образовавшихся возвратных отходов. Далее при реализации возвратных отходов их стоимость со счета 10 списывается в дебет счета 91 субсчет 2 «Прочие расходы».

Однако рациональнее будет не реализовывать отходы на сторону, а снова передать их в производство для выпуска новых видов готовой продукции (ДСП, топливных пеллетов). При этом себестоимость основного

вида готовой продукции (пиломатериалов, опор ЛЭП) уменьшится на стоимость отходов, т.к. эта стоимость будет учитываться в себестоимости нового вида продукции.

Новые виды готовой продукции (из отходов) можно не только реализовывать на сторону, но и использовать в собственных производственных (хозяйственных) целях. Так, например, в котельных в качестве топлива вместо мазута можно использовать топливные пеллеты собственного производства. Таким образом, мы сократим расходы на топливо и уменьшим вредное воздействие на окружающую среду, т.к. топливные пеллеты – это экологически чистое биотопливо.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): [принят ГД ФС РФ 19.07.2000]: действующая редакция от 01.04.2014;
2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» (ПБУ 10/99), утвержденное приказом Минфина Российской Федерации от 6 мая 1999г. №33н: действующая редакция 27.04.2012.

И. А. Гесь

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
д.э.н., профессор Конопляник Т.М.

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ МАТЕРИАЛОВ ВО ФРАНЦИИ

В статье рассматриваются особенности проведения инвентаризации материалов во Франции. Анализируется оценка стоимости материально-производственного запаса, который состоит из комбинации товаров, сырья и материалов, расходных материалов, промежуточной продукции, готовой продукции, остаточных продуктов. Дается характеристика видов инвентаризации.

The article considers the peculiarities of inventory materials in France. Analyzes the valuation of material and production stock, which consists of a combination of goods, raw materials, consumable materials, intermediate products and finished products, residual products. Describes the types of inventory.

Ключевые слова: инвентаризация, материалы, перманентный

Key words: inventory, materials, permanent

Во всем мире науки классифицируются по предмету или по методу или по цели. В бухгалтерском учете имеется свой предмет – это факты хозяйственной жизни, свой метод – создание и свои цели – это гарантия сохранности ценностей и обнаружение результатов хозяйственной деятельности.

В финансово-хозяйственной деятельности предприятий возможны различия между данными учета и фактическим наличием материалов. Для выявления расхождений необходимо провести инвентаризацию. *Инвентаризация* представляет собой установленную процедуру периодической проверки и подтверждающая документально наличие, состояние и оценку имущества и обязательства предприятия, которая делается для подтверждения правильных данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности.

Инвентаризацию чаще рассматривают как техническое средство – процесс проверки фактического наличия ценностей, что значительно сужает ее общественно-экономическое значение. Особая роль инвентаризации состоит в обеспечении достоверности учета, где ее следует рассматривать как средство, с помощью которого устанавливается все то, что невозможно учесть в текущем учете.

Во Франции бухгалтерское законодательство регулируется *Национальным советом по бухгалтерии* (НСБ), которое было создано в 1957 г. и которое работает в прямом взаимодействии с министерствами экономики, финансов и бюджетов и в тоже время независим от них. Бухгалтерский учет регулируется Торговым кодексом, Законом о производственно-торговых компаниях 1966 г., Законом о национальных компаниях 1970 г. и налоговым законодательством. Исторически сложилось, что юридическое право французской бухгалтерской системы базируется на торговом и налоговом законах [4, с. 85].

Французское бухгалтерское законодательство представлено рядом правовых документов, которые касаются контроля материалов. Это нормативные акты Совета министров Франции – ордонансы, издаваемые с разрешения Парламента. Это, прежде всего ордонанс № 2000-912 от 18 сентября 2000 г., вводящий в действие измененный Торговый кодекс Франции. Декретом № 2007-431 от 25 марта 2007 г. «О регламентарной части Торгового кодекса» во Франции была принята вторая часть Торгового кодекса [2, с.74].

Отличительной особенностью нормативного регулирования бухгалтерского учета во Франции возникает существование утвержденного правительством *Общего плана счетов* бухгалтерского учета [3].

В нем рассмотрены особенности Торгового кодекса, определяющего список обязательных учетных регистров, используемых хозяйственными объектами. Также кодекс исходит из Налогового кодекса Франции, регламентирующего нормы и методы проведения инвентаризации [5, с. 32].

Во Франции *общий бухгалтерский учет* использует периодическую систему учета товарно-материальных ценностей. Согласно данной системе, себестоимость реализованных материалов может быть рассчитана только в конце отчетного периода на основе дополнительных данных о

производстве и движении товарно-материальных ценностей в отчетном периоде, представленных аналитическим (управленческим) учетом [2, с.71].

Некоторые руководители предприятий полностью полагаются на своего бухгалтера для решения всех административных задач, но отдельные задачи могут быть решены самостоятельно только бухгалтером. Среди них, создание отчета материально-производственных запасов за год, это очень важно для предприятий, как производства, так и торговли.

Бухгалтер осуществляет контроль руководителя в работе для проведения инвентаризации и оценки стоимости материально-производственного запаса, которые в своем функционировании могут занимать значительное место в балансовой стоимости активов.

Однако он может направлять и предлагать более разумный способ для подготовки инвентаризации, так что бы полученный результат как можно ближе отражал реальность.

Чтобы определить оценку в качественных условиях, необходимо в ходе инвентаризации применить метод оценки [6].

Не существует какого-либо официального предписания, касающегося методов, в соответствии с которыми необходимо контролировать материально-производственные запасы и незавершенное производство. Список должен содержать местоположение, модель, количество и оценочную стоимость материалов. С другой стороны компании не обязаны указывать на документы инвентаризации, имена поставщиков или ссылаться на соответствующие счета-фактуры.

Для качества материально-производственного запаса, рассматриваемые материалы должны быть фактической собственностью предприятий на дату закрытия финансового года. Товары (материалы) в пути или продажа со склада, следовательно, не включаются в инвентаризацию.

Статья 8 Торгового кодекса предусматривает, что любое физическое или юридическое лицо, имеющие статус предпринимателя должно проводить инвентаризацию, по крайней мере, один раз каждые двенадцать месяцев, наличие и стоимость элементов активов и пассивов компании и составления годовой отчетности, по окончании финансового года учитывая записи бухгалтерского учета и инвентаризации.

Инвентаризация, подробная оценка материально-производственных запасов осуществляются в ходе бухгалтерского учета и включают в себя следующие операции:

- составления списка по категориям товаров, материалов и изделий, соответствующие классификации счетов, различных элементов, составляющие материально-производственные запасы.
- оценка реально существующих материалов, обнаруженных в ходе проверки;

- определение цены материала;
- подведение итогов.

Во Франции используют инвентаризации *частичные и периодические*.

Периодическая инвентаризация позволяет не делать детальный учет материалов в течение отчетного года, а проводить инвентаризацию в конце года, которая будет показывать материалы на конец отчетного периода.

К периодической инвентаризации для Франции характерными методами проведения инвентаризации являются, это метод *средней стоимости* и метод *FIFO* («первым поступил – первым выбыл»). Когда компании не могут точно знать реальной себестоимости материалов, руководство допускает получение примерной оценки.

Частичная инвентаризация включает не все имущество, а какую-то часть (например, инвентаризация материалов на каком-либо складе).

К частичной инвентаризации можно отнести *перманентную* инвентаризацию. Перманентная инвентаризация (перманентный – постоянный, который непрерывно продолжается) смотрит на предприятие, как экономическую систему, которая движется, исходя из допущения непрерывности деятельности. Это когда постоянно инвентаризационная комиссия проверяет отдельные виды материалов и их остаток остается минимальным. Во французском учете применяются методы перманентной инвентаризации потому, что так организуются методы учета на национальных особенностях счетоводства Франции и строятся они на бухгалтерском праве.

В порядке исключения для малых предприятий индивидуальным предпринимателям, продающим товар по полному праву на выбор под упрощенную схему налогообложения, предоставляется право пользования льготами в отношении инвентаризации.

Они могут определить себестоимость продукции и товаров материально-производственного запаса, применяя к продажной цене этих активов на отчетную дату скидку соответствующую средней марже.

Эта льгота не освобождает от составления инвентаризации товаров материально-производственного запаса, которая, впрочем, может быть затребована во время налоговой проверки. С 1997 г. во Франции применяется процедура «Общая проверка малых предприятий». Минимальный срок проверки равен 2-3 дням. Ревизионный период для малых предприятий, как правило, составляет один год [1, с. 34].

Инвентаризация является подтверждающим документом, который необходимо сохранить на том же основании, что и другие документы.

Проведение инвентаризации на конец года представляется важным процессом для компании, т. к. часто материально-производственный запас является значительной статьей активов, а также имеет решающее значение для определения налогооблагаемого дохода.

В рамках этой подготовки, бухгалтер станет исключительным помощником руководителя компании и сможет успешно с ним взаимодействовать.

Литература:

1. Каспина Р.Г. Бухгалтерский учет на предприятиях Франции // Международный бухгалтерский учет. – М., 2007. – № 7(43). – С. 29-35.
2. Козельцева Е.А. Бухгалтерский учет во Франции в условиях перехода на международные стандарты // Вестник Московского университета. Сер. 6. – 2007. – № 1. – С. 70-87.
3. Коммерческий кодекс Франции // пер. с французского Захватаева В.Н. – М., 2008. – 1272 с.
4. Поленова С.Н. Организационные особенности системы бухгалтерского учета Франции // Финансовый менеджмент. – 2009. – № 5. – С. 85-95.
5. Поленова С.Н. Основы бухгалтерского учета и финансовой отчетности компаний Франции // Международный бухгалтерский учет. – М., 2007. – 7(67). – С. 30-36.
6. Мoya Éric L'évaluation des stocks. [électronique ressource] – 2008. – Novembre. – Режим доступа: <http://www.expert-comptable-arles-moya.fr/evaluation-des-stocks-135.html>

Р. М. Гильфанова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
д.э.н., профессор Конопляник Т.М.

ПРОБЛЕМАТИКА КОНВЕРСИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОЙ (БУХГАЛТЕРСКОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

Данная статья посвящена вопросам перехода российской учетной системы на международные стандарты. Рассмотрены два основных подхода к составлению финансовой отчетности в соответствии с МСФО, а также основные трудности, возникающие при радикальном изменении учетных методик.

This article is devoted to consideration of the problems of transition Russian accounting system to IFRS. Two main approaches of composition Russian financial reporting according to International Financial Reporting Standards' requirements and the arising basic problems are considered.

Ключевые слова: конверсия, трансформация, МСФО, бухгалтерская отчетность.

Key words: conversion, transformation, IFRS, accounting statements.

Составление финансовой (бухгалтерской) отчетности в соответствии с международными стандартами может осуществляться с помощью трансформации или путем ведения параллельного учета.

Параллельный учет (конверсия) требует значительных первоначальных инвестиций. Конверсия – это постоянный процесс, требующий от

пользователей введение данных в две системы финансовой отчетности или конфигурацию программного обеспечения, позволяющего формировать два типа отчета. Иными словами, процесс конверсии требует от компаний ведения тройного учета, включая налоговый учет.

Перед многими компаниями стоит задача составления отчетности в соответствии с международными стандартами до внедрения соответствующих учетных систем. В таких случаях производится трансформация российской отчетности.

Трансформация российской отчетности в отчетность, составленную в соответствии с МСФО, - преобразование отчетности по международным стандартам финансовой отчетности на основе данных отчетной информации по российским положениям бухгалтерской отчетности путем изменения признания и раскрытия информации об объектах бухгалтерского учета согласно требованиям МСФО.

В отличие от конверсии, трансформацию осуществляют периодически, при этом информация, которая была распределена по статьям в соответствии с российскими стандартами бухгалтерского учета, анализируют, корректируют и вносят изменения для отражения принципов бухгалтерского учета.

В таблице 1 представлен сравнительный анализ описываемых подходов.

Таблица 1.

Преимущества и недостатки трансформации и конверсии

Показатель	Преимущества	Недостатки
Трансформация	Проводится на основе существующих данных, которые требуют меньше затрат. Не влечет постоянных накладных расходов, которые связаны с созданием и ведением двойной системы учета так как проводится по мере необходимости.	Точность информации относительно зависит от профессионального суждения учетного персонала
Конверсия	Возможность получения отчета в соответствии с требованиями международных стандартов в любой момент времени, большая точность по сравнению с отчетами, составленными путем трансформации	Наличие постоянных издержек на ведение параллельного учета

Однако существует ряд проблем, стоящих перед организацией вне зависимости от выбранного метода.

Наиболее значимым при переходе на МСФО является изменение мышления пользователей и составителей отчетности. Учетным работникам необходимо приспособиться к западному мышлению и усвоить действующие в экономике постиндустриальных государств учетные модели, что предстоит сделать в устоявшихся условиях нестабильной экономики. Возникает вопрос о вероятности подобных изменений при неизменности основных характеристик экономической системы, а также отношений между экономическими субъектами и государством.

В настоящее время существуют различия между российской учетной системой и МСФО, которые можно определить тремя группами: понятие терминологий, методологические принципы, ведение учета и составление отчетности. Учитывая актуальность, необходимость и обязательность перехода российской учетной системы на зарубежную систему ведения учета, невозможно одновременно устранить отличия по каждой из перечисленных групп. В соответствии с МСФО, отчетность является несоответствующей при неприменении хотя бы одного стандарта.

Приведенные в российских нормативных документах принципы можно подразделить на три группы: бухгалтерский учет; информация, которая формируется в рамках учетной системы; бухгалтерская отчетность. В силу взаимосвязанности объектов, представленные принципы имеют много общего. Поэтому в экономической литературе можно часто встретить смешение данных понятий, для чего необходимо провести их четкое разграничение.

Весомой проблемой является отсутствие материальной основы, необходимой для комфортного перехода на МСФО, что демонстрирует недостаточную подготовленность российского рынка к их внедрению.

На данный момент существует несколько основных бухгалтерских компьютерных продуктов, установка которых происходит с помощью сервисного персонала фирм - изготовителей, однако ответственность несут предприятия – клиенты. Очевидно, что проводимых консультаций и семинаров не достаточно для соответствующего ознакомления персонала предприятий со всеми особенностями трансформации отчетности и с решениями определенных практических задач. Что непосредственно относится к компаниям, составляющих консолидированную отчетность. Стоит проблема недостаточности средств для групп существующих в типовых решениях и унифицированного подхода к проблеме. Также трудоемкость процесса подготовки отчетности в различных стандартах характеризуется тем, что необходимо прописать все особенности отражения хозяйственных операций разными стандартами учета в различных планах счетов. В настоящее время предприятия предпочитают простые в техническом плане решения, формирование отчетов по комбинированным планам счетов, привлечение отборов по реквизитам документов и справочников. Кроме

того, программные продукты не успевают обновляться из-за нововведений законодательства, что также дает осложнения трансформации.

Говоря об отсутствии универсальных дешевых компьютерных учетных программ, стоит отметить нехватку специалистов для грамотного проведения подобных мероприятий в условиях национальной экономики.

Также одной из явных проблем считается затруднительность применения в условиях сформировавшегося российского учетного менталитета существенной категории МСФО «профессионального суждения бухгалтера». Данную проблему можно трактовать с двух позиций. Первое, существенность вынесения профессионального суждения вызвано отсутствием однозначных правил и требований МСФО, неясность всех деталей свершившегося факта хозяйственной жизни и др. При этом бухгалтер, определяя порядок своих действий, руководствуется аргументацией Принципов составления и представления финансовой отчетности. Второе, ограничение по использованию профессионального суждения российскими бухгалтерами при принятии решения, является нестабильность российской экономики, неожиданного обвала национальной денежной единицы и т.д. Профессиональное суждение специалиста в области бухгалтерского учета и отчетности ограничено лишь в заданных макроэкономических рамках.

Российская законодательная база должна быть более подготовлена для перехода на МСФО. Необходимо проработать многие сферы, касающиеся внедрения МСФО, не только законодательные аспекты, но также нормативные, сфера образования и подготовки специалистов, психологический фактор учетных работников, программное обеспечение и т.д.

Е. В. Гниломёдова

СПбГЭУ, программа «Учёт, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Львова И.Н.

СУБЪЕКТИВИЗМ В ОЦЕНКАХ АКТИВОВ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА

В наши дни объективность и достоверность различных оценок активов бухгалтерского баланса, уже не является неоспоримой. В связи с этим в современном учёте обоснованным является также изучение и развитие теорий субъективных (экспертных) оценок, учитывающих индивидуальные условия хозяйствования при определении стоимости объектов. В представленной работе приведены основные особенности указанных теорий.

Nowadays, the opinion that generally accepted types of the balance sheet assets' evaluation are absolutely objective and reliable is not right enough. Therefore, the subjective or expert estimation theories, that take into account individual company's

conditions require careful consideration in modern accounting. In this paper we present the main features of these theories.

Ключевые слова: оценка, стоимость, экспертные оценки, субъективные оценки, принцип объективности, субъективность, профессиональное суждение бухгалтера, концептуальные подходы к оценке.

Key words: evaluation, value, expert value, subjective value, the principle of objectivity, subjectivity, accountant's professional judgment, conceptual approaches to evaluation.

Одним из основополагающих принципов бухгалтерского учёта является принцип объективности, предполагающий, что «данные и методы в системе бухгалтерского учёта должны быть свободны от преднамеренной субъективности» [5, с. 378].

В общем смысле, по определению В.И. Даля, объективность представляет собой верную передачу взгляда (информации) «без личного участия» [3, с. 292], в то время как «субъективное чувство – личное, своё, в которое не может проникнуть другой» [4, с. 328].

Таким образом, объективность учётных данных обозначает неискажённое представление имущественного и финансового положения экономического субъекта. Вместе с тем в центре учётной деятельности находится субъект – индивид, который в процессе формирования необходимой для ведения учёта информации не может полностью абстрагироваться от воздействия психологических особенностей своего характера. Именно поэтому, «даже в случае ведения учёта в соответствии с формальными требованиями и обеспечения высокого уровня нейтральности бухгалтерской службы и менеджеров остаётся как минимум один фактор, который в любом случае способствует искажаемости картины, представленной отчётностью. Этот фактор – оценка.» [5, с. 378].

Альтернативность выбора способов ведения учёта, оценки имущества и обязательств, предоставляемая нормативными актами на усмотрение бухгалтера, делает необходимым принятие во внимание человеческого фактора при оценке достоверности учётной информации.

«С позиции психологии – гораздо легче следовать предписаниям, нежели брать на себя хотя бы минимальную ответственность, например, по выбору того или иного метода оценки или учёта. Сделать выбор всегда сложно, причём вероятность того, что выбранное решение не будет лучшим, весьма высока, однако не делать выбор чревато ещё более плохими последствиями» [1, с.65]. Именно поэтому, по мнению В.В. Ковалева, и необходимо учитывать психологические аспекты работы бухгалтера.

Множество концептуальных подходов к оценке объектов бухгалтерского учёта, предполагаемых к применению в настоящее время, можно свести к пяти типам: первоначальной, рыночной, восстановительной, дисконтированной и справедливой стоимости.

Наиболее объективной из применяемых оценок считается первоначальная стоимость, достоинством которой считается её обоснованность, подтверждаемая первичными документами, и независимость от действий и суждений субъектов оценки.

Вместе с тем влияние инфляционных процессов и других факторов, оказывающих воздействие на изменение первоначальной стоимости, обуславливают искажение данного вида оценки. Вследствие этого об объективности первоначальной стоимости можно говорить только в момент первичной оценки объекта. По истечении определённого периода времени для обеспечения полезности информации, формируемой в бухгалтерском учёте экономического субъекта, необходимо проведение переоценки.

С целью приближения первоначальной оценки к реальной стоимости, соответствующей современным издержкам воспроизводства активов бухгалтерского баланса, в современном бухгалтерском учёте предполагается использование восстановительной, дисконтированной, текущей рыночной или справедливой стоимости, об объективности которых можно говорить тоже весьма условно.

Использование восстановительной и дисконтированной оценок предполагает использование различных коэффициентов и методов пересчёта стоимости активов экономического субъекта, а значит обуславливает необходимость выбора, в основе которого – профессиональное суждение бухгалтера, а следовательно мнение, которое формируется под воздействием субъективных факторов.

Использование рыночных оценок, по мнению В.В. Ковалева, «способствует более объективной оценке экономического потенциала фирмы, однако искажает реальность сделанных затрат, и наоборот». Объективность в случае применения данного вида оценок имеет место только, «если обеспечена верифицируемость данных, если методы и процедуры соответствуют установленным регулятивам, если имеются достаточно подробные и обоснованные пояснения в отношении выбранных оценок и методов представления отчётных данных» [5, с. 379]. Именно поэтому в данном случае можно говорить лишь об «обоснованной и объяснимой объективности» оценки.

Ещё более высокой степенью субъективности и неоднозначностью алгоритмов расчёта, базирующихся на индивидуальных способностях оценщика, отличается популярная в настоящий момент времени в международном учёте справедливая стоимость.

Подтвердить справедливую стоимость можно лишь с помощью совершения сделки купли-продажи. В противном случае оценка выражает лишь субъективное мнение оценщика, более или менее обоснованное и подкреплённое расчётами.

Таким образом, говорить об абсолютной объективности применяемых в современном учёте оценок не представляется возможным. Вместе с

тем именно общепризнанное мнение об объективности, достоверности, беспристрастности, однозначной трактуемости учётных данным до недавних пор делало невозможным применение в бухгалтерском учёте субъективных или, так называемых, экспертных оценок, что, с нашей точки зрения, в настоящий момент времени нельзя назвать обоснованным.

«Бухгалтерский учёт должен изучаться с учётом психологии как основы для толкования важных аспектов человеческого поведения в учётной деятельности» [2, с. 3], - считает Н.А. Каморджанова. В связи с этим, с нашей точки зрения, теории субъективных оценок, возникшие ещё в девятнадцатом столетии, требуют своего развития и в наши дни.

«Наиболее характерным специфичным элементом оценки является чувство; в той или иной форме, непосредственно или опосредованно, оно непременно заключается во всякой ценности, и обратно, присутствие чувства всегда имеет результатом появление где-нибудь и в какой-нибудь форме ценности» [8, с. 235], - писал Р.М. Орженцкий, один из основоположников психологического анализа экономической жизни.

Теории субъективных оценок основываются на положении, что стоимость имущества определяется индивидуальными условиями, в которых оно находится на предприятии. Вследствие этого целесообразным считается применение оценок, определяемых по усмотрению собственника или руководителя организации с учётом особенностей конкретного предприятия, а также значимости и эффективности конкретного объекта [6, с.65].

Различие оценок аналогичных объектов может быть, например, следствием различного назначения их для разных предприятий. По назначению все объекты имущества организации подразделяются на производственные объекты, предназначенные для потребления в процессе хозяйственной деятельности самим предприятием, и объекты отчуждения, предназначенные для сбыта. Имущество производственного назначения в силу своей специфики должно оцениваться по цене приобретения, отражающей пользу, которую приносит его потребление. Объекты, предназначенные для продажи, должны оцениваться по предполагаемой цене реализации [7, с.15].

Экспертная оценка, таким образом, в значительной степени зависит от способа использования оцениваемого объекта. Изменение способа использования в хозяйственной деятельности влечёт за собой изменение оценки объекта, даже и в том случае, если материально блага остаются без изменения.

Яркими представителями теории субъективных оценок являются А. Шеффлер, Г. Симон, Р. Рейш и И. Крейбиг, которые утверждали бессмысленность отражения в учёте по одинаковой оценке объектов, имеющих разное хозяйственное назначение.

К разряду субъективных оценок относятся оценки по эксплуатационной годности и оценки на основе капитализации приносимого дохода [7, с.17].

При оценке по эксплуатационной стоимости имущество показывается на балансе предприятия не по стоимости его покупки или изготовления, а в той сумме, которая будет определена специально созданной комиссией из оценщиков, изучивших состояние имущества к определённом моменту.

Оценка на основе капитализации приносимого дохода широко используется при определении стоимости предприятия как единого хозяйственного комплекса в случае, когда оно передаётся новому собственнику «на ходу». Оценка при этом методе, как правило, определяется на основе данных о среднем доходе предприятия за ряд лет. Полученную сумму приравнивают к обычной в данной отрасли хозяйства норме дохода и на основе таких данных производят капитализацию [7, с.17].

Субъективные оценки в настоящее время получили широкое распространение при формировании данных для оценки эффективности хозяйственной деятельности внутренними пользователями информации, которые осуществляют оперативное управление и контроль за деятельностью предприятия. На субъективных оценках активов и обязательств основан современный финансовый менеджмент.

В бухгалтерском же учёте, как было отмечено ранее, указанный концептуальный подход в настоящий момент времени практически не применяется ввиду того, что данный способ оценки основывается на субъективной, индивидуальной точке зрения.

Вместе с тем, учитывая тот факт, что общепризнанный тезис об объективности и достоверности учётной информации, в наши дни уже не является неоспоримым, с нашей точки зрения, теории субъективных (экспертных) оценок в случае их детального изучения и развития с учётом современных условий экономической деятельности могут занять своё законное место среди существующих концепций стоимостного измерения активов бухгалтерского баланса, а практическое применение указанных методов оценки в отдельных случаях будет наиболее обоснованным по сравнению с используемыми в настоящий момент времени видами стоимости.

Литература:

1. Бухгалтерский учёт: новая реальность и перспективы развития: Статья/В.В. Ковалев//Бухгалтерский учёт. – 2003. - №9. – С. 64-68.
2. Бухгалтерский учёт и психология: монография/Н.А. Каморджанова [и др.]; под науч. ред. д-ра эк.наук, проф. Н.А. Каморджановой. – СПб.: СПбГИЭУ, 2010. – 226 с.
3. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В двенадцати томах. Том 7. Нат-Ост./В.И. Даль. – М.: Мир книги, 2003. – 416 с.

4. Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: В двенадцати томах. Том 11. Сап-Тех./В.И. Даль. – М.: Мир книги, 2003. – 400 с.
5. Ковалев В.В. Корпоративные финансы и учёт: понятия, алгоритмы, показатели: учеб. пособие. Ч.1/В.В. Ковалев, Вит.В. Ковалев. – М.: Проспект, КНОРУС, 2010. – 768 с.
6. Кошкин И.А. Оперативно-балансовый учёт (Курс основной)/ И.А. Кошкин. – Ленинград: Ленинградское областное издательство, 1933, - 408 с.
7. О методах стоимостной оценки: Статья/ В.Д. Новодворский, А.Н. Хорин//Бухгалтерский учёт. – 1995. - № 6. – С. 12-17.
8. Орженцкий Р.М. Учение об экономическом явлении. Введение в теорию ценности/Р.М. Орженцкий. – Одесса: «Экономическая» типография, 1903. – 376 с.

В. А. Додошина

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»

д.э.н., доцент Пономарева С.В.

СЛОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ «АВС»

В данной статье рассматривается система калькулирования АВС. Проанализированы проблемы внедрения АВ-костинга в современных условиях, а также сложности использования данной системы. Показано, что АВС является сложной и дорогостоящей новинкой.

In this article the system of calculation ABC is considered. Problems of implementation AB-costing in modern conditions, and also difficulties of using this system are analysed. It is shown that ABC is a difficult and expensive innovation.

Ключевые слова: Учет затрат по видам деятельности, драйвер затрат, драйвер операций, драйвер ресурсов, промежуточные этапы распределения, структура АВС, финансовое положение организации, проблемы внедрения АВ-костинга.

Key words: Activity-based costing, cost drivers, transaction drivers, resource drivers, intermediate stages of distribution, ABC structure, financial position of the organization, and problem of implementation AB-costing.

В современных условиях жесткой конкуренции для коммерческих организаций становится важным снижение себестоимости продукции. Применение системы Activity-based costing (АВС) делает возможным наиболее точно определить стоимость того или иного товара (работы, услуги).

«АВС» – Activity-Based costing, что в переводе с английского означает «учет затрат по видам деятельности», также встречаются и другие определения этого понятия: «учет затрат по работам», «учет затрат по процессам». В отечественном и западном учете данная система считается относительно новым направлением. Activity-Based Costing появился в 80-х

годах 20 века в США (был разработан американскими учеными Р. Купером и Р. Капланом) и обычно используется на предприятиях с большой номенклатурой товаров, с большим размером партий, со сложным процессом производства, также этот метод целесообразно использовать в сфере услуг, отличающийся разнообразием [1, с. 3].

Также есть информация, что данная система калькулирования появилась в Японии в середине 70-х годов.

«АВ-костинг» заключается в том, что исходный товар (работа, услуга) не является основанием для возникновения затрат, а является причиной деятельности, которая создает затраты. То есть АВС рассматривает операции, связанные с изготовлением продукции (выполнением работ, оказанием услуг), как основные объекты учета затрат и калькулирования себестоимости. Таким образом, объектом калькулирования в АВС-системе является операция, группа операций или процесс.

Отличительной особенностью данного метода калькулирования является то, что прямые затраты (например, материалы, заработная плата и так далее) относят непосредственно на себестоимость объекта, а косвенные распределяют согласно драйверам затрат видов деятельности. «АВС» переносит косвенные расходы на продукты более логичным способом, чем традиционные подходы распределения затрат.

Драйвер затрат – параметр, пропорционально которому затраты переносятся на стоимость ресурсов. Например, площадь помещения, время наладки оборудования, время проверки качества продукции. Аналогичными параметрами являются драйвер ресурсов и драйвер операций.

Ресурсами являются машины, оборудования и сооружения, а также человеческий труд, то есть объекты, за которые организация платит денежные средства. Обязательным ресурсом является рабочая сила. Для того, чтобы определить полную стоимость данного ресурса, необходимо учесть следующие затраты: заработную плату, налоги, социальные выплаты, затраты на поддержание достойных условий труда, доставку сотрудников к месту работы, расходы на повышение квалификации и обучение и так далее [2, с. 12].

После отнесения затрат пропорционально драйверу на соответствующие ресурсы, разрабатывается структура операций, которые необходимы для создания товара. Далее стоимость ресурсов пропорционально переносится на операции.

Следующим этапом АВС можно выделить «погашение» стоимости операций за счет объектов затрат. И конечным результатом этого процесса является рассчитанная себестоимость продукции (работ, услуг).

АВС включает несколько промежуточных этапов распределения и многочисленные драйверы затрат, поэтому данный метод считается слож-

ным. Чем больше выявлено операций, тем сложнее становится калькулирование себестоимости [3, с. 17].

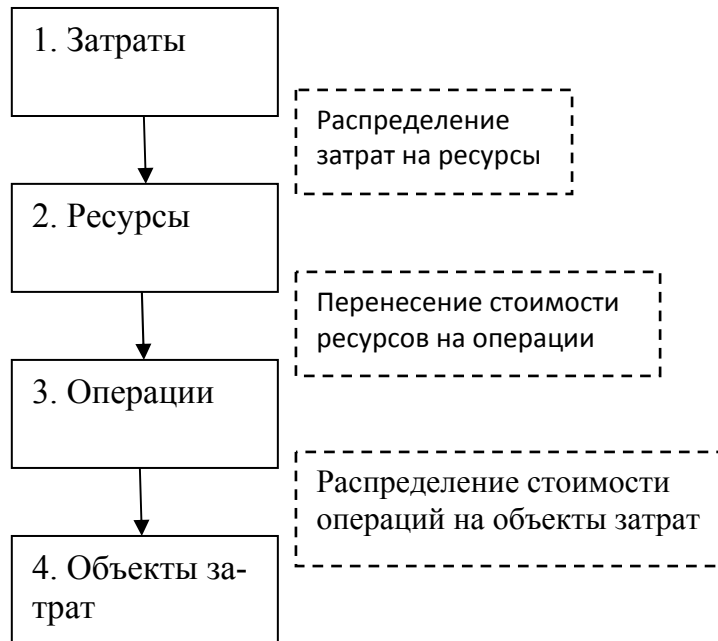


Рисунок 1. Распределение косвенных затрат с помощью ABC

«АВ-костинг» позволяет распределить информацию о затратах по клиентам, регионам, по разделам, функциям или процессам и т.д.

Большая точность калькуляции является основным преимуществом ABC. Этот способ исключает выделение нерелевантных затрат на продукт.

Также важность ABC растет, потому что косвенные расходы увеличиваются, становится более разнообразным ассортимент продукции, а также значительно растут требования клиентов.

Основные аспекты, которые требуют оценки при внедрении ABC:

- 1) понять финансовые последствия внедрения и работы ABC;
- 2) оценить, имеются ли у организации ресурсы для реализации ABC;
- 3) понять, будут ли выгоды больше издержек.

Компании, которые хотят внедрить АВ-костинг рискуют потратить слишком много времени, усилий и денежных средств. Одним из ограничивающих факторов является то, что программное обеспечение для ABC может быть дорогим.

Также проблемой ABC является необходимость большого числа специалистов для сбора и использования данных. Можно привести в пример большую организацию, в которой работают 70000 человек, которые находятся более чем в 100 различных местах и для сбора данных для системы ABC необходимо не менее 15 человек.

Так, можно отметить, что АВ-костинг приводит к повышению бюрократии, что влечет за собой увеличение совещаний, встреч.

Основной минус АВ-костинга состоит в том, что для его внедрения требуются значительные изменения в системе бухгалтерского учета, а также необходимо совершенствование систем информационной поддержки в организации, что влечет за собой рост затрат на управление.

Литература

1. Chea A. Activity-Based Costing System in the Service Sector: A Strategic Approach for Enhancing Managerial Decision Making and Competitiveness // International Journal of Business and Management. – November 2011. – Vol. 6, №11. – p. 3-10.

2. Cooper R., Kaplan R. Activity-Based Systems: Measuring the Costs of Resource Usage // Accounting Horizons. – September 1992. – p. 1-13.

3. Серебренников, Г.Г. Управление затратами на предприятии: учебное пособие // Издательство ТГТУ, 2007. – с. 14-42.

Е. О. Еловских

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»»

к.э.н., доцент, Васина И. Г.

ПОСРЕДНИЧЕСКИЕ СТРАХОВЫЕ УСЛУГИ

В статье рассмотрены проблемы развития страхового рынка. Предложены необходимые предписания и предложения по ведению бухгалтерского учета в организациях, занимающихся реализацией страховых видов деятельности. Выявлена специфика в ведении учёта реализации посреднических страховых услуг, обозначены особенности применения Плана счетов в страховых организациях. В учётной политике имеются множество проблемных вопросов.

The problems of the insurance market are mentioned in the article. Specific proposals on accounting in organizations involved in the implementation of the insurance activities have been submitted. The peculiarities in the record keeping implementation intermediary insurance services are identified, especially the use of the chart of accounts in the insurance companies, the accounting policies of insurers also has many problematic issues. Insurance intermediary, the principal, the commission strict reporting forms, insurance sales, insurance reserves.

Ключевые слова: страховой посредник, принципал, комиссия, бланки строгой отчетности, страховая выручка, страховые резервы.

Key words: insurance intermediary, principal, commission, forms of the strict reporting, insurance revenue, insurance reserves

Страховое посредничество – вид деятельности, обслуживающий в настоящее время 80% страховых операций в развитых странах и стреми-

тельно развивается в РФ. К середине 2007 года в России количество сборов страховой премии чрез посредников приблизился только к 10% от общих сборов страховщиков, это говорит об огромном потенциале роста института страховых посредников.

Страховые посредники получают страховые взносы от клиентов и перечисляют их страховым компаниям. При довольно большом объеме операций возникают различные ошибки, в том числе такие, в итоге которых страховая премия может быть не перечислена страховщикам. В связи с этим крайне актуальна задача обеспечения прозрачности отражения в ИС страховых посредников операций по приему страховых платежей и взаиморасчетам с принципалами.

Страховые посредники - страховые агенты, страховые брокеры, аджастеры и сюрвейеры. Они должны продвигать страховые услуги от страховщика к страхователям, помогать в заключении договоров перестрахования, содействовать исполнению договора страхования.

Главным этапом работы страхового посредника – является получение бланков полисов от принципала и распространение их по своим каналам сбыта. Посредники могут работать с множеством принципалов, возникают ситуации, когда бланки одной и той же страховой компании могут быть получены из различных источников. После поступления страховых платежей от клиентов, возникает вопрос: кому из принципалов необходимо перечислять премию. Понять это можно только основываясь на данных учета бланков строгой отчетности: понять от кого из контрагентов получен бланк – тому контрагенту и необходимо перечислять деньги. В связи с этим, данные учета бланков строгой отчетности содержат множество правил, с помощью которых происходит процесс взаиморасчетов с принципалами.

Финансовая деятельность реализации посреднических страховых услуг связана с огромным количеством субъектов. Это обуславливает специфику бухгалтерского учета и финансового анализа организаций, занимающихся предоставлением страховых услуг. Ведение учёта реализации посреднических страховых услуг имеет существенные отличия от ведения бухгалтерского учёта в других отраслях предпринимательской деятельности.

К примеру, система ведения бухгалтерского учёта страховой организации предусматривает обязательный выбор метода определения «страховой выручки». Таких методов – два. Страховая выручка может быть определена по методу «начисления» (т.е. учитывать поступление страховых платежей по факту заключения договора), либо «кассовым» методом (т.е. по факту зачисления финансовых средств).

Учётная политика страховщиков так же имеет немало проблемных вопросов.

Перестраховочные операции всегда учитываются исключительно методом «начисления». Это связано с особенностью применяемого Плана счетов в страховых организациях. План счетов не предусматривает учёта таких операций «кассовым» методом.

Ещё одной специфической особенностью ведения бухгалтерского учёта страховыми компаниями есть невозможность применения ими установленного ПБУ 18/02.

Особенность учёта страховых операций можно просмотреть и по статьям балансовых активов. В них можно увидеть долю перестраховщиков в страховых резервах, дебиторскую задолженность по уже произведенным операциям и т.д. Статьи актива баланса содержат информацию о вложениях страховщика.

При проведении организацией активной инвестиционной политики, в большей части активов содержится информация о финансовых вложениях в ценные бумаги, зависимые общества и другие организации.

В пассиве баланса элементом, испытывающим большое влияние специфики отрасли страховых услуг, является раздел «Страховые резервы». Он состоит из зарезервированных средств, необходимых для реализации обязательств страховой организации перед застрахованными юридическими и физическими лицами в дальнейшей перспективе. Если страховой портфель организации имеет существенный размер, а также тенденцию на постоянное, стабильное увеличение, в бухгалтерском учёте раздел «Страховые резервы» будет являться самым обширным.

При ведении бухгалтерского учёта организаций, занимающихся реализацией страховых видов деятельности, в бухгалтерских регистрах необходимо систематизировать данные первичных учетных документов. Также в регистрах необходимо отражать все операции в строгой хронологической последовательности.

Литература:

1. Абрамов В.Ю. Перестрахование как разновидность страхования. // Юридическая и правовая работа в страховании. – 2013.– № 3.
2. Вещунова Н.Л., Фомина Л.Ф. Учебно-практическое пособие Бухгалтерский учет в страховых компаниях – СПб.: Герда, 2012.
3. Дубровина Т.А. Бухгалтерский учет в страховых организациях: Учебник для студентов вузов - Юнити, 2012.
4. Климова М.А. Учебное пособие. Страхование: – МГУП, 2011.
5. Красова О.С. Бухгалтерский учёт в страховании.- Омега -Л, 2014.
6. Романова М. В. Особенности бухгалтерского учета страховых организаций. // Российский налоговый курьер. – 2013. - №22.

Л. С. Журавлева
СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
к.э.н., доцент Гордеева М.А.

ИНТЕГРИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ – ОТЧЕТНОСТЬ БУДУЩЕГО

Статья посвящена новому эффективному инструменту взаимодействия компаний с финансовыми рынками и широким кругом заинтересованных сторон. Применение интегрированной отчетности – это важная составляющая успешного ведения бизнеса в условиях глобализации. В интегрированной отчетности представлен комплексный обзор того, как стратегия, система управления, эффективность компании и существующие возможности, перспективы и риски позволят генерировать стоимость на протяжении длительного времени.

The article is devoted to a new effective direction, which provides the interaction between the companies with the financial markets and a wide range of stakeholders in the short term. It is an important component of successful business in the context of globalization. The integrated reporting presents a comprehensive overview of how the strategy, management system, and the effectiveness of existing opportunities, risks and opportunities will allow generating a value over time.

Ключевые слова: Интегрированная отчетность, устойчивое развитие, корпоративное управление, стратегия, прозрачность информации, ориентация на будущее.

Key words: Integrated reporting, sustainable development, corporate governance, strategy, transparency of information, orientation to the future.

С ростом рынков социально-ответственного инвестирования (СОИ) и большим вниманием инвесторов и кредитных институтов к влиянию деятельности компаний на экономику, окружающую среду и общество, растет потребность в качественной информации о таком влиянии. Традиционно, годовая финансовая отчетность содержит краткую информацию об экологических, социальных аспектах деятельности и корпоративном управлении (ESG) компаний, в частности, о существенных рисках в этих сферах. Нефинансовая отчетность предоставляет гораздо больше информации о влиянии компании, описывая деятельность компании в соответствующем общественном контексте. Обычно финансовая и нефинансовая отчетности публикуются отдельно, они существенно различаются по формату и выполняют разные цели. Финансовая отчетность должна иметь четко определенную цель - информирование акционеров, кредиторов, инвесторов и регуляторов о деятельности компании; нефинансовая отчетность - информирование широкого круга заинтересованных сторон, в том числе работников, общественных организаций, органов власти, экспертов посредством представления всесторонней информации о функционировании компании на рынке.

Формирование роли и значение отчетности в едином информационном пространстве происходит под влиянием интересов заинтересованных пользователей. Более того, многообразие потребностей пользователей обуславливает состав показателей бухгалтерской отчетности. Поэтому приоритетным направлением научных исследований является определение степени удовлетворения лиц, использующих отчетность в своих личных целях, ее информационной емкостью.

Различные виды отчетности развивались обособленно, что привело к их несогласованности и дублированию информации. Соответственно, не раскрываются имеющиеся взаимосвязи между стратегией и риском, финансовыми и нефинансовыми показателями, корпоративным управлением и показателями других организаций в цепочке создания добавленной стоимости. Интегрированная модель отчетности устраняет этот недостаток, она является инструментом получения полной информации о деятельности предприятия, отражает риски и возможности, объединяет нефинансовые факторы и финансовые результаты.

Однако на этом пути существует много препятствий – от несовершенства систем учета и отчетности и неоднозначности рыночных драйверов к юридическим рискам, связанных с подготовкой интегрированной отчетности.

Мировое сообщество пришло к выводу о необходимости интегрированной отчетности как новой тенденции развития. Главная идея – интегрированная отчетность акцентируется на стратегии предприятия. Исходя из того, что главной функцией отчетности предприятия является предоставление прозрачной достоверной информации для принятия решений в связи с изменениями в мире, следовательно, от отчетности ожидается целостное представление деятельности предприятия – стратегии, риски, устойчивости бизнес моделей предприятия.

Компания, которая приняла решение внедрять механизм интегрированной отчетности, может столкнуться со следующими проблемами: отсутствие методологической базы, недостаточная разработанность информационных систем нефинансовых показателей, своевременное подведение нефинансовых итогов, определение необходимого уровня детализации данных. На концептуальном уровне нет единого подхода к построению модели интегрированной отчетности.

Международным комитетом по интегрированной отчетности признана концепция интегрированной отчетности, которая собирает информацию по финансам, общественном надзоре, окружающей среде и социальных аспектах в единый интегрированный формат. Основными задачами такой концепции является:

- удовлетворение информационных потребностей инвесторов в долгосрочной перспективе;

- отражение взаимосвязи между факторами окружающей среды, надзорными и финансовыми факторами в принятии решений, которые влияют на долгосрочные результаты деятельности бизнеса;
- формирование связи между устойчивостью бизнеса и его экономической ценностью;
- разработка формата отчетности по ESG-факторам;
- смещение акцентов в показателях оценки результатов работы бизнеса с краткосрочных на долгосрочные.

Главная цель интегрированной отчетности заключается в отражении полной информации о деятельности предприятия и структурировании в соответствии со стратегическими задачами организации, моделью бизнеса и управления. Для обеспечения понимания развития бизнеса, его результатов и состояния в отчет необходимо включать вместе с финансовыми и нефинансовыми, ключевые показатели эффективности, релевантные для данного бизнеса, в том числе показатели охраны окружающей среды.

Основными преимуществами применения интегрированной отчетности является лучшая согласованность с потребностями инвесторов; доступность пользователям информации более точных данных нефинансового характера; более высокий уровень доверия в отношениях с основными заинтересованными лицами; верные решения относительно распределения ресурсов, в том числе по уменьшению расходов.

Интегрированная отчетность объединяет существенные разделы данных, которые в настоящее время разбросаны по отдельным направлениям отчетности (финансовые отчеты, примечания руководства, отчет о корпоративном управлении и вознаграждениях, отчет об устойчивом развитии). Она является единым целым и показывает связь между этими разделами. В основе подготовки интегрированного отчета лежат пять основных принципов: стратегическая направленность, понятность и прозрачность информации, ориентация на будущее и своевременность, реагирование и привлечение заинтересованных лиц, краткость, достоверность и существенность.

Структура интегрированной отчетности определяется важностью отражения изменений в бизнесе и потребностями пользователей. Поэтому разработка требований к подготовке интегрированной отчетности является непрерывным процессом, эффективность которого зависит от указанных факторов.

Интегрированная отчетность предоставляет больше возможностей для пересмотра показателей и принятия решений, объясняет, каким образом устойчивое развитие влияет на активность и ведение бизнеса. Она может быть дополнительным конкурентным преимуществом для предприятий, которые хотят определить доступ к капиталу по разумной цене. Формирование стратегии развития, которая находит свое отражение в ин-

тегрированной отчетности, позволят ей стать надежным источником информации для оценки стоимости предприятия. Ориентация компаний на устойчивое развитие и интегрированную отчетность дает возможность глубоко исследовать имеющуюся бизнес-модель и определить пути долгосрочного успеха.

Литература:

1. Емельянова С., Сметанников В. Шаги корпоративной отчетности // «Marketing pro». -2010. - № 5 / С.Емельянова, В.Сметанников // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.stepconsulting.nt/publ/16092010.shtml>
2. Слепнева Т.Н., Хоружий Л.И. Интегрированная отчетность: история развития и необходимость применения // РГАУ-МСХА имени К.А. Тимирязева - 2013.
3. На один шаг ближе к интегрированной отчетности. Новый подход в XXI веке // [Электронный ресурс]. - Режим доступа. http://www.labrate.ru/discus/messages/20/IR-Discussion-Paper-2011_single-rus-40803.pdf
4. Сорокина К.В. Интегрированная отчетность - новая модель отчетности для бизнеса // Журнал «Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты». - 2011. -№7 / К.В.Сорокина // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.audit-it.m/articles/mstb/a24744/372245.html>

А. В. Завьялова

СПБГЭУ, программа «Учет, анализ, аудит в отраслях экономики»
к.э.н., доцент Евдокимова Л.К.

THE ISSUES OF APPLYING IFRS IN RUSSIA

В статье рассматриваются текущие вопросы применения МСФО в России: преимущества и возможные трудности.

The article discusses current issues of applying IFRS in Russia: advantages and possible difficulties.

Ключевые слова: Бухгалтерская отчетность, МСФО, глобализация, информация, инвестор.

Key words: Accounting report, IFRS, globalization, information, investor.

Consummated on the 1 January 2013, the Law «About accounting» introduced a new mechanism of legal regulation of accounting and establishes uniform requirements to accounting and financial reporting of the Russian Federation.

One of the basic principles of accounting, mentioned in the law, is the application of international standards of the financial reporting as the basis for developing national standards of the accounting. The plan of the Ministry of

Finance on the development of accounting and reporting for 2012 - 2015 in the Russian Federation based on the International financial reporting standards provides for the approval of new regulations on accounting (financial) statements of legal persons on the basis of IFRS. Thus the set of new national standards of the accounting (financial) statements is formed, as close as possible to IFRS. In 2013 the Russian Ministry of justice registered the following IFRSs:

- IFRS9 «Financial instruments»;
- Document International financial reporting standards (Amendments to IFRS 7 «Financial Instruments: Disclosures»);
- Document of International financial reporting standards «Offsetting Financial Assets and Financial Liabilities» (Amendments to IAS 32 «Financial Instruments: Presentation»);
- Document of International financial reporting standards «Investment Entities» (Amendments to IFRS 10 «Consolidated Financial Statements», IFRS 12 «Disclosure of Interests in Other Entities» and IAS 27 «Consolidated and Separate Financial Statements»).

Today accounting, according to IFRS, is not the prerogative of corporations, banks and insurance companies. According to the Federal Law from July 27, 2010 № 208 - FZ «About consolidated financial statements» IFRS applies only to prepare consolidated financial statements to the established list of organizations. Today non-state pension funds, management companies of investment funds, unit investment funds and private pension funds, clearing organization have to prepare financial report, according to IFRS. Not far off that day, when reporting under IFRS will make all organizations without exceptions.

Today in the conditions of the world economy globalization the subject of application of international financial reporting standards is particularly relevant. Russia's joining to the World Trade Organization, the attraction of foreign investments in our country, searching of new and saving traditional markets for domestic products – all these are the reason for studying and using IFRS.

Russian companies forming their reporting in accordance to IFRS, could obtain the International credit and have a great interest from foreign investors, because their financial reporting is clear. The results of business from the accounting statements prepared under IFRS are well understood by investors all over the world. Especially in more than 120 countries reporting is made on the basis of IFRS.

The government of the Russian Federation in the near future will provide:

- acceleration of convergence of Federal standards with IFRS. The government has decided to complete to 2014 the execution of measures complex on transfer of Federal standards on IFRS;

- in 2013-2014 will expand the circle of organizations, which are obliged to prepare consolidated financial statements under IFRS;
- to 2014 should be developed proposals for the development of professional accountant qualification standards-based International Federation of accountants;
- to 2014 should be proposals on introduction of a specialists annual training system in the field of accounting standards-based International Federation of accountants;
- to ensure the rights of users to access statements prepared under IFRS in 2013 - the single information resource should be formed, which will consolidate financial statements, prepared under IFRS from all the organizations;
- in the nearest future it is also planned to public the interim consolidated financial statements, prepared under IFRS.

In order to improve IFRS practice by the Russian companies the Ministry of Finance in March 2012, has established a special Interagency working group for the application of IFRS.

IFRS conversion can be a long and difficult process, the implementation of which will solve many complex issues accounting nature. For a lot of companies to ensure compliance with IFRS it is necessary to change the existing accounting policy, and such key areas of accounting as revenue recognition, inventory, financial instruments, plans of remuneration of employees, the impairment test, reserves and payments based on shares. The experience of the European companies shows that many organizations underestimate such issues as the problem of the choice of accounting policies, the necessity of consolidation of additional companies. However, if you look carefully to the change of accounting policy, problems will disappear.

It is hoped that, in General, all enterprises falling from 2012, under the Law № 208-FZ, had completed preparations for transformation and formation of its accounting policies on IFRS and in the near future we will be able to analyze the results of application IFRS by the Russian enterprises. If the IFRS-reporting will be quality and true, increase the comparability of financial statements of enterprises of similar industries (such as insurance) investors, lenders, and the clients will benefit.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;
2. Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности»;
3. И. Колодина Трудности перехода //Российская бизнес-газета № 921(43);
4. О. Журавлева Введение в МСФО // Новая Бухгалтерия №9/2006.

И. О. Иванов
СПбГЭУ, программа
«Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
д.э.н., профессор Конопляник Т.М.

ОСОБЕННОСТИ КОНТРОЛЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ У РЕЦЕПТИВНЫХ ТУРОПЕРАТОРОВ

Известно, что отправляющим туристов инициативным туроператорам крайне важно обеспечивать конкретность и защищенность данных о своих активах и в большей степени обязательствах, так как в связи с множеством осуществляемых сделок большую долю в балансах турфирм занимают именно они. В этом организациям обычно помогают службы внутреннего контроля. Однако у туроператоров, которые принимают туристов и которые находятся на территории других стран, дела обстоят по-другому.

It's well-known that it is extremely important for initiative tour operators to provide information concreteness and security about their assets and mostly their liabilities because the greatest share make these elements in tour operators balances due to a set of carried-out transactions. Internal control services usually help organizations to cope with keeping information safety. However receptive tour operators that accept tourists abroad and are located in the territory of other countries have another affair with liabilities control.

Ключевые слова: Внутренний контроль, бухгалтерский учет, обязательства, турфирмы

Keywords: Internal control, accounting, liabilities, travel agencies, tour operators

Суть всей проблемы сводится к тому, что для России под рецептивными туроператорами подразумеваются турфирмы, которые комплектуют пакет туров и программ для прибывающих туристов в месте приема, то есть за пределами родной страны. В нашей стране тоже имеются рецептивные турфирмы, хотя их не так много, чего не скажешь об инициативных операторах, где оперейтинг отправки наших туристов за границу развивается «буйными» и даже чересчур «буйными» темпами.

Проблема отечественных турфирм по приему заключается в том, что отрасль туризма в Россию пока еще полностью не сформирована. Поток туристов в нашу страну по сравнению с теми же европейскими странами невелик, что связано с слабой дифференцированностью программ обслуживания, недостаточным разнообразием предлагаемых услуг и недостаточными гарантиями надежности обслуживания [7]. В связи с этим, некоторые из известных инициативных туроператоров, например, таких как «ЦСТЭ» или «Библио-Глобус», помимо прочего параллельно оказывают услуги по приему иностранных туристов.

Основное отличие кроется в том, что инициативные и рецептивные операторы функционируют в разных направлениях, что также подразуме-

вает и различие в составе и числе контрагентов. Так, если поставщиком услуг у инициативного оператора при формировании тура обычно является сам рецептивный оператор, то у последнего поставщиков гораздо больше - он формирует прямые контакты с ними на территории своей страны (с гостиницами, отелями, ресторанами, экскурсионными бюро и так далее). То есть, проще говоря, «рецептор» является неким посредником, наподобие турагента, только между поставщиками услуг и инициативным туроператором.

Раз контрагентов много, значит и обязательств у оператора будет предостаточно. В целом будет выделяться кредиторская задолженность перед поставщиками, поэтому в первую очередь контролировать необходимо именно ее.

Состав контроля задолженностей у туроператора зависит от нормативных актов, которые присущи для конкретной страны местонахождения «рецептора». В России внутренний бухгалтерский контроль осуществляется в рамках ПБУ и Федерального Закона №402-ФЗ, а в других странах за исключением США это происходит через МСФО.

Поскольку основная доля рецептивных туроператоров все же относится к зарубежным и действует за пределами России, то логичнее всего рассмотреть контроль обязательств у таких фирм в рамках МСФО.

В отличие от ПБУ экономическая трактовка обязательств абсолютно иная и рассматривается в совокупности с ее оценкой в МСФО 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы» (IAS 37 “Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Asset”). Принципы стандартов определяют обязательства, как задолженность организации, возникающая из событий прошлых периодов, урегулирование которой приведет к выбытию ресурсов, содержащих экономическую выгоду [4]. Д. В. Луговский отмечает, что все обязательства, в том числе заемные средства (реальные обязательства), резервы (оценочные обязательства) и финансовые гарантии (условные обязательства), в контексте данного стандарта могут подразделяться на три типа по правовому основанию. Это юридические, юридически-конклюдентные и конклюдентные.

К первому типу относятся обязательства, возникающие из фактов хозяйственной деятельности организации на основании закона, договора или других норм. Ко второму относятся обязательства, наполовину основанные на хозяйственной практике и наполовину – на юридических нормах. Наконец, к третьему типу принадлежат обязательства, признающиеся только в соответствии с признанной практикой хозяйствования на предприятии. [1, с.10] У туроператоров-рецепторов наибольшее значение приобретает второй тип обязательств, который рассматривается в частности как обязательства перед поставщиками.

По МСФО обязательства признаются в отчетности, если одновременно выполняются два условия: если ожидается отток ресурсов, служащих источником экономических выгод и обеспечивается надежность измерения величины задолженности организации перед контрагентами [6]. То есть, если туроператор может точно измерить стоимость своих обязательств перед поставщиком за оказанные им услуги (например, за бронирование номера в отеле) и в дальнейшем после погашения обязательств сможет получить выручку от предоставленного инициативному туроператору тура.

Оценка обязательств выражается либо в фактической стоимости, текущей стоимости, стоимости погашения или дисконтированной стоимости, то есть на момент их появления, на текущий момент, момент погашения или на момент будущего выбытия средств. В основе этих четырех оценок может также лежать оценка по справедливой (рыночной) стоимости, но только в том случае, если поставщики не ставят дополнительных наценок на туристические услуги.

Последнее, по мнению В. Семенихина, зависит от соответствующего ценообразования на турпродукт, которое имеет ряд особенностей, таких как зависимость цены от индивидуализации покупателей, дифференциация тарифов, реализация туристических услуг на мировом рынке и наличие природной потребительской стоимости [2, с.2]. Тем не менее, оценка по справедливой стоимости проводится весьма относительно, так как такую стоимость не всегда возможно точно определить.

Использование МСФО в качестве бухгалтерского стандарта при определении обязательств позволяет проводить контроль на общих для предприятий методах и основаниях, так как под воздействием мировых тенденций сложилось множество форм контроля и многие из них общеприняты как на территории России, так и на территории зарубежных стран. А. В. Шохнех утверждает, что для любых организаций, особенно для тех, которые причисляются к предприятиям малого бизнеса, существует три самые распространенные формы контроля, которые используются практически везде – ревизия, управленческий анализ и внутренний аудит [3, с.160].

То есть рецептивные туроператоры, находящиеся за границей, также могут применять данные формы контроля, среди которых значимую роль все же играет ревизия обязательств, которая тесно переплетается с экономическим анализом, особенно в тех случаях, когда страна имеет жестко регламентированный план счетов (например, Германия или Франция) и ведет схожий с Россией учет.

Учитывая, что «рецепторы» все время имеют дело с краткосрочными задолженностями от поставщиков и своих партнеров, связанных с приме-

нением авансовой оплаты, то туроператорам удобнее вести аналитические счета обязательств в разрезе каждого контрагента – отеля, ресторана, налоговых и страховых органов или выездного оператора. В действительности это значительно упрощает проверку задолженных средств по факту, так как у большинства операторов учет ведется автоматизированно.

То есть контроль обязательств в этом направлении будет осуществляться в контексте отдельных субсчетов к счету 60 «Поставщики и подрядчики» при одновременной проверке наличия и правильности оформления контракта с поставщиком, инвойса и ваучера.

Дебиторская задолженность по МСФО у зарубежных рецептивных операторов представляет собой счета к получению - краткосрочные ликвидные активы, которые возникают при продаже товаров или услуг в кредит в оптовой и розничной торговле, известные как «коммерческий кредит», и отражающиеся в расчетах с покупателем в разрезе субсчетов на счете 62 [5].

При этом в МСФО выделяется сомнительная или безнадежная задолженность, которая по российскому плану счетов отражается на счете 63 «Резервы по сомнительным долгам». Они представляют долги, которые не были оплачены заказчиками в срок или не были оплачены совсем. Такие долги в дальнейшем относятся к убыткам, либо к расходам по продаже в кредит. Всегда когда возникают сомнительные долги, всегда вступает в строй правило соответствия: издержки должны соответствовать тому объему продаж, которому они способствуют [5]. Проще говоря, количество неоплаченных услуг в будущем должно компенсироваться.

В сфере туризма при расчетах между операторами, клиентами и поставщиками сомнительные долги обычно не возникают, так как, во-первых, любое оказание услуги предусматривает авансовый расчет, во-вторых, вся оплата происходит по заключенному ранее договору, в-третьих, услуги по своей сути оказываются сразу и на месте и, в-четвертых, платеж чаще всего является безналичным и осуществляется электронным способом в считанные секунды без риска исчезновения средств. Поэтому счет 63 практически не используется.

В плане внутреннего контроля это весьма удобно, когда между юридическими лицами средства могут перечисляться по безналичному расчету с одного банковского счета на другой. Поэтому операторам с автоматизированными системами учета и банковской электронной системой достаточно лишь посмотреть электронную выписку из банка за определенный промежуток времени, определить кому, когда и какие средства были перечислены, и тем самым быстро провести проверку по всем обязательствам.

Что касается других обязательств, в которые входят расчеты по налогам, расчеты по оплате труда, различные резервы (на гарантийный ре-

монт, на предстоящие отпуска), то эти обязательства в контексте МСФО считаются нефинансовыми и в составе финансовой отчетности не признаются. Кроме того, не все туроператоры-рецепторы признают резервы, считая их достаточно условной категорией [1, с.12].

Обычно в условиях МСФО и зарубежной практики подобные обязательства не всегда выражаются в денежном эквиваленте, иногда они выглядят в виде услуги или определенного эквивалента, например, валюты. В данном случае функции контроля будут ориентированы на расчеты курсовой разницы и сверку данных банковской документации.

Мы считаем, что на данный момент, рецептивные туроператоры обладают достаточным арсеналом для бухгалтерского учета своих обязательств в целях контроля. По МСФО обязательства приобретают несколько более свободно трактуемое значение, чем в российских стандартах, и это сказывается на качествах проводимых операций между поставщиками и туроператорами, несмотря на быстроту и надежность их свершения. Принятие во внимание нюансов определения обязательств в целях бухгалтерского контроля у рецептивных операторов позволяет в данной ситуации установить соответствие между учетом обязательств в международной и российской практике, провести их конкретную оценку и выбрать правильный метод контроля, чтобы потом использовать этот зарубежный опыт в российских организациях. Это может, в свою очередь, хоть и косвенно, но немного, поспособствовать поддержке и развитию рецептивного туроперейтинга в России и улучшить общее состояние туроператоров.

Литература:

1. Луговской Д. В. Финансовые обязательства как элемент финансовой отчетности: вопросы классификации и оценки // Международный бухгалтерский учет. – 2014. - №1. – с. 8-15.
2. Семенихин В. Ценообразование в туризме // Аудит и налогообложение. – 2013. - №8 – с. 2-5.
3. Шохнех А. В. Особенности организации системы внутреннего контроля в субъектах малого бизнеса // Российское предпринимательство. – 2008. - №1. – с.158-162.
4. Активы и обязательства в системе МСФО. URL: http://snezhana.ru/msfo_2/
Дата обращения: 30.04.2014
5. Зарубежный опыт учета дебиторской задолженности. URL: <http://meebooks.com/book/49-v-mezhvuzovskaya-konferenciya-studentov-i-molodyx-uchenyx-uchebnoe-posobie-bn-siplivij/8-zarubezhnyj-opyt-ucheta-debitorskoj-zadolzhennosti.html> Дата обращения: 30.04.2014
6. Обязательства: трактовка МСФО. URL: <http://www.buh.ru/document-1172>
Дата обращения: 30.04.2014
7. Туристские организации. URL: <http://www.goto.aha.ru/content/turistskie-organizatsii-0> Дата обращения: 30.04.2014

М. М. Исакова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент, Евдокимова Л.К.

ВРЕМЕННЫЕ ДОРОГИ КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

В статье рассматривается строительство временных дорог как отдельная статья бухгалтерского учета. Затронуты проблемные моменты отражения и документирования хозяйственных операций, а также выделены три варианта аккумулирования затрат на строительство временных дорог.

The article discusses the construction of temporary roads as a separate item accounting. Affected problematic moments of reflection and documentation of business transactions, as well as three variants of storage allocated costs for the construction of temporary roads.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, временные сооружения, временные дороги, строительство дорог, капитальный объект, внеоборотные активы, подрядные работы, заказчик, подрядчик, себестоимость объекта, затраты на строительство.

Key words: accounting, temporary construction, temporary roads, construction of roads, capital object, non-current assets, contracting services, customer, contractor, cost of facility, construction costs.

Очень часто при строительстве новых дорог или ремонте старых возникает потребность в создании временных дорог, которые обеспечат беспрепятственную доставку к месту строительства спецтехники, материалов и рабочих. Как правило, строительство временных дорог сильно отличается от капитальной магистрали по протяженности, направлению, времени сооружения, но является неотъемлемой частью строительного процесса и имеет свои особенности, а, следовательно, требует детального разбора и анализа.

Из Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций, измененном Приказом Минфина РФ №94н от 31.10.2000 г. был удален счет 30 «Некапитальные работы» предназначенный специально для учета временных сооружений, что внесло неясность и неоднозначность в принципы учета временных сооружений.

Подрядчики используют временные дороги, находящиеся на балансе у заказчика, для выполнения работ на основном объекте после сдачи их в эксплуатацию, однако, первичный документ передачи временных дорог в пользование подрядчику не установлен ни строительными нормативами, ни актами бухгалтерского учета. С точки зрения распределения ответственности и полномочий следует разработать такой документ, который совместно с условиями договора определит ответственность той или иной стороны о порче или гибели имущества или людей.

Также может возникнуть ситуация, когда заказчик и подрядчик заключают договор аренды на временные сооружения находящиеся на балансе заказчика [7, п. 3.1.8.]. Однако договора аренды между заказчиком и подрядчиком редко практикуются т.к. заказчик обязан предоставить все необходимые условия для выполнения работ [6, ст. 740, п. 1], а также обязан предоставлять подрядчику все необходимые временные здания и сооружения, проводку электроснабжения и водопровода, осуществлять транспортировку грузов и оказывать другие услуги [6, ст.747, п. 2-3]. Из всего выше сказанного следует, что передачу в пользование подрядчику временных дорог неразрывно связано с обязанностями заказчика по обеспечению необходимых условий для работ подрядчика.

Факт передачи временных дорог в пользование подрядчику можно оформить накладной на отпуск материалов на сторону, форма № М-15, [3] при учете дороги в качестве МПЗ, либо актом приема-передачи аналогично такой же форме при договоре аренды.

Все затраты на работы произведенные подрядчиками при строительстве временных дорог за счет сметной стоимости основного объекта учитываются отдельно и при вводе в эксплуатацию включаются в баланс заказчика [7, п. 3.1.8.].

Работы и все затраты на возведение временных дорог оформляются актом о приемке выполненных работ и справкой о стоимости выполненных работ и затрат, формы № КС-2 и № КС-3 [5]. Дальнейшее же документирование будет зависеть от выбранного варианта учета.

Можно выделить три варианта бухгалтерского учета затрат на строительство временных дорог.

В первом варианте основным условием является то, что предположительное время использования и эксплуатации, временных дорог можно охарактеризовать как краткосрочный период (т.е. до 12 месяцев). В этом случае временные дороги приравнивают к материально-производственным запасам (МПЗ), тогда их можно идентифицировать как инвентарь и хозяйственные принадлежности, из чего следует что все затраты на строительство временных дорог относятся на счет 10 «Материалы», субсчет 9 «Инвентарь и принадлежности».

Основной задачей этого способа является определение организацией учетной единицы МПЗ. Из ПБУ 5/01 следует, что отдельной единицей МПЗ можно считать сданную в эксплуатацию временную дорогу (или ее участок), предназначенный для выполнения самостоятельных функций.

По окончании и сдаче отдельных этапов работ по строительству временной дороги себестоимость объекта суммируется на счете 08 «Вложения во внеоборотные активы», субсчет «Расходы на строительство временных сооружений» после чего списываются на счет 10.9, и сразу же включается в затраты на строительство капитального объекта. При вводе в

состав МПЗ построенных временных дорог оформляется приходный ордер, форма М-4 [3], а при вводе в эксплуатацию и списании в себестоимость капитального объекта на основании акта о приемке в эксплуатацию законченного сооружения оформляется требование-накладная, форма № М-11 [3].

После списания стоимости временной дороги на себестоимость капитального строительства, возможно, принять их на забалансовый учет для отслеживания их движения (передача подрядчику и обратно, ликвидация).

Если же ожидается, что временные дороги будут использоваться в длительном периоде, срок полезного использования их более 1 года и основные характеристики временные дороги соответствуют категориям определения основных средств продиктованных ПБУ 6/01, то они могут быть определены основные средства и приняты к бухгалтерскому учету. При использовании этого способа учета, затраты на строительство временных дорог соединяются на счете 08, субсчет «Расходы на строительство временных сооружений» после чего относятся на счет 01 «Основные средства». Перевод построенного объекта в состав основных средств происходит на основании акта о приемке в эксплуатацию законченного сооружения и оформляется актом о приеме-передаче сооружения, форма № ОС-1 [4].

В течение всего срока полезного использования временной дороги, отраженной в качестве основного средства, ее стоимость переносится на капитальные затраты по строительству главного объекта путем начисления амортизации.

Этот вариант рекомендуется использовать в том случае, если возможна вероятность использовать временные дороги по окончании строительства, т.е. планируется перевод их в состав капитальных, постоянно используемых объектов.

В третьем варианте все затраты на возведение временной дороги сразу, без отнесения объекта в состав основных средств или МПЗ, включаются в состав затрат на строительство основного объекта, для строительства которого была предусмотрена эта временная дорога. Учет затрат ведут отдельно на счете 08, субсчет «Расходы на строительство временных сооружений», а при сдаче объекта и вводе в эксплуатацию списывают на счет 08, субсчет «Объект строительства».

Следует учесть, что если выбран третий вариант учета, и характеристики временной дороги соответствуют критериям признания основных средств, то возможна ситуация, когда стоимость временной дороги не будет включена в налогооблагаемую базу по исчислению налога на имущество, что влечет за собой определенные налоговые риски.

Иногда при строительстве нескольких капитальных объектов встает вопрос о распределении затрат на строительство временных дорог отно-

сящихся сразу к нескольким капитальным объектам. В такой ситуации вариант распределения никак не регламентирован нормативными актами, поэтому не зависимо от выбранного варианта учета (отнесение затрат на капитальный объект посредством амортизации или единовременное списание) распределять такие затраты можно основываясь на любое экономически аргументированное основание, например, сметная стоимость капитальных объектов. В случае отнесение затрат на возведение временных дорог на капитальный объект посредством амортизации распределению подвергаются начисляемые суммы амортизации

Как правило, после окончания сооружения основного объекта временные дороги подлежат ликвидации. После чего могут остаться возвратные материалы, конструкции, подходящие для последующего использования, они в обязательном порядке должны быть поставлены на учет заказчика, и подтверждены актом об оприходовании материальных ценностей, форма № М-35 [3].

Если временные дороги идентифицировались как основные средства, то оприходование остаточных материалов оформляется проводкой: Дебит 10 – Кредит 91 «Прочие доходы и расходы», а сама ликвидация подтверждается актом о списании объекта основных средств, форма ОС-4 [4].

В том случае если временные дороги учитывались, как МПЗ или включались в стоимость капитального объекта то при их ликвидации оприходование остаточных материалов должно быть отражено проводкой: Дебит 10 – Кредит 08. Для подтверждения данной хозяйственной операции организации уместно разработать собственную форму акта по ликвидации временных дорог, т.к. такая форма не разработана нормативными актами.

В результате проделанного анализа можно выделить основные проблемные моменты учета временных дорог. В-первую очередь это недостаток унифицированных форм документирования хозяйственных операций, а так же отсутствия четких правил по учету временных дорог. Выбирая наиболее удобный способ учета затрат на строительство временных дорог нужно учитывать множество факторов таких как стоимость объекта, срок полезного использования и срок пользования временной дорогой, а также намерения организации относительно этой дороги по окончании строительства главного объекта.

Литература:

1. Грибков А.Ю. Бухгалтерский учет в строительстве // Издательство «ОМЕГА-Л». – 2009 - с. 195-200.
2. Титаева А.В. Анализ финансового состояния предприятия // <http://books.titaeva.ru>.
3. Постановление Госкомстата России от 30.10.1997 г. № 71а.
4. Постановление Госкомстата России от 21.01.2001 г. № 7.

5. Постановление Госкомстата России от 11 ноября 1999 г. № 100.
6. Гражданский кодекс РФ.
7. Положение по бухгалтерскому учету долгосрочных инвестиций (утв. письмом Минфина РФ от 30.12.1993 N 160).
8. ПБУ 5/01.
9. ПБУ 6/01.
10. <http://www.consultant.ru>.

К. В. Казаченок

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Разбитная М. А.

ACCOUNTING IN SMALL BUSINESS ACCORDING TO IFRS

Малый бизнес является важной частью рыночной экономики. Такие предприятия нуждаются в государственной поддержке. Одной из мер является упрощение ведения бухгалтерского учета. В 2009 году был издан МСФО для малых и средних предприятий. Целью стандарта является предоставление упрощенного перечня учетных принципов, основанных на существующих МСФО и подходящих для малых, непубличных компаний.

Small business is an important part of the market economy. Such business needs government assistance. One of the actions is to simplify accounting. In 2009 there was the IFRS for small and medium enterprises issued. The purpose of the standard is to provide a simplified list of accounting principles based on existing IFRS and suitable for small, non-public companies.

Ключевые слова: Малый бизнес, бухгалтерский учет, МСФО

Key words: Small business, accounting, IFRS

In conditions of functioning market economy small business is the most abundant layer of smallholders, which largely determine the socio-economic and partly political level of development of the country. Small business is on the one hand producer of goods and services, and on the other - their direct consumer. Small organizations and individual entrepreneurs cover all areas of the market, the operation in which is unprofitable or inconvenient for large business. They are in the vicinity to the consumer and they can quickly respond to changes in demand and supply. Small business constitutes the most extensive network of companies operating mainly in local markets which are directly related to the mass consumer goods and services.

Small business is a very important part of the market economy which is indispensable to the country's development and the emergence of a wide middle class, constituting the basis of a strong society. Great amount of different resources is created and redistributed precisely in small business.

However, in today's economy, small business is facing with huge competition in the market of goods and services and with a number of organizational and production difficulties. In such market conditions, small business needs a support and protection by the State as a special economic entity.

One of the most significant measures of the state support for a small business is a simplification of accounting. Today the domestic legislation is rapidly reformed and Russian accounting standards are gradually being brought into line with international ones. Accounting staff in small business is low, often the role of chief accountant takes on himself the head. Therefore, the transition to International Financial Reporting Standards will be especially complicated for such enterprises. Moreover, the main purpose of accounting is to provide information to interested users. In a small business there are not so much of them, as a rule, they are the owner himself or banks. Therefore, the simplification of accounting for small business is a logical and necessary way.

The International IASB became interested in this problem. In 2005 the discussion of a single simplified standard for small business began, and after a long and hard work in 2009 was issued the “IFRS for small and medium enterprises”.

The main purpose of the standard is to provide a simplified and autonomous list of accounting principles based on existing IFRS and suitable for small, non-public companies. Preparing financial statements in accordance with IFRS requires a large complexity and high costs. Significant simplification of accounting principles proposed by this standard reduces the cost of reports and is really important for small business. Moreover, the lack of competence and professional skills of accountants working in small business, can bring a significant reduction in the reliability of the small company's financial statements, prepared according to IFRS. Having a single and simple standard make their work easier and increase the prevalence of international standards.

The standard provides a number of simplifications for small enterprises. For example, this applies to accounting of fixed assets. For these purposes, there are only two methods - the historical cost net accumulated depreciation and impairment losses of fair value. Accounting of revaluation is forbidden and changes in useful life or depreciation method are possible only in conditions of substantial changes [1, c.12].

For assessing an investment property standard provides only fair value. Evaluation by cost is prohibited.

In order to simplify accounting of borrowing costs, the standard provides their recognition as an expense of the period. In this case purposes of using borrowed funds are not relevant [2, c.111].

Regarding the requirements for providing information, an important simplification is that if the only reasons for the changes were gain or loss in the

period, payment of dividends, correction of mistakes of the past period or the change in accounting policy, the company may represent a single statement of comprehensive income and retained earnings instead of two separate statements: the statement of comprehensive income and statement of changes in equity.

So, the “IFRS for small and medium enterprises” is really convenient document for exploring international standards by small business. It is simply written and excludes all information that is unnecessary for small companies. It is hoped that according to conversion Russian standards to IAS this standard will not be ignored by our government and will have a great future.

Литература:

1. PricewaterhouseCoopers IFRS for SMEs Pocket guide – 2009 // <http://www.pwc.com/ifrs> – 2009 – С. 1-42.

2. Ernst&Young IFRS for small and medium-sized entities. A comparison with IFRS — the basics – 2010 // <http://www.ey.com/Publication/> - 2010 – С. 111.

Р. В. Ковальшин

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

д.э.н., профессор Конопляник Т.М.

ВНУТРЕННИЙ АУДИТ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Данная статья посвящена внутреннему аудиту, который играет значимую роль в управлении предприятием. Внутренний аудит дает информацию высшему звену управления организацией о ее финансово-хозяйственной деятельности, повышает эффективность систем внутреннего контроля, препятствующих возникновению нарушений и злоупотреблений, и подтверждает достоверность отчетов ее структурных подразделений.

This article focuses on internal audit, which plays an important role in enterprise management. Internal audit provides information senior management organization about its financial and economic activity, increases the effectiveness of internal control systems, preventing the occurrence of violations and abuses, and confirms the accuracy of the reports of its business units.

Ключевые слова: Внутренний контроль, цели аудита, независимость, важная роль, совершенствование управления, управление рисками, объективность, независимость, разнообразие структур.

Key words: Internal control, the audit objective, independent, important role, improving governance, risk management, objectivity, independence, diversity of structures.

Внутренний аудит проводится аудитором, состоящим в штате организации или специализированного подразделения организации (отделы

внутреннего аудита, контрольно-ревизионные отделы, аналитические лаборатории, отделы налоговых проверок).

Целями внутреннего аудита, как правило, являются: проверка состояния бухгалтерского и налогового учета, своевременность перечисления средств в бюджет и внебюджетные фонды, эффективность работы бухгалтерии, других экономических служб и т.д.

К основным характеристикам внутреннего аудита относят:

1. Независимость и объективность.

Независимость - в здесь понятие организационное, которое в большей степени определяется уровнем подчиненности службы внутреннего аудита в организации. Под объективностью понимается индивидуальные качества внутреннего аудитора - беспристрастность в оценках и выводах.

2. Совершенствование деятельности в организации.

Целью внутреннего аудита, как следует из определения, является совершенствование деятельности процессов в организации. Отметим: не выявлять нарушения, ошибки для последующих орг. выводов и наказаний, не написать отчет огромный отчет с сотнями трудновыполнимых рекомендаций, а увидеть и оценить риски, слабые и сильные стороны в работе организации и давать рекомендации, направленные на повышение эффективности систем и процессов.

3. Предоставление гарантий и консультации.

Сущность внутреннего аудита состоит в предоставлении гарантий, консультаций заказчикам (клиентам) внутреннего аудита. При этом сфера предоставления гарантий и консультаций за последние годы существенно расширилась и на сегодняшний день включает следующие области:

- ✓ Управление рисками;
- ✓ Внутренний контроль;
- ✓ Корпоративное управление.

Предоставление гарантий в данном случае есть объективный анализ аудиторских доказательств с целью осуществления независимой оценки и выражения мнения о надежности и эффективности систем, процессов и операций. Основное отличие консультирования от предоставления гарантий заключается в том, что в первом случае характер и объемы работ аудитора определяют клиент.

Функции внутреннего аудита

К функциям внутреннего аудита можно отнести такие функции как:

1. Проверка систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, мониторинг и разработку рекомендаций по улучшению этих систем;
2. Проверка бухгалтерской и оперативной информации, включая экспертизу средств и способов, используемых для идентификации, оценки, классификации такой информации и составления на ее основе отчетности, а также специальное изучение отдельных статей отчетности, включая детальные проверки операций, остатков по бухгалтерским счетам;

3. Проверка соблюдения законов и нормативных актов, требований учетной политики, внутренних регламентов, распоряжений и указаний руководства или собственников;

4. Проверка деятельности структур управления;

5. Оценка эффективности механизмов внутреннего контроля, изучение, оценка контрольных проверок в филиалах и прочих структурных подразделениях субъекта;

6. Проверка наличия, состояния и обеспечения хранения имущества субъекта;

7. Оценка эффективности и качества используемого программного обеспечения;

8. Специальные расследования отдельных случаев, таких как злоупотребления служебными возможностями;

9. Предоставление рекомендаций по устранению выявленных недостатков предложения по повышению эффективности управления.

В связи с тем, что понятие внутреннего аудита является новым для России, на всех предприятиях где введена подобная служба она является довольно разной, с разной структурой подчиненности, с разной степенью независимости. И акцентирует свои усилия на разных участках. В данной работе было рассмотрено наиболее общие и полные объяснение понятия внутренний аудит. С этой целью были рассмотрены основные разделы и характеристики понятия «внутренний аудит» такие как:

- Рассмотрены виды внутреннего аудита;
- Указаны цели внутреннего аудита;
- Определены функции внутреннего аудита

Все эти характеристики помогли нам получить полное разъяснение понятия «внутренний аудит».

В. В. Коршун

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»

к.э.н., доцент Гордеева М.А.

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Составление финансовой отчетности в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО) в настоящий момент предопределяется но-

выми экономическими условиями. В зависимости от целей составления финансовой отчетности по МСФО, предприятие разрабатывает методику формирования такой отчетности. Существует несколько способов составления финансовой отчетности по МСФО. Организации, принявшие решение о внедрении МСФО, могут привлекать стороннюю организацию или формировать финансовую отчетность своими силами. Параллельный учет в соответствии с МСФО и трансформация отчетности, составленной по РСБУ – два способа формирования финансовой отчетности. Трансформация – это процедура составления отчетности по МСФО путем корректировок отчетности по РСБУ, которую необходимо рассматривать как единую модель финансовой отчетности в соответствии с МСФО.

Today there are several reasons for companies to issue financial statements according to International Financial Reporting Standards (IFRS). The methods of preparation of financial statements are to be elaborated in compliance with the goals of applying international standards. There are several methods of issuing financial statements according to IFRS. The entities that decided to apply IFRS can choose of two different options: to get their financial statements done by the consulting or auditing firm or to prepare their financial statements on their own. The financial statements according to IFRS may be prepared on companies' own on two bases: the parallel accounting or the transformation of the statements. The transformation of the statements is the procedure of issuing financial statements under IFRS that involves recalculating existing statement items according to IFRS requirements. The transformation is to be studied as a compound model that provides the financial statements in compliance with IFRS as a result.

Ключевые слова: Международные стандарты финансовой отчетности, финансовая отчетность, трансформация учетных данных, параллельный учет, модель трансформации.

Key words: International Financial Reporting Standards, financial statements, transformation of accounting information, parallel accounting, model of transformation.

В начале 90-х годов прошлого столетия иностранные инвесторы и кредиторы высказывались, что бухгалтерская отчетность, составленная по российским учетным стандартам, непрозрачна и ненадежна, что она не отражает реального имущественного и финансового положения компании. В условиях глобализации экономики и стремительного развития бизнеса в России появилась острая необходимость сближения российских стандартов бухгалтерского учета с международными учетными правилами. В международных стандартах финансовой отчетности (МСФО) содержатся правила по ведению бухгалтерского учета и составлению отчетности, отвечающие мировым тенденциям развития экономики. На их основе могут быть разработаны национальные учетные стандарты, содержащие более детальные инструкции по учету отдельных объектов.

Причины, по которым российские предприятия начинают применять международные стандарты для подготовки отчетности, можно разделить на две группы:

- 1 Группа: внешние
 - требование российского законодательства (Закон №208-ФЗ);
 - требование иностранных инвесторов.
- 2 Группа: внутренние
 - требование собственников, акционеров;
 - требование руководства.

В зависимости от причин внедрения МСФО на предприятии, можно сформулировать цель подготовки финансовой отчетности по МСФО для конкретной компании для последующего формирования методики составления финансовой отчетности.

Описание различных целей формирования финансовой отчетности по МСФО приведено в таблице 1. [8]

Таблица 1

Сравнительный анализ целей подготовки финансовой отчетности по МСФО

	Цели подготовки отчетности		
	Для внутреннего использования	Для привлечения кредиторов и инвестиций	Для доступа на мировые рынки капитала
Описание	Возможно отступление от некоторых принципов и требований МСФО. Таким отступлением, например, может быть составление только основных форм отчетности без дополнительных раскрытий обязательных по МСФО.	Также возможно отступление от некоторых принципов и требований МСФО, но их необходимо отразить в аудиторском заключении в виде оговорки. Отчетность компании будет названа «отчетность, подготовленная для специальных целей» и все отступления будут раскрыты в примечаниях к отчетности.	Необходимо строгое соблюдение всех принципов и требований МСФО

Компания может формировать финансовую отчетность, также прибегая к помощи аудитора (консультанта) или своими силами (трансформация или параллельный учет) см. табл.2 [8].

В таблице 3 приведены основные критерии, оценив которые, предприятие делает выбор в пользу одного из способов подготовки отчетности по МСФО своими силами: трансформация или параллельный учет.

Таблица 2

Сравнительный анализ способов подготовки финансовой отчетности

	Аудитор/ Консультант	Силами компании (трансформация)	Силами компании (параллельный учет)
Плюсы	Делегирование проблемы Уверенность в качестве	Относительно невысокая стоимость Контроль за процессом	Короткие сроки подготовки отчетности Контроль за процессом Качество взаимоотношений с инвесторами
Минусы	Высокая стоимость Потеря контроля	Неуверенность в качестве	Более дорогой процесс внедрения Долгий процесс постановки учета

Таблица 3

Сравнительный анализ трансформации и параллельного учета

Критерии	Доводы в пользу трансформации	Доводы в пользу параллельного учета
Периодичность составления отчетности	Требуется полугодовая (годовая) отчетность, данные по МСФО не используются в системе бюджетирования и управленческого учета.	Позволит выпускать отчетность по МСФО так оперативно, как потребуется.
Степень детализации отчетности	Отчет по МСФО необходим лишь для представления в банк, материнской компании или акционеру.	Позволит видеть всю историю возникновения каждой цифры в отчетности, быстро получить разбивку какой-либо статьи отчетности по элементам, категориям.
Автоматизация систем учета	Систему трансформации можно построить на базе MS Excel даже в достаточно крупной группе компаний	Требуется внедрения ERP системы, ее интеграции с существующей программой, используемой для российского учета.
Наличие специалистов	Будет достаточно нанять одного специалиста, который либо сам будет выполнять трансформацию, либо курировать процесс составления отчетности сторонней организацией (аутсорсинг).	Потребуется штат специалистов по МСФО, так как система параллельного учета довольно трудоемка. Специалисты должны быть знакомы с выбранной программой автоматизации учета.
Профессионализм специалистов российской бухгалтерии	Меньшая нагрузка на российскую бухгалтерию, но качество и сроки составления отчетности по МСФО зависят от профессионализма и скорости закрытия книг по РСБУ.	Потребуется перевода специалистов российского учета на новую программу, реализующую учет в обеих системах стандартов. Возможно, потребуется дополнительное обучение работников.

Критерии	Доводы в пользу трансформации	Доводы в пользу параллельного учета
Структура группы компаний	Организации с простой структурой	Сложная структура, большая группа компаний
Наличие свободных финансовых ресурсов	Менее дорогостоящий метод	Более дорогостоящий метод

Рассмотрим более подробно процесс трансформации отчетности в соответствии с МСФО. Трансформация – это процедура составления отчетности по МСФО путем корректировок отчетности, подготовленной ранее согласно РСБУ. Трансформацию проводят на определенную, как правило, отчетную дату. [6] Представляется верным рассматривать процесс трансформации как единую модель, которая на выходе имеет финансовую отчетность, составленную в соответствии с требованиями МСФО (рис. 1). В случаях подготовки индивидуальной отчетности участника группы взаимосвязанных организаций по МСФО для целей последующей консолидации, модель трансформации должна быть единой для всех компаний группы, что снизит стоимость процедур по ее реализации. Сам процесс трансформации финансовой отчетности в соответствии с МСФО состоит из трех модулей, которые находятся в тесной взаимосвязи: стратегического, методического и прикладного.

Подготовительный этап составления отчетности по МСФО на стратегическом уровне включает следующие мероприятия:

- определение и ранжирование целей и задач представления внешней финансовой информации для нужд пользователей, не имеющих доступ к отчетам, отвечающим их информационным потребностям;

- декомпозиция стратегических целей и воплощение в методические положения учетной политики организации, составленной в соответствии с требованиями МСФО;

- классификация данных бухгалтерского учета и отчетности по группам в зависимости от возможных методов их корректировки данных РСБУ.

Методические аспекты процесса трансформации отчетности могут быть воплощены в следующих процедурах:

- оценка соблюдения организацией требований РСБУ при ведении учета и составлении бухгалтерской отчетности, в том числе с привлечением внутренних и внешних аудиторов;

- исправление выявленных искажений бухгалтерской (финансовой) отчетности, составленной по РСБУ;

- разработка и утверждение учетной политики и рабочего плана счетов в соответствии с требованиями МСФО;

- разработка учетных процедур в отношении объектов учета, по которым российские учетные стандарты в отличие от МСФО не регламентируют отдельных требований к представлению информации в финансовой отчетности.

После подготовительных работ и создания методического обеспечения процесса трансформации возможны практические действия по трансформации. Прикладной модуль включает следующие процедуры:

- сбор и анализ информации об активах, обязательствах, собственном капитале, доходах и расходах и движении денежных средств по данным аналитического и синтетического учета;

- ввод данных из оборотно-сальдовой ведомости, составленной по РСБУ, в листы по реклассификации отдельных видов активов, доходов, расходов и иных объектов учета и формирование дополнительных и корректирующих записей;

- перенос итоговых результатов реклассификации и корректирующих записей в общие листы трансформации, содержащие сведения об активах, обязательствах, капитале, доходах и расходах.

Итогом реализации предложенной модели будет являться финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с МСФО.

Литература:

1. Федеральный закон от 27.07.2010 N 208-ФЗ (ред. от 29.12.2012) "О консолидированной финансовой отчетности"
2. Приказ Минфина России от 25.11.2011 N 160н (ред. от 18.07.2012) "О введении в действие Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации" (Зарегистрировано в Минюсте России 05.12.2011 N 22501)
3. Постановление Правительства РФ от 25.02.2011 N 107 (ред. от 30.01.2013) "Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации"
4. Бабаев Ю.А., Петров А.М. Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО): Учебник. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. – 398 с.
5. Палий В.Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008 – 512 с.
6. Практический курс по трансформации отчетности. Урок первый // МСФО на практике. – 2012. - №4.
7. Шашкова Н. Трансформация или параллельный учет: что выбрать на практике. // МСФО на практике. – 2011. - №7.
8. Широкова Е. Как подготовиться к переходу на МСФО. // МСФО на практике. – 2011. - №7.
9. Официальный переход на МСФО в России с 2012 года в соответствии с Законом о консолидированной финансовой отчетности [Электронный ресурс] . URL: <http://www.ey.com/RU/ru/Issues/IFRS>

Д. В. Коршун
СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и
аудит в отраслях экономики»
к.э.н., доцент Смольникова Ю. Ю.

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ

В современной экономике лизинговые компании играют значительную роль. При этом очень важно иметь представление о реальном экономическом положении этих компаний, но возможностей существующей системы бухгалтерского учета не достаточно для отражения всей специфики деятельности лизинговых компаний. Лизинговым сообществом уже давно обсуждается вопрос о необходимости реформирования бухгалтерского учета лизинговых операций.

Lease companies are very important in modern economy. It's important to be aware of their true economic welfare, but the depiction of all peculiarities of the lease companies are almost impossible by the means of the existing accounting system. The lease society has discussed the necessity of reforming the accounting of lease processes for a long time.

Ключевые слова: Лизинг, отчетность, МСФО, основные средства, предмет лизинга, РСБУ, переоценка активов.

Key words: Lease, financial statements, IFRS, fixed assets, object of lease, Russian accounting standards, revaluation of assets.

Постепенно уходят в прошлое времена, когда отечественный лизинг находился на стадии зарождения, страдал от непроработанности законодательной базы и неосведомленности потенциальных клиентов относительно новой для них услуги. На сегодняшний день лизинг в России это мощная индустрия, вносящая свой весомый вклад в дело модернизации российской экономики.

На текущий момент многие предприятия переживают непростой период. Вступление во Всемирную торговую организацию значительно ужесточает требования к конкурентоспособности продукции. Необходимость скорейшего повышения качества продукции предъявляет особые требования к основным фондам предприятий. Между тем на вооружении многих предприятий стоит оборудование, оставшееся еще со времен Советского Союза, а иногда и старше. Решить создавшуюся проблему призваны различные схемы финансирования, в том числе и лизинг.

Лизинговые компании являются важным посредником между производителями и конечными пользователями продукции. Значение и роль лизинга трудно переоценить, так как лизинг помогает решить вопрос сокращения рисков инвестиций, оптимизировать способы приобретения имущества.

За последние двадцать лет объемы рынка услуг лизинга значительно выросли, но в последние годы в связи с общероссийским замедлением

экономического роста динамика значительно снизилась. По словам Дмитрия Ерошка, генерального директора «Сбербанк Лизинг» макроэкономическая конъюнктура вносит свои коррективы в развитие лизинговой отрасли, и существенного роста рынка в 2014 году не ожидается, в лучшем случае прогнозируется увеличение не более чем на 3-5%. В условиях замедления темпов роста российской экономики, лизинг представляется более эффективным способом финансирования в сравнении с традиционным кредитованием, поэтому очевидно, что такой вид финансирования будет накапливать потенциал в качестве выгодного и надежного инструмента модернизации основных фондов предприятий. При этом выгодного как для коммерческих, так и государственных организаций.

Постоянная заинтересованность в финансовом положении компаний лизингодателей со стороны кредиторов, страховщиков, инвесторов и прочих, обуславливает повышенный интерес к отчетности этих компаний. Остановимся на данном вопросе подробнее.

Уникальность и особенности лизинговой деятельности определяют специфику финансовой отчетности лизинговых компаний.

На сегодняшний момент нет общепринятых видов отчетности, учитывающих специфику деятельности лизинговой компании, позволяющих оценить ее специализацию по видам передаваемого в лизинг имущества, отраслевой направленности. Без привлечения дополнительной информации анализ и оценка финансового состояния лизинговой компании значительно затруднены. В какой-то степени эту проблему решает составление отчетности по МСФО, но далеко не все лизинговые компании составляют отчетность в соответствии с требованиями МСФО, а отражение лизинговых операций по РСБУ отличаются своей неоднозначностью.

Итак, в чем же заключается неоднозначность бухгалтерской отчетности лизинговой компании, составленной в соответствии с РСБУ.

Рассмотрим формирование отчетности при использовании двух различных методов отражения лизинговых операций.

Метод №1

Отчет о прибылях и убытках лизингодателей, учитывающих имущество на своем балансе, включает показатели: выручку в сумме лизинговых платежей по договору; себестоимость, основной элемент которой составляет начисленная амортизация.

Выручка лизингодателей, после передачи предмета лизинга на баланс лизингополучателей, составляет комиссию лизингодателя за соответствующий период, а себестоимость включает расходы, связанные с исполнением обязательств по договору, за исключением амортизации.

При учете объекта лизинга на балансе лизинговой компании основными статьями актива баланса являются доходные вложения, дебиторская задолженность по оплате текущих лизинговых платежей, а статьями пас-

сива – кредиторская задолженность по займам и кредитам и кредиторская задолженность по полученным авансам от лизингополучателей.

Главным недостатком Метода №1 является искажение финансовой отчетности лизинговой компании. В большинстве лизинговых компаний в составе портфеля присутствуют как сделки, по которым объект лизинга учитывается на балансе лизингодателя, так и те, по которым он учитывается на балансе лизингополучателя. Различия в структуре статьей баланса существенно искажают информацию о бизнесе компании.

В результате, не обладая дополнительной информацией, практически не возможно адекватно оценить финансовое состояние компании и его изменение, особенно в случае учета имущества на балансе лизинговой компании.

Основным достоинством Метода №1 является простота использования и широкое распространения.

Метод №2

В рамках данного метода предполагается, что используя показатели балансовых и забалансовых счетов, бухгалтерская отчетность трансформируется в единый вид (стандарт). Единый вид (стандарт) предполагает, что показатели отчетности, свойственные лизинговым операциям при учете имущества на балансе лизингодателя, трансформируются в показатели, свойственные учету предмета лизинга на балансе лизингополучателя.

Основными недостатками Метода №2 являются требование дополнительного учета и настройки информационной системы и усложнение методологии учета лизинговых операций.

Основными достоинствами Метода №2 является наличие в отчетности лизинговой компании всей полноты информации о финансовом состоянии компании и приведение к единообразию отчетности лизинговой компании вне зависимости от того, на чьем балансе учитывается объект лизинга.

Данная методология требует подробного описания в учетной политике для целей бухгалтерского учета лизинговой компании.

Также серьезным недостатком данной методики учета является то, что отчетность, подготовленная с применением данного способа, может быть не подтверждена аудитом с точки зрения достоверности. В данном случае большое значение имеет то, для кого предназначена отчетность, т.е. целевой потребитель и его требования. Например, такая отчетность может быть использована для нужд собственников.

Переоценка обязательств и активов, которые выражены в иностранной валюте, является одним из сложных вопросов бухгалтерского учета лизинговых компаний. Особенно актуальна эта проблема для компаний, которые имеют довольно крупные обязательства в валюте и учитывают объекты лизинга у себя на балансе.

В соответствии с ПБУ 3/2006, утвержденным Приказом Минфина РФ №154н от 27.11.06, при составлении финансовой отчетности активы и обязательства, выраженные в валюте, подлежат переоценке (пересчету по курсу, действующему на отчетную дату).

В случае если лизинговое имущество учитывается на балансе лизинговой компании, переоценивается в основном задолженность компании по кредитам и займам и дебиторская задолженность по входящим лизинговым платежам. При этом активная часть баланса (предметы лизинга) выражаются в рублях и переоценке не подлежат.

Это существенно искажает показатели статей бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Таким образом, появляются искаженные данные о прибыли и убытках, которые не соответствуют действительному положению компании.

В случае учета лизингового имущества на балансе лизингополучателя возникает необходимость переоценки обязательств компании по кредитам и займам и дебиторской задолженности по договорам лизинга (состоящей в данном случае из задолженности по оплате текущих лизинговых платежей и задолженности по договору лизинга). Дисбаланс между активами и обязательствами в данном случае не столь велик.

На сегодняшний момент избежать описанных искажений в полной мере не возможно. Однако, представленный выше Метод №2 трансформации отчетности компании к единому виду (стандарту) может максимально минимизировать такие искажения.

Тема бухгалтерского учета у лизингодателя достаточно широко освещается в экономической литературе. Не смотря на это, эта область бухгалтерского учета все еще содержит значительно количество неясностей и противоречий. Реформирование системы бухгалтерского учета и постепенное сближение РСБУ и МСФО ставит вопрос о необходимости углубления знаний в области лизинга. Также назрела необходимость разработки нового бухгалтерского стандарта посвященного финансовой арене соответствующего современным требованиям.

Литература:

1. Федеральный закон от 29.10.1998 N 164-ФЗ "О финансовой аренде (лизинге)".
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 17 "Аренда".
3. Оксана В. Солнышкина, Алина А. Зубова. Финансовый учет и налогообложение лизинговых операций. Сравнительный анализ методик. Часть 1. – Издательство Политехнического университета; 2010.
4. Ковалев Вит. В. Учет, анализ и бюджетирование лизинговых операций: теория и практика. М.: Финансы и статистика, 2012.
5. Левкович А.О. Формирование рынка лизинговых услуг. М.: Издательство деловой и учебной литературы, 2011.

6. Зайчикова Е.В., Штейнман С.Р. Методология учета по МСФО: учет изменений условий договоров лизинга // Управление финансами и рисками в лизинговой компании, 2009, N 3.

7. Аналитические обзоры российского рынка лизинга. [Электронный ресурс] . URL: <http://www.raexpert.ru/researches/leasing/>

А. А. Лучкина

СПБГЭУ, программа «Учет, анализ, аудит»

к.э.н., доцент Васина И.Г.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЗАТРАТАХ НА ХОСТИНГ-УСЛУГИ

В статье рассмотрена проблема управленческого учета затрат на хостинг-услуги. Особое внимание уделено структуре себестоимости и учету ее составных частей на счетах бухгалтерского учета. На основе предложенной схемы формирования себестоимости разработана модель оценки эффективности деятельности компании на каждом ее этапе.

The article deals with the problem of managerial cost accounting of hosting. Particular attention is devoted to the cost structure and accounting of its component parts in the accounts. Based on the proposed scheme of forming cost a model of company's performance evaluation at every stage of cost.

Ключевые слова: затраты, себестоимость, оценка эффективности компании, учет затрат.

Key words: costs, cost, company's performance evaluation, cost accounting.

В настоящее время как у хостинг-провайдеров, так и в торговых предприятиях учет затрат ведется котловым методом, что не дает возможности определить эффективность реализации отдельных видов услуг. Хотя для качественного управления предприятием и быстрого реагирования на негативные изменения финансовых и аналитических показателей требуется мониторинг не только общих, но и специальных коэффициентов эффективности. Основным недостатком используемой системы учета затрат при этом является низкая информативность и аналитичность. В традиционной схеме учета затрат присутствует их распределение по статьям и элементам затрат, но большинство компаний не практикует использование группировки затрат на определенную совокупность однотипных услуг. Такая система учета не позволяет планировать и анализировать затраты на хостинг-услуги для их рационального распределения. Умелое же распределение данного рода затрат может быть рычагом воздействия на эффективное управление.

Все затраты на создание, продвижение и реализацию услуг распределены нами по сферам создания, продвижения, оказания торговой

услуги и управления хостинг-компанией. Формирование результата деятельности хостинг-провайдера представлено на рис. 1.

Такой порядок систематизации учетных информации о затратах позволяет рассчитать прибыльность создания, реализации и оказания услуг. Оценку эффективности деятельности компании на каждом этапе формирования себестоимости можно осуществлять с помощью формулы рентабельности, в основе которого «<...> лежит отношение прибыли <...> или к затраченным средствам, или к выручке, или активам» [2, с.414] (1):

$$\text{Рентабельность} = (P - C)/C, \quad (1)$$

где P – цена услуги

C – себестоимость на каждом этапе ее создания.

При этом показатель «Рентабельность» отражает, сколько рублей выручки будет получено на каждый рубль затрат, составляющих ту или иную себестоимость услуги. Таким образом, создается возможность определять доходность товаров с учетом той группы затрат, которые были произведены на изучаемом этапе создания, продвижения и реализации интересующей группы услуг.

Для текущего формирования данных о затратах можно использовать счета управленческого учета. Схема приведена на рис. 2. Основой для создания данной схемы послужила система аналитических данных, при этом также было предложено использование счета 47 «Реализационная себестоимость». По дебету данного счета предполагается формировать реализационную себестоимость услуг в организации, которая состоит из стоимости материалов, а также затрат, относящихся непосредственно к конкретной услуге и к отделу по ее созданию (цеху), а также к продвижению данной услуги на рынке хостинга. По кредиту счета 47 отражается полная стоимость оказанных услуг. По дебету 25 по субсчетам, по дебету 44 и 26 отражаются затраты, которые относятся к тому или иному этапу формирования себестоимости услуг, а также распределяются в соответствии с применяемыми в организации статьями затрат.

Косвенные затраты можно непосредственно отнести к тому или иному виду услуг, поэтому для полноты аналитических данных, данные расходы распределяются относительно однородных групп услуг, которые могут быть разделены на следующие:

- регистрация доменных имен;
- виртуальный хостинг;
- виртуальный выделенный сервер (VDS);
- выделенный сервер (VPS);
- коллокейшн (Colocated Hosting);
- создание и продвижение сайтов в сети Интернет.

Таким образом, предложенный порядок учета затрат позволяет не только рассчитать себестоимость продукции, но и определить ее на всех

этапах формирования услуги. Данный подход дает возможность для сравнения эффективности работы предприятия во всех сферах деятельности, а также позволяет быстро реагировать на изменения уровня себестоимости путем поиска его первопричины.

Литература:

1. Друри К. Управленческий и производственный учет. – 6-е изд.: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-Дана, 2007.
2. Скляренко В.К., Прудников В.М. Экономика предприятия: Учебное пособие. – 2-е изд. – М.: НИЦ Инфра-М, 2013. – С. 528.
3. Супрунова Е.А. Учет затрат и его связь с калькулированием себестоимости // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2010. - № 2. – С. 20-26.

С. А. Мартусевич

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
д.э.н., профессор Каморджанова Н. А.

ACCOUNTING OF ESTIMATED VALUES

Современная экономическая жизнь предъявляет новые требования к финансовой информации, и становится заметно, что традиционные учетные приемы имеют объективные границы. Данная работа посвящена исследованию теоретических и практических аспектов учета оценочных значений — концепции, открывающей новые возможности в бухгалтерском учете.

The current economic situation creates new requirements for the financial information and it becomes noticeable that traditional accounting methods have objective bounds. The given work is devoted to the research of theoretical and practical aspects of accounting of estimated values — the conception which opens new opportunities in accounting.

Ключевые слова: Бухгалтерский учет, оценка, принципы бухгалтерского учета, оценочные значения, оценочные обязательства, условные обязательства, оценочные резервы.

Key words: Accounting, estimation, accounting principles, estimated values, contingent liabilities, provisions.

Monetary estimation in accounting is a longtime matter of dispute among multiple specialists. Questions do not arise e.g. with the cash and bank accounting — such objects are disclosed in the statements at their nominal value. But in which way should be evaluated the other property of a company, such as land, labor, liabilities etc.? Let's consider the following example.

The company owns a shop of women's clothes and purchases a batch of 100 dresses, each by 300 pounds, which are planned to be sold at the price of 500 pounds. At the year end the company manages to sell only 90 dresses. Then

the accountant faces a question: how should be evaluated the remaining 10 dresses in the stock, which at the reporting date are already out of fashion? Therefore, at which value should the stocks be represented in the financial statements? The answers here can differ.

Accounting of estimated values refers to that conceptual level of accounting where each group of users related to the same fact of economic life states its own theoretical views and defends its interests by promoting some particular solutions. Such accounting has a high level of probability because to a large extent it is based on the professional judgment of the decision makers. In accounting estimated values represent approximately calculated amounts which are formed with the use of professional judgment in cases when there is no opportunity to justify the figures by documents.

Accounting of estimated values is caused by compliance with a number of accounting principles. They are described further.

Principle of matching implies that revenues and expenses of a company are registered in the period when they actually happen. As Vasily Bykov states, principle of matching can be compared with a bridge (or a light beam) between the data at the reporting date and at the date of providing the reports [8]. An important note here is that for the purpose of following this principle there is no requirement to follow juridical rules, such as having all the confirmative documents at the moment. What really matters is the well and correct-timed accounting, independent from attendant circumstances.

In the same way accounting of estimated values is determined by the full disclosure principle [10] which aims to avoid the possibility of selective registering of facts of economic life. Therefore, e.g. the absence of some documents is not a reason to skip accounting if the company definitely knows that the fact happened.

The timeliness principle in its turn takes care of the topicality, relevance of information. The value of the information for the user depends strongly on the time, when he receives it — the sooner the necessary information is provided, the more appropriate decision can be made. A proverb explains this situation as “a spoon is dear when lunch time is near”.

Another basic accounting principle is conservatism requirement. For accounting of estimated values this principle sets two important statements. On one hand, conservatism principle assumes that accountant should respect a certain level of accuracy when making the entries and therefore accounting of estimated values gets rather complicated by virtue of its inherent degree of subjectivity. On the other hand, conservatism principle means that revenues and assets of the company should not be over overstated, and expenses and liabilities understated. In practice this requirement is realized by forming provisions, e.g. provision for impairment of tangible assets, provision for impairment of financial investments, provision for doubtful debts etc.

Substance over form principle assumes that financial information is prepared not due to the form of the documents (legal shell) but on the base of the economic substance of the situation. The logic of the principle draws attention not to the documents received (or maybe not received) but to the situation itself, necessity of its analysis and comprehension. As a result, accounting process does not represent anymore a direct (unthinking) registering of documents, but due to the substance over form principle each figure in the reports is justified and estimated in economic way.

In light of all points described above it is important to remind about the principle of neutrality. According to this principle information is considered to be neutral if any private satisfaction of interests of a particular group of users was excluded during its preparation. From this side accounting of estimated values due to its level of subjectivity can cause contradictions with the neutrality principle as the figures can be evaluated in different ways.

In Russia accounting of estimated values is complicated due to established accounting traditions. As Jaroslav Sokolov noticed about our country, the existing accounting has totally gone into procedures of registering facts of economic life, while accounting has to include analysis as an integral part, that analysis which had been separated from accounting in our country long time ago. [7] However the development trends of Russian accounting system are held within harmonization with IFRS, and these standards are based on the statement that description of the company's financial situation is a matter of the accountant's professional judgment.

Currently accounting of estimated values in Russia is regulated directly or indirectly by the majority of standards. The main ones can be extracted in the following list:

- The Federal Law from 06.12.2011 No. 402-FZ "On Accounting"
- Standard 4/99 "Accounting reports of an enterprise"
- Standard 8/2010 "Estimated and contingent liabilities and assets"
- Standard 21/2008 "Changes in estimated values"

Several cases of estimated values are provided by Standard 8/2010. In this document Ministry of Finance describes accounting of obviously losing contracts, when the company cannot avoid bearing the loss from the contract and therefore in the financial statements it should disclose an estimated liability in the sum of estimated miss.

Another case appears during restructuring of a company. In accordance with the Labor Code of Russia, when the management of the company decides to reduce the staff due to restructuring it should inform the employees about upcoming changes. When the employees are informed and already expect certain compensations for the reduction, the company has a liability for these payments and therefore should disclose the estimated liabilities in its reports.

Russian accounting is special for its strong connection with taxation legislation. In many cases when the accountant has two alternative ways in accounting, one of which is allowed by tax authorities and the other one not, the accountant prefers the first option and makes a decision allowed both by accounting and tax legislation. Therefore Russian accounting of estimated values is quite often limited by tax rules. In accordance with the Russian Tax Code, the companies can create provisions for doubtful debts, for warranty service, for research and development activities, for repair of fixed assets, for payment of annual bonuses and some other reserves.

As for International financial reporting standards accounting of estimated values is mainly regulated by the following documents:

- IAS 8 “Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors”

- IAS 37 “Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets”

Many attitudes in Russian and international standards are similar, however there are many differences. For example, in accordance with IAS 16 “Property, Plant and Equipment” the initial value of a fixed asset includes among others the estimated cost of dismantling and removing the asset and restoring the site. This figure is an estimated value which forms the initial cost of a fixed asset on a par with actual expenditures. As for Russian GAAP, there is no option to include an estimated value in the cost of a fixed asset.

Another difference between Russian standards and IFRS concerns accounting of contingent liabilities. In both the systems such items are not registered in accounting, however in IFRS still one exception is allowed. Under IFRS 3 “Business Combinations” IASB states that when consolidated financial reports are prepared, the mother company despite IAS 37 should disclose a contingent liability (contingent consideration) at its fair value at the time of the business combination, even if the probability of assets retirement for its settlement is low. Such option is omitted in Russian GAAP [6].

In general IFRS are aimed at economic description of a company’s financial position, at promoting accounting based on understanding and evaluating every situation. On the other side, Russian accounting system still to a great extent represents a set of rules rather than a set of principles, which require strict implementation from an accountant. For this reason during a long time our colleagues were limited within available opportunities. However nowadays the rigid regulation of accounting methodology gradually becomes replaced by new trends and many companies already expect from accountants the skills in professional judgment and competence in accounting of estimated values. In the light of these changes it becomes very important to understand the conceptual base of accounting in order to defend the position and reason it in a proper way.

Literature:

1. The Federal Law from 06.12.2011 No. 402-FZ “On Accounting”
2. Standard 4/99 “Accounting reports of an enterprise”
3. Standard 8/2010 “Estimated and contingent liabilities and assets”
4. Standard 21/2008 “Changes in estimated values”
5. IAS 8 “Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors”
6. IAS 37 “Provisions, Contingent Liabilities and Contingent Assets”
7. In memoriam: Ярослав Вячеславович Соколов (1938-2010) / Сост. И.И. Елисеева, А.Л. Дмитриев. — 2- изд., испр. и доп. — СПб.: Нестор-История, 2012. — 508 с. СТР. 83
8. Быков В.А. Свет и тени бухгалтерской отчетности // Финансы и бизнес. 2008. N 3
9. Каморджанова Н.А. Бухгалтерская отчетность как информационная база управления социально-экономическими системами: монография / СПбГИЭУ. — СПб.: СПбГИЭУ, 2012. — 500 с.
10. Accounting Principles. URL: <http://www.accountingcoach.com/accounting-principles/explanation>

A. V. Nikolaenko

SPbUE, program «Account, the
Analysis and Audit in Economy Branches»
Prof. Ph.D Gulpenko K.V.

METHOLOGICAL ASPECTS OF THE ECOLOGICAL ACCOUNTING

The ecological account is of great importance for modern environmental management as is the main source of information on enterprise activity. The data containing in documentation have to be authentic for adoption of concrete administrative decisions by the management.

Keywords: account, ecological account, reporting, taxation, ecological function, payment for negative impact

The surrounding atmosphere is created by the nature and remains invariable during the last about 50 million years [2, p. 3]. In the last decades there are big changes of its structure, destruction of an ozone underlayer, transparency change, emergence of a smog, increase in its pollution by sulfur and nitrogen oxides, lead, mercury, cancerogenic and other substances. The cardinal solution of environmental problems possibly only at harmonious relationship of society, equipment and the nature.

To consider influence of the person on environmental management system from a position and negative influence it is possible in the presence of the organization of the account which it is mentioned in references, but the

problem of the organization of the accounting of expenses on ecological actions isn't opened fully. It is connected with that expenses can be considered from the different points of view and positions.

Now at accounting and reporting regulation ecological aspects are reflected somewhat irregularly, in the absence of explanations of registration terminology, a complex technique of greening of the account, requirements to disclosure in the reporting of ecological information. From there is a need of consideration of environmental issues of registration processes of the enterprises and the organizations.

We adhere to the point of view of those scientists which suggest to define the ecological account as the independent direction of the economic subject who will provide the account with the relevant ecological information which now doesn't have systematized character. In this connection it is necessary to develop system of the accounting of formation of expenses for environmental protection and cost indexes of interrelation of environment and economy for an assessment of ecological factors.

Defining object of activity, the enterprise should take ecological aspects into account. Regardless of its sort, any activity has impact on a state of environment. At the correct account, observance of normative legal acts ecological harm can be minimized. Expenses of the enterprise promoting reduction on ecological actions can be the measures connected with control of electricity consumption, waters, is warm, sorting of waste.

Control of a condition of ecology is considered as the economical and legal instrument of stimulation of nature protection activity for the purpose of increase of investment appeal and applied to justification of expediency of investments.

As a result of environmental pollution, major accidents and the accidents, unaccounted ecological requirements the investor is threatened by attraction to a civil liability.

Existence of the ecological payments which have arisen in the XX century at the enterprises began to be considered from a position of the ecological account.

This appearance of the account has specific features as it is inseparably linked with financial, management and tax accounting, and also contains the requirements provided by the legislation in various laws, connected with environmental management.

The main objective of the ecological account - to aim an enterprise management system at achievement of goals. Therefore it is the difficult system, uniting in itself(himself) various elements as establishment is more whole, planning, the account, control, the analysis, management of information streams and development of recommendations for ekologo-administrative decisions. The ecological account is intended for an assessment of ecological

factors and drawing up accounting ecological reports of the established form and content generally focused as on external, and internal users. Owners, creditors, investors, tax authorities, public authorities, etc. can use this information.

Studying of economic literature showed that the ecological account it is necessary to organize in the directions:

- the accounting of the capital investments directed on nature protection activity;
- the accounting of the current expenses connected with environmental protection and payments in system of environmental management;
- accounting for tax payments.

The accounting of capital investments has to be allocated in the analytical account for the corresponding ecological reporting. The current expenses treat: compensation of cost of objects by depreciation charge, the cost of the electric power used at functioning of object, costs of maintenance and repair of objects, and also payments for emissions of harmful substances in environment according to standards.

For the accounting of the expenses connected with ecological payments and taxes it is necessary to open accounts of the analytical account to accounts of production expenses.

The management ecological accounting is necessary by preparation of calculations of a payment for negative impact, regarding placement of waste, and also by reporting preparation. According to the Order indicators of waste are considered in tons, on the basis of the actual measurements of quantity of waste. Waste can be the most different: technological waste, office garbage.

For the organization of the account it is expedient to use the registration registers containing necessary information on types of waste in which it is specified: emergence of waste and their use, i.e. their utilization or other directions. At the level of the enterprise ecological account can be kept by means of existing standards of financial, tax and management accounting.

The ecological purposes and tasks have to be measurable and correspond to ecological policy, including obligations concerning reduction of emissions of greenhouse gases, prevention of pollution of bioresources, compliances to requirements of the legislation and consecutive improvement of ecological influence. The ecological program is structured on the ecological purposes and tasks, and includes the list of actions; expected results and control indicators; demanded resources; terms of performance of tasks; distribution of responsibility for achievement of the ecological purposes and tasks for functions and levels for which it is adequate, within the organization. The ecological account turns for the organizations into one registration process, and the reporting will contain information on ecological obligations.

Disclosure of information on nature protection activity of the enterprise in the reporting will help owners to estimate activity of managers, to provide broad public control, will promote formation of positive image of the organization and its high business activity. Reliability of the contents of reports, and also their qualities rely on the principles of comparability, a neutrality and accuracy. Information has to be full, exact and reliable. We believe that in the organization depending on the interested users whom owners are, employees of the organization it is necessary to make the operational reporting under the directions connected with nature protection activity and according to ecological payments it is necessary for management.

The tax accounting concerning environmental protection will contain information connected with payments in the budget, carried out according to legislative base. Taxes on environmental management are urged to form money for protection and reproduction of natural resources. In these taxes the right of the owner for receiving a part of profit from operation of each type of resources is exercised; they are established for the purpose of economic regulation of environmental management, stimulation of rational and complex use of different types of natural resources and environmental protection, restriction of superlimit use of natural resources.

With acceptance in 2002 of the Federal law of 10.01.2002 №. 7-FL "About environmental protection" it is indicated availability at a price of negative impact on environment.

Main objective of ecological payments – not replenishment of the state budget, and stimulation of the payer to positive, from the point of view of environmental protection, to behavior.

Achievement of the specified purpose caused statement and the solution of the following tasks:

- to define a place and value of a payment for negative impact on environment in system of nature-resource payments of the Russian Federation;
- to formulate problems of introduction of an ecological tax in the Russian Federation and to put forward suggestions for improvement of the tax legislation in the environmental protection sphere.

Functions of a tax and taxation function – similar, but nonidentical concepts. Function of a tax is understood as the direction of legal influence of norms of the tax right for the public relations possessing constancy, opening essence of a tax and the states realizing social appointment. The current legislation allows to allocate two main functions of a tax on Russian law: 1) fiscal function and 2) regulating function.

As the taxation is understood in total as process of establishment, introduction and collection of taxes and collecting, control of completeness and legality of their payment (tax control), protection of the rights and legitimate interests of participants of tax legal relationship so far as functions

of the taxation can be characterized as the main directions of a state policy in the tax sphere.

Ecological function of the taxation at the real stage of development of the Russian legislation is most obviously expressed in a legal mechanism of a payment for negative impact on environment as a main objective of legal regulation in this case is prevention (mitigation) of negative impact of economic activity of the person on environment [3, p. 9].

It is offered to enter classification of payments for negative impact by the following signs: on object of taxation; depending on intensity of ecologically harmful activity and degree of the damage caused to environment; on the basis of a legal regime of negative impact; on the basis of the ecological importance of the geographical region of pollution. The allocated classifications confirm the thesis about heterogeneity and difficult legal structure of a payment for negative impact that it is necessary to consider when developing standard model of an ecological tax [3, p. 10].

Literature:

1. Accounting reports as information base of management of social and economic systems: monography/N.A. Kamordzhanova [etc.]: – SPb.: SPbSUE, 2012. – 500 pages.
2. Vetoshkin A.G. Theoretical bases of environment protection: Studies. Grant/A.G. Vetoshkin. M 2008. 397 pages.
3. Evdokimov P. V. Legal bases of ecological function of the taxation. Abstract yew. on competition of a scientific degree PhD.Jur.Sci. of M. 2008.
4. Skvortsova I.V. Ekonomika and management of nature protection activity: учебн. grant / I.V. Skvortsova, O. V. Fedorets. – SPb. : Publishing house Politekhn. un, 2012. – 222 pages.

И. Р. Носкова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
к.э.н., доцент Разбитная М. А.

УЧЕТ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье дана краткая характеристика учета лизинговых операций на малых предприятиях и рассмотрены основные проблемы использования лизинга на малых предприятиях.

The short characteristic of accounting of leasing operations on small-scale enterprises, identify of the main problems using leasing on small-scale enterprises.

Ключевые слова: лизинг; малые предприятия; учет.

Key words: leasing; small-scale enterprises; accounting.

Под лизингом понимается получение арендатором, на основании трехстороннего договора с арендодателем и продавцом, во временное пользование (без выкупа или с выкупом) определенного имущества [1].

Необходимо отметить, что сложившийся рынок лизинговых услуг в нашей стране развит неравномерно: по регионам Российской Федерации: удельный вес количества лизинговых компаний в Европейской части РФ составляет 79,7%; на Урале и Западной Сибири – 14,9%, в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке – 5,4% [2, с.11].

Сегодня субъекты малого предпринимательства имеют не совсем выгодное положение на финансовом рынке и испытывают определенные трудности с привлечением кредитных средств, в отличие от более крупных заемщиков:

- наблюдаются частые отказы кредитных учреждений в предоставлении кредитов малым предприятиям;
- просматривается тенденция высоких процентных ставок по кредитам;
- на короткий срок предоставляются кредиты, которые недостаточны для организации производства на основе приобретаемого оборудования;
- при уплате процентов и основной суммы кредита кредитные учреждения не предоставляют отсрочки.

Лизинг же обеспечивает получение оборудования без полной его оплаты, а также, не используя крупные финансовые ресурсы, лизинг позволяет организовывать новое производство.

Выгода, получаемая лизингополучателем от приобретения оборудования в лизинг:

- применение ускоренной амортизации;
- уменьшение налога на имущество, так как наблюдается быстро уменьшаемая остаточная стоимость оборудования;
- лизинговые платежи включаются в себестоимость продукции (работ, услуг) лизингополучателя и это позволяет снизить налогооблагаемую базу по налогу на прибыль; при покупке оборудования за счет полученного кредита выплата процентов за пользование финансовыми ресурсами более чем наполовину, осуществляется за счет прибыли предприятия, остающейся после налогообложения.

Известны случаи, когда на практике заключались договоры с лизингополучателем, на приобретение продукции, которая была изготовлена на оборудовании, переданном в лизинг, или с учетом расчетов по лизинговому договору в натуральной форме. Малые предприятия, которые испытывают затруднения в сбыте продукции, могут использовать данную форму лизинга.

Бухгалтерский учет операций по договору лизинга регулируется приказом Минфина РФ №15 от 17.02.1997 г. (в ред. Приказа Минфина РФ от 23.01.2001 N 7н) [3].

По условиям договора лизинга имущество может учитываться либо на балансе лизингодателя, либо лизингополучателя.

Если по условиям договора лизинговое имущество учитывается на балансе лизингополучателя, то стоимость лизингового имущества, отражается у лизингополучателя по дебету счета 08 «Вложения во внеоборотные активы» субсчет «Приобретение отдельных объектов основных средств по договору лизинга» в корреспонденции с кредитом счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» субсчет «Арендные обязательства». При этом полная сумма НДС, подлежащая уплате лизингодателю, будет отражаться по дебету счета 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям» и кредиту счета 76 субсчет «Арендные обязательства». Затем стоимость поступившего лизингового имущества списывается с кредита счета 08 в корреспонденции со счетом 01 «Основные средства» «Арендованное имущество». С того момента, когда поступившее имущество приходится на счет 01 «Основные средства», лизингополучатель начинает платить налог на имущество, но в базу налога на имущество лизингополучатель включает предмет лизинга по стоимости договора лизинга, а не по стоимости приобретения лизингового имущества.

В случае же, если договором лизинга предусмотрено отражение предмета лизинга на балансе лизингодателя, то лизингополучатель отражает лизинговое имущество на забалансовом счете 001 «Арендованные основные средства». Начисление лизинговых платежей отражается по кредиту 76 счета «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» в корреспонденции со счетами учета затрат: 20, 23, 25, 26 - при учете лизинговых платежей по имуществу, которое используется в производственной деятельности, счет 44 - по имуществу, которое используется в деятельности торговой организации, счет 91.2 - по имуществу, используемое в непроизводственных целях.

Несмотря на привлекательность лизинга, специалисты выделяют следующие проблемы его использования субъектами малого предпринимательства:

- низкий уровень кредитоспособности предприятий;
- высокая стоимость и трудности получения долгосрочных кредитов;
- зачастую высокая залоговая стоимость оборудования, являющегося предметом договора.

В целом же малым предприятиям выгоднее использовать лизинг, нежели кредитование. Так как кредитование порождает весомые отчисления из доходов малых предприятий в кредитующие организации, то за неимением средств, малые предприятия все больше обращаются в лизинговые компании. Поэтому вопросы учета лизинговых операций на малых предприятиях требуют повышенного внимания.

Литература:

1. Федеральный закон о финансовой аренде (лизинге) (с изм., внесенными Федеральным законом от 23.12.2003 N 186-ФЗ)
2. Лукьянова Н.В. Виды лизинга и динамика его развития в Российской Федерации // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2013. – №0421200034.
3. Приказ от 17 февраля 1997 г. N 15 Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга (в ред. Приказа Минфина РФ от 23.01.2001 N 7н).

А. А. Папунина

СПбГЭУ, магистерская программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., профессор Гульпенко К. В.

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОБОРОТНОЙ СТЕКЛОТАРЫ

В статье освещены проблемные вопросы учета оборотной стеклотары, возникающие при создании эффективной системы сбора для повторного ее использования и переработки сырьевой бутылки и боя. Предлагается использование залоговой стоимости на тару как инструмента повышения оборачиваемости. Рассматривается бухгалтерский учет движения тары по залоговым ценам.

The article highlights the urgent issues of glassware circulation accounting which arise at the creation of an effective system of collecting the glassware for its reuse and recycling of raw bottle and breakage. It is suggested to use the glassware's collateral value as a tool for circulation increase. The accounting of glassware circulation at the guaranteed price is been considered.

Ключевые слова: учет оборотной стеклотары по залоговым ценам, залоговая стоимость как инструмент повышения оборачиваемости.

Key words: accounting of glassware circulation at the guaranteed price, collateral value as a tool for circulation increase.

В современном мире двумя важнейшими глобальными задачами, касающимися всего человечества, являются забота об экологии и сохранение ограниченных природных ресурсов. Одним из путей решения этих задач является создание системы рециклинга, под которым понимается повторное использование, переработка и возвращение в оборот отходов. Частью системы рециклинга вторсырья является система сбора и повторного использования стеклотары, а также сбора и переработки некондиционной бутылки и стеклобоя как вторсырья при создании новой продукции. Эти два направления рециклинга взаимосвязаны и должны рассматриваться одновременно.

При создании эффективной системы сбора и повторного использования вторичной стеклотары сразу возникают проблемные вопросы бух-

галтерского учета операций с тарой. От того, каким образом будет построена эта система, какие методы будут выбраны для улучшения эффективности ее функционирования, зависит и бухгалтерский учет хозяйственной деятельности экономических субъектов, задействованных в ней. При этом применяются различные методы улучшения эффективности. Одним из предлагаемых методов является введение залоговой стоимости на бутылку. Эффективность здесь рассматривается с точки зрения количественного критерия, с помощью которого измеряется оборачиваемость стеклотары, а залоговая стоимость является инструментом повышения оборачиваемости.

Рыночная цена на стеклотару, обусловленная спросом и предложением, настолько низка, что не может обеспечить эффективный сбор стеклотары и заинтересовать даже беднейшие слои населения. Введение высокой залоговой стоимости на тару повысило бы материальную заинтересованность в сдаче тары с целью вернуть залог, что в свою очередь позволило бы поднять процент оборачиваемости вторичной стеклотары, что способствовало бы сокращению нагрузки на экологию из-за мусора и более рациональному использованию ограниченных природных ресурсов. В большинстве стран Европейского союза законодательно установлена залоговая стоимость тары, которая в обязательном порядке взимается при покупке напитка и возвращается при сдаче бутылки в пункт приема, который обычно расположен в магазине. Для введения залоговой стоимости в России необходима разработка законодательной базы, которая даст возможность регулирования правовых вопросов, которые возникают между различными агентами, взаимодействующими в «открытой системе» рециклинга вторичной стеклотары. Под открытой системой здесь понимается система с неограниченным количеством агентов, взаимодействующих друг с другом на рынке вторсырья – юридических и физических лиц. Для открытой системы движения тары не подходит договорное регулирование правовых отношений, касающихся залоговой тары, которое принято в замкнутой системе движения тары «поставщик ↔ покупатель». В договоре между поставщиком и покупателем может быть указано условие о том, что за многооборотную тару поставщик взимает с покупателя залог сверх стоимости стекла, который возвращается покупателю после возврата всей порожней тары поставщику в исправном состоянии. Если покупатель по каким-то причинам не вернет тару поставщику, то залоговые суммы, величина которых также указывается в договоре, остаются у последнего в качестве компенсации утраченного имущества. Залоговая цена возвратной тары, как правило, превышает расходы на ее приобретение. Залоговые цены устанавливаются организацией самостоятельно, дифференцированно по видам тары.

Действующая методика учета залоговой тары предусматривает движение тары от поставщика к покупателю и обратно по замкнутой схеме.

Необходимо адаптировать существующую методику учета залоговой стоимости на тару либо разработать новую, которая позволит учитывать движение тары по залоговым ценам внутри открытой системы. Действующая методика учета залоговой тары опирается на два нормативных документа: ПБУ 5/01 «Учет МПЗ» [1] и Методические указания по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов: Приказ Минфина России от 28.12.2001 N 119н [2].

В статьях 182-185 пятого раздела методических указаний предложена методика учета операций с тарой, обращающейся по залоговым ценам. При отгрузке продукции в таре, учтенной по залоговым ценам, стоимость тары отражается в расчетных документах отдельно по залоговым ценам и оплачивается покупателем сверх стоимости затаренной в нее продукции. Методические указания рекомендуют покупателю полученную тару учитывать по залоговым ценам на субсчете «Тара и тарные материалы» счета 10 «Материалы» или субсчете «Тара под товаром и порожняк» счета 41 «Товары». У поставщика, реализующего продукцию в возвратной таре, операция по передаче такой тары не будет являться доходом и отражение операций в части залоговой стоимости тары осуществляется на 76 счете в корреспонденции со счетом 10 «Материалы» субсчет «Тара и тарные материалы» и со счетом 51 «Расчетные счета» в части расчетов по залоговым суммам. Но возможно использование и другой методики учета, основанной на утверждении о том, что поскольку полученная тара не является собственностью покупателя, то более целесообразно учитывать ее на забалансовом счете 002 «Товарно-материальные ценности, принятые на ответственное хранение». На дату возврата указанной тары поставщику происходит списание стоимости тары с забалансового счета.

Особой проработки требует вопрос, как следует учитывать тару, не возвращенную поставщику, в бухгалтерском и налоговом учете, ведь в системе рециклинга открытого типа не вся тара попадет обратно на завод. В ст. 185 методических указаний указано, что «в случае невозвращения покупателем поставщику залоговой тары сумма залога за эту тару не возвращается. Поставщик относит указанную сумму залога на финансовые результаты как операцию дохода» [2].

Если в замкнутой системе «поставщик ↔ покупатель» точно известна дата, когда тара по определенной поставке должна быть возвращена, после которой сумма залога должна быть признана у поставщика в составе дохода и проведена операция реализации, доначислен налог на прибыль и НДС, то при движении тары в системе открытого типа сложно определить, когда и будет ли возвращена данная тара поставщику, соответственно перед налоговыми органами будет сложно доказать отсутствие получения дохода по операциям с тарой и обоснованность ведения расчетов на 76 счете. Поэтому в данной ситуации следует отражать эту операцию как

реализацию с использованием счетов продаж и расчетов с покупателями и заказчиками.

При создании эффективной системы рециклинга оборотной стеклотары можно было бы возложить функцию сбора вторичной тары на магазины. Крупные торговые сети, работающие напрямую с пивоваренными заводами, могли бы собирать у населения и поставлять обратно на заводы стеклотару, получая при этом уплаченный ими ранее залог за тару. Успешный проект по введению залога на тару был реализован локально на публичных мероприятиях разных масштабов (Праздник корюшки 2010, СПб, 15-16 мая 2010 г., Пустые холмы 2010, Калужская область, 8-14 июня 2010 г. Фестиваль «KUBANA» 1-7 августа 2013 г. и др.) и доказал, что при введении залоговой цены на стеклотару, равной 10 рублям, до 70% пустых бутылок были сданы обратно. Это доказывает эффективность залоговой стоимости как инструмента повышения оборачиваемости многооборотной тары и необходимость разработки новой методики учета залоговой стоимости с учетом новых задач, которые перед ней будут поставлены.

Второе направление рециклинга стеклотары – это ее переработка и возвращение в оборот в качестве новой продукции. Те же проблемы, что и при повторном использовании бутылки, наблюдаются и здесь: отсутствие системы сбора стеклобоя и некондиционной бутылки, низкая рыночная стоимость сырья. Проблема создания эффективной системы сбора стеклотары как вторсырья для переработки является актуальной, что повлечет за собой появление новых проблемных вопросов бухгалтерского учета. Предприятия, занимающиеся сбором стеклотары, не всегда на этапе приобретения запасов могут оценить, будут ли они квалифицированы как оборотная тара либо как вторсырье, которое должно быть реализовано на стекольные заводы для переплавки и создания новых бутылок. Очень часто встречаются ситуации боя тары при транспортировке, хранении, появления отходов в результате пересортировки. Это подразумевает то, что часть стеклотары, непригодная для повторного использования, квалифицируется как стеклянный бой. Для бухгалтера это означает появление новой номенклатуры, которую требуется поставить на приход. При этом возникают вопросы смены единицы измерения, определения стоимости новой номенклатуры, по которой должны быть оприходованы ценности.

Помимо проблемы количественной оценки, т.е. перевода из штук в весовые единицы измерения еще одним проблемным вопросом является стоимостная оценка запасов при смене номенклатуры. ПБУ 5/01 указывает, что мы должны принять товарно-материальные ценности по фактической себестоимости. В случае приобретения запасов за плату фактической стоимостью признается «сумма фактических затрат организации на приобретение, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов» [1;88]. Но бухгалтер не может оставить ту стои-

мость, по которой когда-то приобреталась бутылка, так как ее рыночная стоимость не соответствует рыночной стоимости стеклобоя, и признание в учете боя по себестоимости бутылки исказило бы финансово-хозяйственное положение предприятия. Согласно международным стандартам запасы должны оцениваться по наименьшей из двух величин: по себестоимости, определяемой исходя из фактических затрат, или по чистой цене продажи [3]. В данной ситуации наименьшей величиной будет продажная цена. Определение понятия чистой продажной цены содержится в МСФО (IAS) 2: это «расчетная продажная цена в ходе обычной деятельности за вычетом расчетных затрат на завершение производства и расчетных затрат, которые необходимо понести для продажи» [3]. В настоящий момент разработан, но пока остается неутвержденным проект нового ПБУ 5 «Учет запасов», в котором предусмотрена оценка запасов по наименьшей из двух величин.

Литература:

1. ПБУ 5/01: Утверждено Приказом Минфина России от 09.06.2001 N 44н //26 положений по бухгалтерскому учету. – М: Проспект, 2013. – С. 87 - 91
2. Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету материально-производственных запасов: Приказ Минфина России от 28.12.2001 N 119н (в ред. 24.12.2010). - <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=111057>. – [Электронный ресурс]
3. МСФО (IAS 2) «Запасы». Приказ Минфина России от 25.11.2011 N 160н .- <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=147859>. – [Электронный ресурс]

С. А. Попова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
к.э.н., профессор Гульпенко К.В.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ПОРТОВЫХ СБОРОВ У СУДОВЛАДЕЛЬЦЕВ И В ПОРТАХ

Порт Санкт-Петербург является крупным транспортным узлом. Все большее количество грузов идет в контейнерах, поэтому для расчетов портовых сборов взят контейнеровоз Norderoog. Бухгалтерский учет сборов имеет характерные особенности и проблемы. Либо необходимо рассматривать портовые сборы как налоговые платежи и применять нормы административного права, либо учитывать их в качестве выручки от реализации услуг порта и рассматривать их в разрезе гражданских правоотношений.

Port of St. Petersburg is a large junction of different transport modes. Most cargoes are transported in containers, so container ship Norderoog was taken as an example. Port

charges have specific characteristics and problems. Either is should be considered that port charges and taxes refer to the rules of administrative law, or we should consider them as revenue from the selling of port services and refer them to the context of civil relations.

Ключевые слова: морской транспорт, портовые сборы, бухгалтерский учет, судовладельцы.

Keywords: maritime transport, port charges, accounting, shipowners.

Морской транспорт является неотъемлемой частью современной инфраструктуры. В таком крупном городе, как Санкт-Петербург, предприятия, так или иначе связанные с данным видом транспорта, составляют немалую долю всего бизнеса.

Большой порт Санкт-Петербург имеет свои особенности. К сожалению, он не относится к крупнейшим мировым портам, так как может обрабатывать суда с максимальной осадкой 11,5 метров [3]. Современные океанские суда имеют осадку в среднем 13-15 метров.

Все большую популярность приобретают контейнерные грузы по причине их удобства и универсальности. Основными грузовыми единицей является TEU (twenty-foot equivalent unit) — контейнер длиной 20 футов, а также 2TEU — соответственно сорокафутовый контейнер. Суда, обрабатываемые в Санкт-Петербурге, могут перевозить примерно 500-550 контейнеров.

Несколько судоходных компаний (в том числе и российских) организовали фидерный сервис RFS (Russia Finland Service), благодаря которому грузы могут направляться до крупных европейских портов (например Гамбург, Роттердам, Зебрюгге) для перевалки на океанские суда. Эти суда обслуживаются на нескольких терминалах (например, Первый Контейнерный терминал, Петролеспорт).

Рассмотрим, как в бухгалтерском учете отражается судозаход в порт Санкт-Петербург. Сразу отметим, что в данной статье мы не будем рассматривать оплату погрузо-разгрузочных работ, потому что плательщик зависит от условий договора и изначально включены в ставку (например, LIFO – liner in, free out; LILO – liner in, liner out).

Возьмем за пример контейнеровоз Norderoog, относящийся к сервису RFS. Основной характеристикой, необходимой для расчетов, является валовая вместимость. У судна Norderoog она составляет 15633 GRT (gross registered tonnes) [4].

Стоимость судозахода в любой российский порт зависит от размера и количества взимаемых портовых сборов. Они утверждаются приказом Федеральной службы по тарифам [2].

Рассчитаем размер сборов для судна Norderoog. Ставки взяты из вышеупомянутого приказа. Расчет приведен в таблице 1.

Корабельный сбор уплачивается при входе и выходе судна, поэтому для расчета необходимо применять двойной коэффициент. Также прика-

зом ФТС установлен коэффициент 0,8 для судов, которые работают на линиях. Поэтому в нашем случае применяем коэффициент 1,6.

Таблица 1

Наименование сбора	валовая вместимость	коэффициент	ставка, руб	всего
корабельный	15633	1,6	1,56	39019,968
канальный	15633	2	3,63	113495,58
лоцманский:				0
внутрипортовая проводка	15633	2,4	0,47	17634,024
внешнепортовая проводка	15633	43,2	0,077	52001,6112
маячный	15633	2	0,56	17508,96
навигационный	15633	1,6	3,84	96049,152
экологический	15633	1	1,81	28295,73
ледокольный:				0
летний период (01.05 — 30.11)	15633	1,6	4,04	101051,712
зимний период (01.12 — 30.04)	15633	1,6	10,07	251878,896
итого в летний период				465056,7372
итого в зимний период				615883,9212

Канальный сбор также взимается дважды, за вход и выход судна.

При расчете лоцманского сбора также применен понижающий коэффициент 0,8. Внутри порта судно заходит на два терминала (ПКТ и ПЛП), поэтому получается всего 3 операции. Внепортовая проводка рассчитана исходя из длины подходного канала в порту Санкт-Петербург — 27 миль.

Маячный сбор не имеет понижающего коэффициента. При уплате навигационного сбора, а также ледокольного такой коэффициент установлен.

По расписанию судно заходит в порт примерно 3 раза в месяц. [5]. Расходы судоходной компании велики. Но, к сожалению, качество услуг зачастую оставляет желать лучшего.

Исходя из самого понятия «портовый сбор», мы должны учитывать их на счете 68 «Расчеты по налогам и сборам». Однако в российском законодательстве существует большой пробел по данному вопросу.

Сама суть данных платежей должна состоять в том, чтобы поддерживать инфраструктуру конкретного порта и компенсировать расходы порта по обработке судов. Сохранились исторические названия некоторых платежей: корабельный должен идти на содержание портовых властей, а маячный – на расходы по эксплуатации не только маяков, но и бакенов, приемного буя, специальных знаков, определяющих правила движения судна в порту.

Приказом ФТС сборы подразделяются на обязательные и сборы за услуги, предоставленные в порту (лоцманский, экологический). Но эта классификация не отменяет обязанности уплаты судовладельцем всех платежей. Учитывается лишь то, что порт может применять административно-правовые меры к судам, не оплатившим обязательные сборы вовремя. Это может быть задержка судна на длительное время, а в некоторых случаях арест.

Такие меры логично применять к должникам по налоговым платежам.

В бухгалтерском учете на предприятиях, регулирующих деятельность портов, сборы поступают на счет 90 «Продажи», субсчет 90.1 «Выручка». Действительно, они являются доходами предприятия, а не государства. Соответственно, портовые сборы не относятся к налоговым платежам, и не должны регулироваться административными методами.

Каким же образом лучше рассматривать данный вопрос?

Идея состоит в том, чтобы перейти на более «рыночное» регулирование данных платежей. Не всегда ФГУП «Росморпорт» может реально оценить состояние портового оборудования и сооружений. С такой задачей легче справиться местным властям. Они и должны регулировать размеры сборов и цели использования поступивших денежных средств. Учет на счете 90.1 совершенно логичен.

Но судовладельцу в таком случае необходимо учитывать данные расходы на счете 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». Действительно, судовладелец платит за услуги, оказанные ему в порту.

Согласно пп. 23 п.2 ст.149 НК РФ [1] все виды портовых сборов не облагаются НДС. Данное утверждение предполагает, что российские судовладельцы не могут применять налоговый вычет. Его применение сократило бы расходы в порту. Все же издержки являются большими, о чем свидетельствует приведенный выше расчет.

При этом данный вопрос не должен регулироваться административным правом, а перейти в область гражданских правоотношений. Это даст возможность судовладельцам предъявлять претензии к портам по качеству оказываемых услуг.

Высказанная идея, при ее практическом применении, должна привести к возникновению рынка высокой конкуренции среди портов. Но, может быть, это и окажется толчком к повышению конкурентоспособности российских портов наряду с иностранными. Услуги вполне могут стать качественнее и дешевле, что привлечет не только российских, но и зарубежных судовладельцев к использованию именно российских портов для обработки больших грузопотоков.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ (с изменениями от 30.01.2014). – справочно-правовая система Консультант Плюс.
2. Приказ ФСТ России от 20.12.2007 N 522-т/1 (редакция от 04.05.2012, с изменениями от 30.04.2013) «Об утверждении ставок портовых сборов и правил их применения в морских портах Российской Федерации» (Зарегистрировано в Минюсте России 26.12.2007 № 10828). - справочно-правовая система Консультант Плюс.
3. Журнал «Эксперт» [Электронный ресурс] - <http://expert.ru/>
4. Карта в реальном времени – движение судов и позиции [Электронный ресурс] - <http://www.marinetraffic.com/>
5. Hanjin Shipping – официальный сайт линии Ханжин [Электронный ресурс] - <https://www.hanjin.com/>

К. С. Прасолова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Чекалина Е.В.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕХОДА НА МСФО

За последнее время на мировом рынке все больше усиливается процесс интернационализации хозяйственных связей и финансовых рынков, масштабы деятельности компаний расширяются. Применение международных стандартов финансовой отчетности российскими предприятиями облегчает встраивание национального финансового рынка в международный рынок капитала за счет использования его участниками общепринятого языка составления финансовой отчетности, оказывает положительное влияние на качество корпоративного управления и инвестиционную привлекательность российских предприятий, что и обуславливает актуальность и своевременность научного исследования.

The process of internationalization economical communications and financial markets is increasing now, the scale of the companies and their activities are expanding. Should be noted, that after International Organization of Securities Commissions (IOSCO) and European Commission decided to apply necessarily IFRS by all companies of European Union, whose shares are traded on markets, questions of using IFRS are relevant than ever. In Russia using of IFRS facilitates embedding of national financial market in international

capital market. It has a positive impact on quality of corporate management and investment attraction of Russian companies. That's why the issue of the research is actual and timely.

Ключевые слова: международные стандарты финансовой отчетности, российские стандарты бухгалтерского учета, составление финансовой отчетности.

Key words: International Financial Reporting Standards, Russian Accounting Standards, Financial Statement Preparation

Одним из главных вопросов для многих руководителей и главных бухгалтеров остается вопрос перехода на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО). МСФО применяется уже в более чем ста странах. Теперь и Россия пополнит этот список. МСФО признали в том виде, в котором они используются во всем мире. Как отмечают эксперты, никакого русифицированного варианта не будет. Поскольку любое отступление может негативно сказаться на отечественном бизнесе.

Еще недавно компании могли свободно выбирать применять МСФО или пользоваться российскими стандартами бухгалтерского учета (РСБУ). И стоит сказать, что 65% крупнейших отечественных компаний уже сейчас отчитываются по международным стандартам. Но раньше это было их правом, то теперь это обязанность. Начиная с 2012 года в силу вступил Федеральный закон № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности», что требует дополнительные разъяснения по вопросам перехода на эти стандарты. В свою очередь, в России действует 37 стандартов. Нет строгого условия, что отчетность должна быть составлена на английском языке, она может быть дублирована.

Первые отчеты по МСФО появились в 2013 году. Обязанность работать по новым правилам будет возложена на публичные компании, имеющие большое значение для экономики. К ним относятся банки, страховые организации, компании, размещающие свои ценные бумаги на бирже. А вот для компаний, выходящих на торги с акциями, новые правила вступили в силу в 2012 году. Если компания размещает облигации, стандарты становятся обязательными с 2015 года. К этому времени переход на МСФО должен быть полностью завершен.

Одной из особенностей отчетов, сформированных по международным стандартам, является содержание информации не только о самом юридическом лице, но и обо всех контролируемых им организациях. Это значит, что переход на новую систему сделает работу российского бизнеса более открытой и прозрачной.

По словам экспертов, переход на МСФО повлечет для всех за собой только выигрыши. Например, у предпринимателей появится возможность занимать деньги на рынке под более низкий процент, и российская экономика в целом получит приток так необходимых ей инвестиций. Акционе-

ры и инвесторы будут получать более полную информацию о финансовом состоянии компании. Ни для кого не секрет, что каждая компания стремится к выходу на иностранный рынок. Не стоит забывать и о возможности создания в России Международного финансового центра. Компаниям, которые уже начали применять МСФО, переход не принесет неожиданных сюрпризов, а тем, кто раньше этих правил не придерживался, придется тяжелее.

У российского бизнеса было достаточно времени, чтобы подготовиться к переходу на МСФО. В некоторых других странах реформа проходила по схеме: сегодня принимаем декрет, а завтра начинаем готовиться к его реализации. Россия пошла по другому пути: создалась база, инфраструктура, подготовили специалистов и лишь на завершающем этапе закрепили переход

В разработанной Концепции на среднесрочную перспективу определены направления, по которым следует развивать бухгалтерский учет и отчетность:

- 1) повышение качества информации, формируемой в бухгалтерском учете и отчетности;
- 2) создание инфраструктуры применения МСФО;
- 3) изменение системы регулирования бухгалтерского учета и отчетности;
- 4) усиление контроля качества бухгалтерской отчетности;
- 5) существенное повышение квалификации специалистов, занятых организацией и ведением бухгалтерского учета и отчетности, аудитом бухгалтерской отчетности, а также пользователей бухгалтерской отчетности.

Можно выделить следующие шаги к сближению с МСФО:

- 1) принят Федеральный закон от 27.07.2010 № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности»;
- 2) принято Постановление Правительства РФ от 25.02.2011 № 107 «Об утверждении Положения о признании Международных стандартов финансовой отчетности и Разъяснений Международных стандартов финансовой отчетности для применения на территории Российской Федерации»;
- 3) Приказом Минфина России от 02.07.2010 № 66н утверждены новые формы бухгалтерской отчетности;
- 4) Приказом Минфина России от 02.02.2011 № 11н утверждено новое ПБУ «Отчет о движении денежных средств».

Острым вопросом для финансовых подразделений российских компаний является нехватка хорошо подготовленных кадров в области МСФО.

Среди специалистов по международным стандартам еще мало тех, кто имеет практический опыт перехода на МСФО, а тем более тех специалистов, кто осуществлял переход на международные стандарты в определенной отрасли.

Не стоит ожидать от перехода на МСФО только отрицательных последствий и сплошных проблем. В каждой ситуации можно найти свои положительные стороны. В данном случае, в качестве плюсов для организаций можно выделить:

- 1) повышение прозрачности информации;
- 2) повышение информативности отчетности;
- 3) улучшение сопоставимости показателей;
- 4) увеличение возможности для анализа деятельности компании.

Ко всему этому переход на МСФО облегчит доступ к международным рынкам капитала.

Но, не смотря на все эти плюсы, Россия до сих пор полноценно не перешла на МСФО, как говорилось ранее. В чем кроется проблема?

Скорее всего, это связано с наличием множества факторов, препятствующих переходу, например такие, как:

- 1) трудности перевода МСФО на русский язык;
- 2) наличие различий в российских стандартах бухгалтерского учета и международных стандартах финансовой отчетности;
- 3) противоречивость российского законодательства;
- 4) нехватка квалифицированного персонала;
- 5) сопротивление руководства компании отражению полной и прозрачной информации в финансовой отчетности;
- 6) высокие затраты [4, с.48].

По мнению экспертов отчетность по МСФО позволяет заинтересованным пользователям оценить качество работы менеджмента компании и принимать экономически оправданные решения. Основными пользователями отчетности являются существующие и потенциальные инвесторы. Но в России основную группу заинтересованных пользователей пока составляют банки, финансирующие деятельность организаций, а также акционеры, которые понимают важность точной и надежной информации, отражающей экономическую сущность деятельности компании.

Ведение учета по МСФО в России интересно в первую очередь тем компаниям, которые пытаются выйти на мировой рынок и имеют в качестве акционеров зарубежные компании или физические лица либо хотят привлечь иностранные инвестиции.

Для ведения финансового учета МСФО является только инструментом, но каждая компания составляет отчетность в соответствии с требованиями руководства, владельцев, акционеров.

При решении перейти на МСФО, следует выбрать способ подготовки данных отчетности.

На практике существует два основных способа подготовки отчетности по МСФО:

1) трансформация данных российского учета в соответствии с МСФО;

2) параллельное ведение бухгалтерского учета по российским и международным стандартам.

У каждого способа есть свои плюсы и минусы. Рассмотрим каждый из них подробнее.

Невзирая на то, какой из методов выберет для себя компания, следует помнить следующее:

1) результат успешного осуществления параллельного учета или трансформации финансовой отчетности невозможен без полного взаимопонимания и сотрудничества специалистов компании с внешними специалистами, привлекаемыми руководством компании для осуществления подготовки отчетности в соответствии с МСФО;

2) в связи с тем, что методы осуществления процесса трансформации могут значительно варьироваться в различных компаниях в зависимости от их отрасли, рекомендуется вовлечение в процесс трансформации внутренних специалистов, работающих в компании, знающих специфику ее деятельности;

3) точность информации в большей мере зависит от знаний и умений специалистов, осуществляющих процесс трансформации финансовой отчетности, работа которых влияет на качество корректировок при подготовке финансовых отчетов.

Как бы руководители не старались оттянуть переход на МСФО, он неизбежен. Поэтому к нему следует подготовиться, чтобы он не был для нас «как снег на голову».

Переход на МСФО - сложный, неоднозначный процесс, который должен происходить в соответствии с темпами развития экономической реальности в России и соотноситься с готовностью действующей системы бухгалтерского учета и бухгалтеров-практиков к соответствующим новациям.

Говорить о том, что переход на МСФО понесет за собой кучу плюсов и минусов можно нескончаемо. Главным аргументом в пользу перехода к составлению отчетности на основании МСФО для российских компаний можно назвать - важным шагом на пути обеспечения открытости и прозрачности российских компаний, повышения их конкурентоспособности, снижения стоимости привлекаемых ими заемных средств [2, с.73].

В работе были рассмотрены многие плюсы и минусы перехода на МСФО.

Среди плюсов - повышение прозрачности, улучшение сопоставимости показателей и, как следствие, увеличение возможностей для анализа их деятельности и облегчение доступа к международным рынкам капитала.

К минусам можно отнести сложность перехода с РСБУ на МСФО, рост управленческих затрат на ведение параллельного учета по национальным и международным требованиям, а также трудности трансформации бухгалтерской отчетности.

Но все же плюсы перевешивают в большую сторону. Как будущий специалист в области бухгалтерского учета, хочу отметить, что переход крупных компаний на МСФО отразился на структуре рынка труда бухгалтерских и финансовых услуг: возросла потребность в специалистах по международным стандартам финансовой отчетности.

Конечно, принципиальный вопрос состоит еще и в том, каким именно образом должны быть внедрены МСФО в России. Одним из вариантов может быть, принятие международных стандартов как они есть, в той редакции, в которой они выпускаются Советом по МСФО. Данному пути придерживались многие англоязычные развивающиеся страны при переходе на МСФО.

Второй вариант может заключаться в принятии МСФО с возможностью их «ограниченной модификации». Тогда стандарты вступают в силу для компаний той или иной страны (или их объединения) только после их «согласия» соответствующим уполномоченным органом, который имеет право внести определенные изменения в текст, опубликованный Советом по МСФО. Такой вариант применяется, в частности, в странах ЕС.

Третий вариант - разработка национальных стандартов путем их максимально возможной гармонизации с МСФО, позволяющей своевременно вносить необходимые изменения по мере развития международных стандартов. Такого пути придерживается Китай и ряд других стран.

Концепция внедрения МСФО, предложенная Министерством финансов РФ и нашедшая свое отражение в законопроектах «Об официальном бухгалтерском учете» и «О консолидированной финансовой отчетности», выглядит достаточно последовательной.

Литература:

1. Электронный ресурс: Волкова О. Е., Дмитриева О. Ф., Соснин В. Н. Исследование «Перспективы и практика применения МСФО в России», Режим доступа:
2. Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (утверждена постановлением Правительства РФ от 06.03.1998г. №283).
3. Международные стандарты финансовой отчетности: финансовые инструменты. Практическое пособие по МСФО 39 // PricewaterhouseCoopers.

4. Черных И. Н. Международные стандарты финансовой отчетности: учеб. курс (учебно-методический комплекс) [Электронный ресурс] / И. Н. Черных, Моск. ин-т экономики, менеджмента и права; Центр дистанционных образовательных технологий. — 2010.

5. сайт www.gaap.ru.

О. Е. Петрова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., профессор Гульпенко К. В.

ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА РЕСТАВРАЦИЮ ОБЪЕКТОВ ИЗ КЕРАМИКИ

В статье рассматриваются проблемные вопросы калькулирования себестоимости реставрации керамики. Предлагается организовывать учет затрат по договорам в разрезе работ по реставрации и воссозданию керамики, а также составлять нормативные, плановые и фактические калькуляции по детализированным видам прямых и косвенных затрат.

The article deals with the problematic issues of cost calculation of restoration work on ceramic materials. It is proposed to organize the accounting of costs under contracts in the context of the restoration and re-creation of ceramics, as well as calculate normative, planned and actual costing under detailed types of direct and indirect costs.

Ключевые слова: калькулирование, носитель затрат, статьи калькуляции, реставрация, керамика.

Key words: cost calculation, cost driver, element of cost, restoration, ceramics.

Калькулирование представляет собой процесс определения затрат в денежной форме на производство единицы или группы единиц изделий [1, с.416]. Объективному и достоверному формированию себестоимости выполняемых реставрационных работ способствуют, с нашей точки зрения, следующие факторы:

- Сплошное документированное отражение фактов хозяйственной жизни предприятия и постоянство использования в течение отчетного периода методики учета затрат на производство и калькулирования себестоимости;
- Выбор научно-обоснованной классификации затрат, соответствующей конкретному производству;
- Выявление роли управления затратами как фактора повышения эффективности деятельности предприятия;
- Формирование надежной информационной базы, позволяющей впоследствии на ее основании принимать управленческие решения;
- Определение технических способов и средств измерения затрат;

- Возможности снижения затрат на всех этапах осуществления предприятием своей деятельности;
- Нормирование затрат в целях осуществления функции контроля;
- Управление затратами, соответствующее условиям работы предприятия.

Применительно к реставрации керамических изделий можно выделить следующие основные объекты реставрации – носители затрат, представленные на рисунке 1.



Рисунок 1. Объекты реставрации

Наиболее интересной и сложной с технологической точки зрения является реставрация облицовочной керамики, поскольку в ней собран опыт реставрации практически всех других видов керамических изделий. Существует несколько способов реставрации керамики. По особенностям технологического процесса выделяют реставрацию существующих изделий и воссоздание утраченных элементов. В зависимости от выбранной технологии состав затрат будет отличаться.

Если на объекте реставрации будут производиться работы консервативного и ремонтно-восстановительного характера, то за калькуляционную единицу целесообразнее принимать дм^2 развернутой поверхности. Это связано с тем, что на каждом отдельно взятом изделии, который подлежит реставрации, будет наблюдаться разная степень повреждений. В связи с этим, калькулирование себестоимости реставрации отдельного изделия очень тру-

доемко и экономически не обосновано. В этом случае вместо плановой калькуляции предлагается составлять локальные сметы на конкретный объем работ, подлежащий выполнению на объекте реставрации.

В случае воссоздания керамических изделий за калькуляционную единицу лучше брать штуки изделий – если воссоздаваемый объект носит единичный характер, например, утраченный элемент изразцовой печи, и партии – если воссоздается большое количество изделий, например, для фасадной облицовки.

Реставрация является материалоемкой отраслью, в связи с чем, необходимо уделять особое внимание учету материальных ресурсов и контролю над их использованием. Также реставрация отличается своей трудоемкостью. От квалификации и опыта трудовых кадров напрямую зависит успех реставрации.

Сложившаяся практика калькулирования затрат на реставрацию керамических изделий показывает, что наиболее распространенными статьями калькуляции являются указанные в таблице 1.

Таблица 1.

Типовые статьи калькуляции на реставрацию керамики

№ п/п	Группа затрат	Прямые производственные затраты	Косвенные производственные затраты	Косвенные непроизводственные затраты
1.	Материальные	<ul style="list-style-type: none"> - Чистящие средства; - Клеевые составы; - Докомпановочные смеси; - Эмали, глазури; - Гидрофобизаторы; - Крепежные изделия; - Гипс; - Пластилин; - Глина; - Драгоценные металлы; - Драгоценные камни и пр. 	<ul style="list-style-type: none"> - Реставрационный инвентарь; - Энергия на технологические цели; - Топливо на технологические цели; - Затраты на спецодежду и спец. оснастку и пр. 	<ul style="list-style-type: none"> - Компьютеры и прочее офисное оборудование; - Мебель; - Канцелярские принадлежности и пр.
2.	Амортизация	<ul style="list-style-type: none"> - Затраты не выделены 	<ul style="list-style-type: none"> - Печи; - Сушильные камеры; - Растворосмесители; - Производственные здания (помещения) и пр. 	<ul style="list-style-type: none"> - Плоттеры; - Серверы; - Широкоформатные сканеры; - 3D принтеры; - Фотограмметрические сканеры; - Здания (помещения) офиса и пр.

Окончание табл. 1

№ п/п	Группа затрат	Прямые производственные затраты	Косвенные производственные затраты	Косвенные непроизводственные затраты
3.	Оплата труда и отчисления на социальные нужды	- Реставраторы; - Керамисты; - Художники; - Модельщики; - Формовщики; - Ювелиры; - Монтажные работники; - Подсобные работники и пр.	- Начальник производства; - Технологи; - Инженеры; - Механики; - Обслуживающие работники и пр.	- Администрация; - Отдел бухгалтерии; - Сметный отдел; - Юридический отдел; - Отдел ПТО; - Проектный отдел и пр.
4.	Прочие	- Затраты не выделены	- Аренда оборудования; - Подготовка и организация работ; - Авторский надзор; - Услуги лабораторий и пр.	- Затраты на приобретение лицензий на программное обеспечение; - Обеспечение заявок на участие в закупочных процедурах; - Обеспечение исполнения обязательств по контрактам; - Услуги страхования объектов реставрации и пр.

Учет затрат на реставрацию керамики целесообразно организовывать в соответствии с каждым договором. В целях эффективного управления затратами реставрационного предприятия предлагается составлять нормативные, плановые и фактические калькуляции. Сведения нормативной калькуляции формируются на основании заключенных договорных смет, составленных в соответствии с действующим законодательством. Плановые калькуляции формируются на основании внутрифирменных нормативов и расчетов затрат. По завершению определенных этапов работ или всей работы по договору составляются фактические калькуляции, которые по своей экономической сути носят ретроспективный характер. Плановые и фактические калькуляции должны быть составлены в детализированном виде.

Информация о сопоставлении нормативных и плановых данных, накопленная предприятием в процессе своей деятельности, позволит внутренним пользователям информации определять потенциальную прибыль-

ность договоров, а также отдельных видов работ по ним, еще на этапе планирования сделки. В свою очередь, сопоставление данных плановых и фактических калькуляций позволит осуществлять функцию контроля и обратной связи.

Литература:

1. Шегурова В. П. Учет затрат и калькулирование себестоимости продукции в производстве пищевых продуктов / В. П. Шегурова, О. В. Коробкова // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 416-420.

Е. А. Преображенская

СПбГЭУ, программа «Бухгалтерский учет и аудит»

к.э.н., профессор Гульпенко К.В.

УЧЕТ ДОХОДОВ ТСЖ В РАМКАХ УСТАВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время средства массовой информации публикуют множество различных мнений по поводу ведения бухгалтерского учета в ТСЖ, что свидетельствует о наличии ряда проблем. До сих пор остается актуальным вопрос по учету поступлений в ТСЖ в рамках уставной деятельности, так как нет единого мнения. В данной статье мы рассмотрим, являются ли доходы целевыми поступлениями или стоит признавать их в качестве выручки от оказанных услуг.

Nowadays media publish many different opinions about accounting in landlord communities, that indicates being several problems. The problem of payment telling in landlord communities, in the frame of regulation activity, is still actual, as there isn't a concrete opinion. In this article we'll contemplate if these payments are purposive infows or we should consider them to be accommodated profit.

Ключевые слова: ТСЖ, целевые поступления, коммунальные платежи

Key words: landlord communities, purposive infows, utility payments

В деятельности ТСЖ поступления в рамках уставной деятельности подразделяются на:

- членские взносы, которые можно подразделить в свою очередь на:
 - вступительные – поступления от граждан предназначенные для покрытия расходов при создании товарищества и прием гражданина в члены товарищества;
 - текущие – периодически вносимые денежные средства членом товарищества на покрытие расходов, связанных с осуществлением деятельности товариществом, предусмотренной его уставом;
 - дополнительные - вносимые денежные средства домовладельцами для покрытия убытков.

- коммунальные платежи - текущие платежи на покрытие индивидуальных расходов домовладельцев по оказанным коммунальным услугам, услугам радиосвязи, телевидения и пр.;
- бюджетные поступления - денежные средства, поступающие из бюджета в виде субсидий для оплаты коммунальных услуг;
- прочие целевые поступления – прочие поступления, вносимые инвесторами, а также благотворительные поступления от физических или юридических лиц.

В отличие от коммерческих организаций, у которых определяется выручка от реализации, затраты, связанные с ней, а также определяют финансовый результат, в ТСЖ как некоммерческой организации при осуществлении деятельности в рамках устава подлежат учету целевые поступления и целевые расходы. Поступления в ТСЖ связанные с уставной деятельностью нельзя расценивать как доход, так как согласно ПБУ 9/99 доходами организации считаются поступившие активы (денежные средства, иное имущество), которые приводят к увеличению экономических выгод и (или) погашения обязательств, в связи с чем увеличивается капитал организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества). В ТСЖ поступившие денежные средства рассматриваются как целевые средства для ведения уставной деятельности, расход - погашение затрат.

В п. 1 ст. 3 Закона № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» указано условие для выполнения целевых программ некоммерческими организациями - иметь смету, рассчитанную на определенный период времени (месяц, квартал, год, несколько лет и т.п.).

Под сметой принято понимать индивидуализированный документированный финансовый план поступления и расходования денежных средств на финансирование расходов организации. Таким образом, смета доходов и расходов является основой для ведения уставной деятельности ТСЖ и, следовательно, организуют бухгалтерский учет. Смета утверждается общим собранием ТСЖ и предназначена для финансирования их деятельности в течение календарного года.

Общепринятая форма сметы доходов и расходов законодательно не установлена. Поэтому ТСЖ самостоятельно определяют статьи доходов и расходов сметы, планируют их размер.

Проблемной стороной в ТСЖ является признание поступления в ТСЖ от собственников многоквартирного дома (МКД) за содержание и ремонт жилого помещения, плата за услуги и работы по управлению МКД, а также платеж за коммунальные услуги в качестве целевых поступлений. Минфин РФ утверждает, что деятельность ТСЖ по содержанию и ремонту общего имущества в МКД, а также предоставление коммунальных ресурсов необходимо учитывать как оказание услуг гражданам, вхо-

дящих в состав ТСЖ и иным лицам. Это означает обязанность признания доходов в качестве выручки от реализации работ, услуг и соответственно принимать во внимание в налоговом учете. В этом случае поступления ТСЖ в бухгалтерском учете учитываются на счете 90 «Продажи». Минфин указывает это в Письме от 15.07.2011 № 03-11-11/185, что в соответствии с пп. 1 п. 2 ст. 251 НК РФ ТСЖ не отражаются при формировании налоговой базы только вступительные взносы, членские взносы, паевые взносы, пожертвования, отчисления на формирование резерва на проведение ремонта, капитального ремонта общего имущества членами ТСЖ.

Из Письма Минфина РФ делаем вывод, что только вышеперечисленные суммы можно признавать как целевые поступления и учитывать надлежащим образом. Все остальные платежи согласно ст. 249 НК РФ было предложено считать доходами от реализации оказанных услуг, то есть выручкой ТСЖ.

Минфин РФ допускает применение посреднической схемы в деятельности ТСЖ. Так, если договором предусмотрено обязательство ТСЖ закупать по поручению членов ТСЖ коммунальные услуги, услуги по обеспечению санитарного, противопожарного и технического состояния дома и придомовой территории, услуги по технической инвентаризации жилого дома, услуги по содержанию и ремонту жилых и нежилых помещений, услуги по капитальному ремонту жилого дома, то поступления от такой деятельности считаются выручкой в части посреднического, агентского или аналогичного вознаграждения, и учитываются в налоговом учете в порядке, предусмотренном пп. 9 п. 1 ст. 251 НК РФ.

С данной точкой зрения можно не согласиться.

Действующее законодательство устанавливает ТСЖ в качестве некоммерческой организации, как объединение собственников помещений в многоквартирном доме для управления комплекса недвижимого имущества в МКД совместно, обеспечения эксплуатации этого комплекса, владения и пользования и т.п. Согласно п. 1 ст. 137 ЖК РФ ТСЖ имеет право заключать договоры о содержании и ремонте общего имущества, об оказании коммунальных услуг и прочие договоры в интересах членов ТСЖ. Здесь ТСЖ выступает в качестве «некоммерческого посредника» [1, с. 56]. Посредничество не воспринимается в том смысле, которое понимается в Гражданском кодексе РФ. Из этого следует, что ТСЖ всегда и во всех ситуациях действует в интересах и по поручению собственников помещений в МКД. Фактом поручения является утвержденный перечень работ и услуг в смете доходов и расходов членами ТСЖ.

Основным источником финансирования уставной деятельности ТСЖ являются платежи собственников помещений. А так как ТСЖ выступает в виде некоммерческой организации с членами товарищества в границах правоотношений связанных с уставной деятельностью, то не могут воз-

никнуть вознаграждения за возмездное оказание услуг. Смета не предусматривает поступление активов в рамках уставной деятельности ТСЖ в качестве агентских. Она содержит доходы, которые выступают в качестве членских взносов, покрывающие расходы, которые должны произвести ТСЖ согласно уставу на содержание самого товарищества, например заработная плата и др. Данные затраты не признаются в качестве вознаграждения за посредническую деятельность. Финансовый результат ТСЖ не формируется из-за экономии средств по смете, так как ее дальнейшую судьбу определяет собрание собственников и только в соответствии с уставными целями ТСЖ.

В п. 2 ст. 151 ЖК РФ указаны основные и оборотные средства в ТСЖ:

- обязательные платежи, вступительные и иные взносы членов товарищества;
- доходы от осуществления хозяйственной деятельности ТСЖ, направленной на выполнение целей, задач и обязанностей товарищества;
- субсидии на обеспечение эксплуатации общего имущества в МКД, проведение текущего и капитального ремонта, предоставление отдельных видов коммунальных услуг и иные субсидии;
- прочие поступления.

Хотелось бы отметить, что в силу п. 5 ст. 155 ЖК РФ платежи членов товарищества, выполняемые в порядке, утвержденном органами управления ТСЖ, связанные с возмещением расходов на содержание, текущий и капитальный ремонт общего имущества, а также коммунальных услуг, приравнивают к обязательным платежам и взносам. В Жилищном кодексе объединены понятия «обязательные платежи» и «взносы». Обязательные платежи членов ТСЖ необходимо квалифицировать как взносы членов некоммерческой организации, то есть как целевые поступления, в том числе в части новой редакции пп. 1 п. 2 ст. 251 НК РФ.

Согласно плану счетов бухгалтерского учета поступления и расход целевого финансирования отражаются на счете 86 «Целевое финансирование». По кредиту счета 86 «Целевое финансирование» выделяют поступление целевых средств, а по дебету – списание средств.

Аналитический учет по счету 86 «Целевое финансирование» формируется таким образом, чтобы получить информацию по направлениям поступления средств:

- взносов домовладельцев на эксплуатационные расходы, коммунальные услуги;
- бюджетные поступления (субсидии на оплату жилья, дотации на содержание и ремонт, компенсация льгот по оплате жилья);
- прочие целевые поступления (спонсорские, благотворительные);
- доходы от прочей хозяйственной деятельности.

К субсчету 86-2 «Использованные целевые средства» можно открыть следующие аналитические счета:

- проведение запланированных целевых мероприятий;
- содержание аппарата управления;
- приобретение основных средств;
- прочие расходы;
- нецелевое использование средств уставной деятельности.

В конце отчетного года суммы, учтенные на субсчете 86-2 «Использование целевых средств», списываются в дебет субсчета 86-1 «Получение целевых средств».

Анализируя нормы гражданского, жилищного и бухгалтерского законодательства, можно сделать следующие выводы о порядке учета на счете 86 «Целевое финансирование».

К числу целевых поступлений целесообразно относить:

- вступительные и иные взносы членов ЖСК;
- поступления от всех собственников на содержание и ремонт (текущий и капитальный) общего имущества в МКД;
- субсидии;
- оплату коммунальных услуг от всех собственников помещений.

Литература:

1. Панагушин О.В. ТСЖ не облагается налогами на доходы (о налогообложении коммунальных платежей и платежей на содержание жилья)// Жилищное право.- 2011.- N 7.- С. 55 – 59.

М. В. Савина

СПбГЭУ, программа « Учет, анализ, аудит»

к. э. н., доцент Гордеева М. А.

**ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО
ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

В организации учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития компании можно выделить три подхода: процессный, системный и институциональный. Оценив требования к информации, организационную структуру компании, необходимые средства, руководитель компании решает, какой подход можно взять за основу построения системы учетно-аналитического обеспечения на предприятии.

In the organization of accounting and analytical sustainable development of the company it is possible to allocate three approaches: process, system and institutional. Having evaluated the information requirements, the organizational structure of the

company, the funds required, the head of the company decides which approach you can take for a basis of construction of the system of accounting and analytical maintenance at the enterprise.

Ключевые слова: устойчивое развитие, учетно-аналитическое обеспечение, системный подход, институциональный подход, процесс.

Key words: sustainable development, accounting and analytical software, system approach, institutional approach, the process.

Устойчивое развитие компании— представляет собой динамический процесс развития, который включает в себя такие области деятельности компании как организация рационального потребления ресурсов, планирование будущего повышения эффективности, внедрение новейших разработок в практическую деятельность, взаимодействие с обществом и его представителями, формирование эффективной экологической политики, деятельность в сфере социальной ответственности, обеспечение информационной открытости. Концепция устойчивого развития компании строится на балансе между интересами собственников компании и интересами общества.

Устойчивое развитие компании во многом зависит от умения руководства принимать верные, продуманные решения, основанные на анализе качественной информации. Задачи учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития связаны с функциями управления организацией в области устойчивого развития. К таким функциям можно отнести: формирование политики компании в области устойчивого развития; прогнозирование и постановка конкретных задач; планирование деятельности; организация деятельности по обеспечению устойчивого развития компании; оперативное регулирование; оценка полученных результатов.

Важным в формировании учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития компании является направленность на основные цели и задачи учетно-аналитического обеспечения.

Целью учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития компании является поиск, учет, оценка, формирование, анализ, сохранение информации, поступившей из различных источников и предоставление обработанной информации исполнительному органу организации для обеспечения им своих управленческих функций в области устойчивого развития, а также формирование отчетов для заинтересованных сторон.

В организации учетно-аналитического обеспечения можно выделить три подхода: процессный, системный и институциональный.

Процессный подход предполагает переход к управлению не отдельными элементами системы, а управлению бизнес-процессами, которые связывают деятельность всех подразделений организации. Под бизнес-процессом понимается совокупная последовательность действий, направленных на преобразование ресурсов в конечный продукт. С позиции дан-

ного подхода учетно-аналитическое обеспечение представляет собой бизнес-процесс, направленный на преобразование поступающей информации в конечный отчет, необходимый для управленческих функций в области устойчивого развития.

Учетно-аналитическое обеспечение, как процесс, включает в себя три подпроцесса: учет, анализ, аудит.

Подпроцесс «Бухгалтерский учет» включает в себя разработку плана работы бухгалтерии, организацию и осуществление работы бухгалтерии, контроль над учетным процессом, анализ результатов работы бухгалтерии. Владелец процесса – главный бухгалтер. Субъекты реализации процесса - генеральный директор, директор по экономике, начальник отдела работы с персоналом, начальник отдела снабжения, начальник отдела производства, начальник юридического отдела, руководители структурных подразделений, главный бухгалтер, заместитель главного бухгалтера, бухгалтер по учету основных средств, НМА, ТМЦ, бухгалтер по учету заработной платы, бухгалтер по учету банковских и кассовых операций.

Подпроцесс «Экономический анализ» рассматривается как «бизнес-процесс по преобразованию экономических данных в информацию, необходимую для целей управления предприятием».

Процесс «экономический анализ» включает в себя три вспомогательных подпроцесса: планирование анализа устойчивого развития предприятия, выполнение аналитических процедур по направлениям и источникам устойчивого развития предприятия, реализация анализа устойчивого развития предприятия. Субъекты реализации процесса - главный бухгалтер, заместитель главного бухгалтера, аудитор предприятия.

Анализ результатов работы предприятия проводится на основе методики оценки и анализа устойчивого развития предприятия. Для проведения анализа используют итоговые данные финансовой, управленческой, налоговой, статистической отчетности, данные маркетинговых исследований и другую внеучетную информацию.

Подпроцесс «Внутренний аудит» представляет собой деятельность по проверке и оценке результатов финансово-хозяйственной деятельности компании. Субъект реализации процесса – внутренний аудитор. Процесс включает в себя три вспомогательных подпроцесса: организационно методическая подготовка аудита учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития предприятия, исследовательский процесс, обобщение и реализация результатов аудита учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития предприятия [2].

Системно-институциональный подход. Согласно данному подходу учетно-аналитическое обеспечение представляет собой информационную систему, состоящую из взаимосвязанных подсистем: бухгалтерского учета, финансового учета, управленческого (производственного) учета, нало-

гового учета; отчетности, предназначенной для разных пользователей; финансово-хозяйственного анализа; финансового анализа отчетности. Каждая подсистема включает в себя свои подсистемы: предмет, метод, объекты, функции, инструментарий применения нормативно-правовой и методической базы. Каждая подсистема оценивается с помощью разработанной системы показателей.

Для того, чтобы охарактеризовать взаимосвязь элементов подсистем можно выделить характерные особенности учетно-аналитического обеспечения (Шимоханская Т.В.).

1. Единство методологии объектов учета и анализа.

Объекты классифицируются по двум группам:

Объекты, обеспечивающие хозяйственную деятельность – хозяйственные средства и их источники.

Объекты, составляющие хозяйственную деятельность – хозяйственные процессы.

2. Организация деятельности и организация управления деятельностью, обеспечивающие устойчивое развитие.

Организация деятельности представляет собой упорядочение и оптимизацию процессов. Система управления организацией, как экономическим институтом, иерархична. Принятие решений происходит на каждом уровне иерархии. Также следует отметить, что организации находятся на разных стадиях жизненного цикла. Каждая стадия характеризуется своими целями в области устойчивого развития. В зависимости от стадии определяется и модель управления деятельностью и принятием решений. Каждая ступень иерархии, а также каждая стадия развития требует организации информации таким образом, чтобы взаимодействовать с другими стадиями и ступенями. Организация учетно-аналитического обеспечения должна быть построена таким образом, чтобы обеспечивать взаимосвязь между принятиями решений в различных подсистемах системы управления.

Рациональное принятие решений, а также организация управления деятельностью по обеспечению устойчивого развития требует полного, точного информационного обеспечения.

3. Построение информационной базы данных.

При построении информационной базы предприятия следует учитывать два важных фактора: асимметричное распределение информации и издержки связанные с передачей информации. Информационная база формируется как в рамках отдельной системы, так и в виде общей базы всей системы. Важным является оценка проблем, связанных с формированием информационной базы.

Проблемы построения информационной базы связаны с:

➤ многопрофильностью информации, возникающей в связи с разнообразием видов деятельности организации и соответственно целей и методов управления данными видами деятельности;

- отличием в условиях и правилах формирования информации в разных подсистемах;
- различием целевой направленности информации;
- возможностью обработки информации с помощью существующих программных продуктов;
- организацией технологического процесса (Под технологическим процессом понимается упорядоченная последовательность взаимосвязанных действий, выполняющихся с момента возникновения информации до получения результатов) [3].

Институциональный характер учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития заключается в возможности рассмотрения каждого элемента в качестве института. Под институтом будем понимать совокупность, состоящую из правила и внешнего механизма принуждения индивидов к исполнению этого правила [1, с.16]. Институциональный подход к учетно-аналитическому обеспечению устойчивого развития позволяет выделить неформальные и формальные правила его формирования с учетом разного уровня развития системы.

Системный подход выражается в построении системы взаимосвязанных субъектов и объектов учетно-аналитического обеспечения.

С точки зрения системного подхода учетно-аналитическое обеспечение представляет собой:

- иерархию уровней формирования информации (первичный, аналитический учет, систематизация информации на счетах, формирование отчетности, аналитические процедуры);
- распределение информации по участкам (материальные активы, денежные средства, дебиторская и кредиторская задолженность, капитал, прибыль и др.);
- стадии бизнес-процесса (снабжение, производство, реализация);
- подсистемы учета (бухгалтерский, управленческий, стратегический и т.д.) [4].

Литература:

1. Институциональная экономика. Новая институциональная экономическая теория. Учебник для вузов // Под общ. ред. проф. А.А. Аузана. М.: Инфра-М, 2010.
2. Тычинина Н.А. Реализация процессного подхода к учетно-аналитическому обеспечению устойчивого развития предприятия // *ВЕСТНИК ОГУ*. – 2012. - №13. – С. 376-382.
3. Шимоханская Т.В. Концепция учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития организации // *Экономические науки*. – 2011. - №5(78). – С.346-354.
4. Шимоханская Т.В. Совершенствование методологии учетно-аналитического обеспечения устойчивого развития организации / Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук, Йошкар-Ола. - 2011.

Е. Д. Сафронова
СПбГЭУ, программа «Учет, анализ, аудит»
к.э.н., профессор Гульпенко К. В.

ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ

Статья посвящена проблемам учета в бизнес-центрах, связанным с различными вариантами учета НДС и проводимыми арендаторами улучшениями арендуемых помещений.

The article is dedicated to accounting problems in business centers connected with various ways of value-added tax accounting and how improvements to leased offices can be accounted.

Ключевые слова: аренда, НДС, амортизация, офисные помещения

Key words: lease, value-added tax, amortization, business center, office buildings

Целью сдачи в аренду помещений для арендодателя является получение прибыли от данной операции. В настоящее время вопрос расчета стоимости аренды является дискуссионным, и ответ на него зависит от способов учета. В данной статье будут рассмотрены некоторые проблемные моменты учета в бизнес-центрах.

Для арендодателя сдача в наем офисных помещений представляет собой передачу по договору аренды части принадлежащих ему помещений бизнес-центра. Данная деятельность регулируется 34 главой Гражданского Кодекса Российской Федерации «Аренда». По договору аренды (имущественного найма) арендодатель (наймодатель) обязуется предоставить арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование. Плоды, продукция и доходы, полученные арендатором в результате использования арендованного имущества в соответствии с договором, являются его собственностью. [4]

Сдающиеся в аренду помещения в бизнес-центре отражаются в учете арендодателя как основные средства, переданные в аренду. При этом они остаются на балансе арендодателя и отражаются, согласно ПБУ 6/01 «Учет основных средств», в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности в составе доходных вложений в материальные ценности.

Заключение договора аренды если хотя бы одна из сторон является юридическим лицом, обязательно в письменном виде согласно 609 статье Гражданского Кодекса Российской Федерации. Если срок аренды не прописан в договоре, договор считается бессрочным. Договор аренды является возмездным, по нему необходимо осуществлять оплату за пользование квадратными метрами арендуемой площади. Заключенные договора аренды необходимо зарегистрировать, договор считается заключенным с момента его регистрации.

С момента заключения договора, у сторон возникают права и обязанности по отношению друг к другу. Одной из важнейших обязанностей

является документальное оформление передачи имущества: стороны подписывают акт передачи сдаваемого арендодателем и принимаемого арендатором помещения. По мнению большинства экспертов и судей, именно момент подписания акта влияет на включение арендных платежей в расходы, уменьшающие налоговую базу по налогу на прибыль, а не факт государственной регистрации. [3]

Возможно несколько вариантов оплаты аренды в зависимости от включения НДС. В первом случае, арендная плата за помещение будет включать в себя коммунальные платежи. Коммунальные платежи как правило делятся между арендаторами пропорционально занимаемой площади арендуемых помещений, если нет возможности установления конкретного потребителя какого-либо вида коммунальных услуг. Примером могут служить индивидуальные счетчики электроэнергии. Владелец помещения выставляет арендатору счет-фактуру на всю сумму арендной платы и НДС. В этом случае арендатор будет принимать к вычету всю сумму НДС, включая коммунальные платежи. Это наиболее прозрачный вариант для проверки налоговыми органами, но сопряжен с определенными трудностями: из-за невозможности точного предсказания потребления воды или электроэнергии, потребуются ежемесячные расчеты.

В случае, если арендодатель работает по Упрощенной системе налогообложения и не выставляет счета-фактуры, НДС к вычету у арендатора не принимается, т.к. отсутствует «входной» НДС, вся сумма, оплаченная за аренду, относится на расходы.

Вторым вариантом расчета арендной платы будет случай, когда арендная плата поделена на постоянную и переменную части. Мнения экспертов по поводу такого учета расходятся. По мнению одних экспертов, хозяин площади принимает к вычету НДС на потребленные им самим услуги, а НДС на услуги, потребленные арендатором, он включает в общую стоимость. Следовательно, арендодатель предъявляет съемщику цену коммунальных услуг с учетом НДС, который был в свою очередь предъявлен коммунальными службами. По мнению других экспертов, владелец недвижимости принимает к вычету всю сумму НДС, предъявленную поставщиками коммунальных услуг, а арендатору выставляет счет на коммунальные услуги без учета НДС. [3]

Также два мнения существуют относительно учета у арендатора. Одни эксперты полагают, что арендодатель не имеет права выставить съемщику счет-фактуру, значит, последний не сможет применить вычет, но учет его в составе расходов. Согласно второму мнению, владелец площади перевыставляет арендатору счета-фактуры, на основании которых и при соблюдении требований, установленных налоговым законодательством, съемщик вправе принять к вычету сумму НДС. [3]

Третьим вариантом расчета арендной платы будет случай, когда арендатором самостоятельно заключаются договоры на коммунальные ус-

луги, соответственно, счета-фактуры выставляются непосредственно на него, и им может быть принят НДС к вычету. От организации, сдающей в аренду помещение требуется лишь согласие на такой вариант. Отметим малоиспользуемость этого варианта из-за того, что он малоосуществим при аренде нескольких офисных помещений в здании и более применим при аренде здания целиком.

Четвертым способом расчета арендной платы будет случай, когда между съемщиком и арендодателем заключается агентский договор. По которому хозяин помещения осуществляет посредническую деятельность между арендатором и коммунальными службами. В этом случае посредник вправе перевыставлять полученные счета-фактуры от коммунальных служб арендатору, арендатор же может принять НДС к вычету. Однако в этом случае возникает необходимость оплаты услуг арендодателя в качестве посредника, с которого посредник будет выплачивать НДС.

Выбор варианта зависит от конкретной ситуации, на данный момент не существует однозначно рекомендуемого. Важно помнить о том, что обеспечение коммунальными услугами и, как следствие, необходимость их оплачивать, непосредственно связано с предоставлением помещения в аренду.

Во время срока аренды арендатором могут быть произведены ремонт или иные улучшения арендованного помещения. Они могут быть как отделимые, то есть, те, что могут быть изъяты по окончании срока действия договора, так и неотделимые. К первым можно отнести покупку новой мебели, а ко вторым – косметический ремонт. В зависимости от условий контракта, отделимые улучшения по окончании действия договора могут быть собственностью арендатора или арендодателя. Неотделимые улучшения в любом случае остаются в собственности у владельца имущества. Стоит также отметить, что за улучшения, произведенные без согласия арендодателя, стоимость улучшений не возмещается. В случае согласия арендодателя на улучшения, производимые арендатором за счет собственных средств, после прекращения договора аренды арендатор имеет право на возмещение стоимости улучшений.

Отмечается, что произведенные без согласия арендодателя неотделимые улучшения амортизации не подлежат. При возмещении арендодателем арендатору вложений в неотделимые улучшения, эти улучшения амортизируются владельцем помещений. Сумма амортизации высчитывается с учетом периода полезного использования и будет начисляться со следующего месяца после введения улучшений в эксплуатацию.

Одной из важных проблем учета аренды офисных помещений является, как было отмечено ранее, получение доходов и расходов и определение финансового результата. Названные показатели являются абсолютными. В то же время большой интерес представляют собой показатели, свя-

занные со сдачей офисных помещений в аренду конкретному пользователю. Не существует универсального способа расчета арендной платы, подходящего для всех видов арендных отношений, необходимо учитывать специфику каждого конкретного случая. Так, самостоятельное заключение договоров с коммунальными службами оправдано для крупного арендатора и крайне сомнительно для фирмы, арендующей лишь небольшой офис. Проблема заключается в невозможности одновременного применения всех рассмотренных в статье моделей в рамках одного бизнес-центра. Даже в случае, когда конкретному арендатору более всего подходил бы иной, чем у других, способ расчета арендной платы, необходимо учитывать, что, несмотря на сдачу офисных площадей различным арендаторам, эти же площади являются неотъемлемой частью объекта и должны рассматриваться в совокупности.

С нашей точки зрения, для целей управления предприятием необходимо осуществлять расчет аналитических показателей в зависимости от каждого конкретного заключенного договора, его условий и полученных результатов.

Литература:

1. 25 положений по бухгалтерскому учету, М., Эксмо, 2013
2. Гражданский кодекс Российской Федерации
3. Яковлева М. Аренда нежилых помещений 05.2012 //электронный журнал «Расчет»
4. <http://www.raschet.ru/articles/56/6613/>; <http://www.raschet.ru/articles/56/6619/> последнее посещение 19.04.2014
5. Налоговый кодекс Российской Федерации

А. И. Скромов
СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
к.э.н., доцент Тумашик Н.В.

ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА НИОКР В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматриваются системы бюджетирования: традиционная (сметная), используемая на практике российскими организациями, выполняющими НИОКР; система, ориентированная на результат, и проектно-ориентированная система с целью выявления наиболее оптимального варианта системы бюджетирования для проектов по НИОКР.

The article takes the view on the traditional (estimated) budgeting system, which is widely used by Russian enterprises doing R&D; also the results-oriented budgeting system

and the project-oriented budgeting system. It is aimed on the revealing the most optimal budgeting system for R&D projects.

Ключевые слова: НИОКР; планирование работ по НИОКР; традиционная (сметная) система бюджетирования; система бюджетирования, ориентированного на результат; проектно-ориентированная система бюджетирования.

Key words: research, development and engineering works; planning of R&D; the traditional (estimated) budgeting system; the results-oriented budgeting system; the project-oriented budgeting system.

Процесс бюджетирования проектов по научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам (далее НИОКР) представляет собой основную часть этапа планирования, одновременно является связующим звеном между поставленными целями и задачами на этапе планирования и фактическими результатами по исполняемым заказам в организации.

На практике, как правило, планирование проведения НИОКР определяется потребностями заказчиков таких работ. Отделом продаж анализируются потребности потребителей рынка рассматриваемых работ и осуществляется поиск клиентов.

Планирование работ по заказам включает следующие этапы:

- рассмотрение заявок от заказчиков на выполнение НИОКР и обоснование целесообразности их проведения для организации;
- составление бизнес-планов, бюджетов по заказам;
- включение бюджетов проектов в консолидированный бюджет организации;
- составление календарного плана работ по заказам, технических заданий.

На «предбюджетном этапе» (рис. 1) происходит рассмотрение заявок на выполнение НИОКР от заказчиков. Планирование работ по отдельным заказам начинается с созыва технического совета для обсуждения актуальности тематики выполнения заказов в организации.

Результатом собрания технического совета выступает:

- решение об осуществлении предприятием того или иного заказа;
- утвержденный генеральным и техническим директорами бюджет заказа, включающий в себя данные о затратах (времени, финансовых и трудовых ресурсах).

Структура бюджета заказа (рис.2) включает перечень мероприятий, каждое из которых разбивается на этапы. В бюджете прописываются результаты, на которые ориентированы мероприятия заказа, затраты по отдельному мероприятию, участники выполнения работ и сроки исполнения мероприятий. Директор по науке и технический директор изучают специфику выполнения работ по конкретному заказу с целью разработки кален-

дарного плана и производственного графика работ по заказу. Во взаимодействие с таким персоналом вовлекаются специалисты бухгалтерии и экономисты, участвующие в разработке бюджета по заказам в соответствии с номенклатурой затрат, predeterminedляемой условиями договора. После проведения данных процедур бюджет заказа подлежит включению в консолидированный бюджет организации.

Таким образом, «предбюджетный этап» и «этап включения бюджета проекта-заказа в консолидированный бюджет организации» говорят о приоритете выявления ресурсов, необходимых для выполнения проекта.

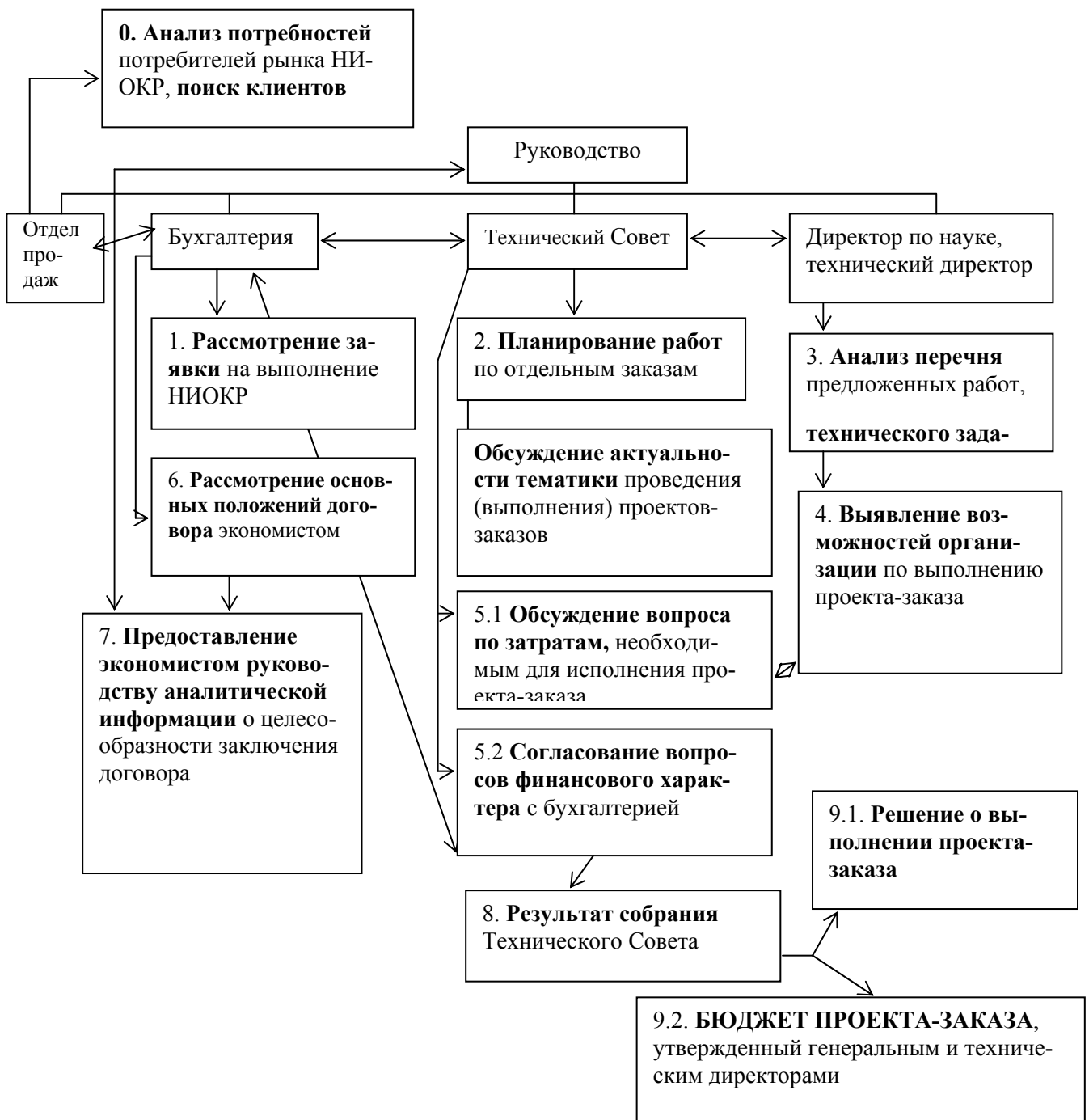


Рисунок 1. Процесс принятия решения о выполнении проекта и составлении бюджета по проекту-заказу в коммерческой организации



Рисунок 2. Структура бюджета проекта-заказа и этап его включения в консолидированный бюджет организации

Решающую роль играет потенциал организации для исполнения обязательств, вытекающих из договора на выполнение НИОКР.

Понятие результативности выполняемых работ, согласно бюджету проекта-заказа ориентировано на констатацию исполнения обязательства по конкретному мероприятию, этапу работ, что безусловно подчеркивает вид исследуемых организаций, а именно коммерческий.

Эффективность же самого проекта по НИОКР представлена на этапе составления бизнес-плана такими показателями как NPV (чистый приведенный доход), РВ (период окупаемости проекта) и т.д. При этом, следует обратить внимание, что данные показатели характеризуют эффективность и выгодность проекта для самой организации, а не определяют результативность с точки зрения полезности для общества и, как следствие, повышения уровня социально-экономического развития страны в целом. Данные показатели исключают получение и контроль оценки качества работ и конечных результатов, по мере исполнения проектов по НИОКР. Также наблюдается отсутствие единой информационной системы. Данный факт существенно снижает оперативность и гибкость как самого процесса бюджетирования, который не является статистической системой, так и скорость исполнения работ по НИОКР.

Такой подход предполагает сметное бюджетирование. Традиционный (сметный) вид бюджетирования – это контроль расхода средств для выполнения работ, альтернативным видом является бюджетирование,

ориентированное на результат, которое предлагает контроль на стадии, когда уже может быть продемонстрирован определенный этап работ. Следовательно, у организации растет самостоятельность действий на этапе расходования средств и исполнения обязательств, но одновременно повышается ответственность за конечный результат какого-либо промежуточного этапа выполнения работ по проекту-заказу. То есть данная система бюджетирования закладывает априорный механизм недопущения ошибок, а не их поиск, анализ и устранение на завершающем этапе процесса исполнения работ по НИОКР.

Для альтернативной системы бюджетирования требуется использования индикаторов, представленных в таблице 1.

Таблица 1

Индикаторы в системе бюджетирования, ориентированного на результат

	Количество	Качество
Ресурсы (затраты)	Объем произведенных работ и затраченных ресурсов 4	Качество услуг (доступность, уровень обслуживания, своевременность и т.д.) 2
Результаты и эффект	Объем оказанных услуг, количество получателей услуг (результат и эффективность) 3	Количество получателей услуг, получивших от нее пользу (эффект и результативность) 1

Источник [1, с. 3]

Таблица демонстрирует приоритет индикаторов для традиционного бюджетирования (левый нижний квадрант) и бюджетирования, ориентированного на результат (правый нижний квадрант), а также последовательность расположения индикаторов для альтернативной системы бюджетирования с учетом их уровня важности для осуществления оценки работ по проекту.

Однако выбор альтернативной системы бюджетирования не решает всех проблем, которые несет в себе сметная система бюджетирования. Применяемые подходы хороши при рассмотрении системы бюджетирования проектов-заказов по НИОКР в статическом состоянии. В реальности проекты – это длительные работы, которым присущ высокий динамизм и неопределенность, что приводит к необходимости постоянной корректировки бюджетов по мере реализации проекта. Для этого целесообразным будет построение планов проектов методом «набегающей волны» [2, с.1], а именно общего на весь срок реализации проекта и детализированных на ближайшую перспективу (временной период – до квартала).

Детализированные планы и бюджеты – это исполняемые планы и бюджеты, на основании которых производится контроль выполняемых

работ по проекту. Два типа планов и бюджетов непосредственно коррелируют между собой – изменения в фактическом исполнении проекта отражаются в исполняемых планах и бюджетах и соотносятся с показателями базовых планов и бюджетов.

Следовательно, для бюджетирования проектов по НИОКР оптимальным решением является сочетание бюджетирования, ориентированного на результат и проектно-ориентированного бюджетирования, что позволяет: повысить гибкость бюджетирования; получить систему, учитывающую специфику и сроки выполнения проектов-заказов; повысить качество выполняемых работ по проектам-заказам; в результате переориентации системы контроля с расходов на результаты и применения оценочных индикаторов; способствовать большей направленности работ по НИОКР для повышения социально-экономического благосостояния страны путем продуманной политики в части исполнения проектов-заказов.

Литература:

1. Букина И.С., Черных С.И. Бюджетирование, ориентированное на результат, и новое правовое положение государственных (муниципальных) предприятий // Этап: Экономическая теория, Анализ, Практика. – 2012. – № 1. Режим доступа: http://www.issras.ru/papers/etap01_2012_Bukina.php
2. Ерак О. коммерч. директор ЗАО «ЦБА», к.э.н., независимый эксперт Козлов А. Проектно-ориентированное бюджетирование в организациях с годовым циклом финансового планирования // Финансовый менеджер. – 2011. – № 8. Режим доступа: <http://www.cba.ru/knowledge/articles/2011/08/15/Kozlov/>
3. Носкова Н.Ю. Монография «Разработка процесса бюджетирования в системе финансового планирования на предприятиях авиастроительной промышленности» / Н.Ю. Носкова. – Ульяновск : УлГТУ, 2013. – 146 с.

Е. А. Смирнова
СПбГЭУ, программ «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»
к.э.н., профессор Гульпенко К.В.

**ВЗГЛЯДЫ УЧЕНЫХ НА ПОНЯТИЕ
«ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СУЖДЕНИЕ»
В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ**

В статье рассматривается профессиональное суждение бухгалтера, содержащееся в научной литературе и нормативных документах. Предложена авторская точка зрения о понимании содержания профессионального суждения.

The paper deals the professional judgment accountant in the scientific literature and regulatory documents. We describe our own understanding of the essence of professional judgment

Ключевые слова: бухгалтерский учет, профессиональное суждение, бухгалтер, мнение, отчетность.

Keywords: business accounting, professional judgment, accountant, opinion, accounts.

Нормативные акты по бухгалтерскому учету не содержат точного определения профессионального суждения бухгалтера, что приводит к различным трактовкам этого термина.

Впервые понятие профессионального суждения появляется в Концепции развития бухгалтерского учета и отчетности в РФ на среднесрочную перспективу, в которой указывается необходимость выработки навыков профессионального суждения при квалификации, стоимостном измерении, классификации и оценке значимости (существенности) фактов хозяйственной жизни для целей бухгалтерского учета, отчетности и аудита, в целях подготовки и повышения квалификации бухгалтерских кадров. Вопросы профессионального суждения бухгалтера рассматриваются в трудах многих ученых и специалистов-практиков в области бухгалтерского учета, аудита и международных стандартов.

Я.В. Соколов под профессиональным суждением понимал «мнение, добросовестно высказанное профессиональным бухгалтером о хозяйственной ситуации и полезное как для ее описания, так и для принятия действенных управленческих решений». Л.З. Шнейдман считает, что профессиональное суждение это «мнение, заключение, являющееся основанием для принятия решения в условиях неопределенности. Оно базируется на знаниях, опыте и квалификации соответствующих специалистов». Н.В. Генералова под ним понимает «в широком значении – идентификация бухгалтером всех фактов хозяйственной жизни; в узком значении – идентификация бухгалтером фактов хозяйственной жизни при отсутствии конкретных нормативных указаний, в условиях неопределенности и при несогласии с конкретными нормативными указаниями». Н.В. Богданова считает, что профессиональное суждение это «мнение (заключение) ответственного лица о деталях оценки и признания объекта учета в отчетности или профессиональная оценка всех объективных факторов, позволяющих принять решение в условиях неопределенности». М.Е. Лианский, Е.В. Лимошина под ним понимает «инструмент регулирования бухгалтерского учета при формировании полной информации о финансовом состоянии и финансовых результатах организации». По словам С.А. Рассказовой-Николаевой профессиональное суждение это «способность принимать решение в условиях неопределенности и нести за него ответственность». Казанникова Е.В. считает, что «профессиональное суждение – это суждение, выносимое бухгалтером на основе доктрины достоверного и

добросовестного взгляда с целью предоставления качественной информации, которая будет полезна и понятна пользователям отчетности». М.Л. Пятов полагает, что «профессиональное суждение бухгалтера определяется уровнем его знаний, опыта профессиональной деятельности, следованием принципам профессиональной этики», а также «осознание бухгалтером ответственности перед обществом за представляемую информацию». А.А. Ефремова утверждает, что профессиональное суждение это «практически единственный инструмент, позволяющий выработать ту или иную позицию по учету «нестандартных» ситуаций». По мнению О. Аскери профессиональное суждение это «процесс квалифицированного выбора варианта действий с последующим обоснованием и доведением до пользователей в пригодной для использования форме». Толстова А.С. считает, что профессиональное суждение это «обоснованное мнение профессионального бухгалтера в отношении способов квалификации и раскрытия достоверной информации о финансовом состоянии организации в условиях неопределенности». И.Н. Львова полагает, что профессиональное суждение это «единственно приемлемое средство определить порядок отражения фактов хозяйственной жизни в условиях неопределенности». По словам З.С. Туяковой, Е.В. Саталкиной это «обоснованное (мотивированное), независимое суждение специалиста в области бухгалтерского учета, относительно объектов учета, способов формирования отчетности, основанное на специальных знаниях, опыте специалиста, сложившейся практике отражения хозяйственных операций в условиях неопределенности». По мнению И.В. Евстратовой это «точка зрения бухгалтера, основанная на его знаниях, квалификации и опыте работы, которая служит основанием для принятия им субъективных решений (относительно порядка отражения конкретной хозяйственной операции в бухгалтерском учете и отчетности организации) в обстоятельствах, когда однозначно и жестко определить порядок его действий невозможно». Слободняк И.А. говорит, что это «обоснованная точка зрения специалиста, отражающая уровень его знаний, квалификации и опыт работы, которая служит основанием для принятия им субъективных решений при обстоятельствах, когда однозначно и жестко определить порядок действий этого специалиста не представляется возможным». Никонова И.Ю. полагает, что профессиональное суждение это «компетентное, добросовестное мнение бухгалтера, определяющее конкретное содержание правил учета, отражаемых в учетной политике, влияющее на существенность информации в финансовой отчетности и на финансовое состояние организации». А.Р. Губайдуллина под профессиональным суждением понимает «обоснованное мнение профессионального бухгалтера, высказанное в условиях неопределенности при

квалификации, стоимостном измерении, классификации и оценке значимости фактов хозяйственной жизни для целей бухгалтерской отчетности, основанное на доступной на данный момент времени полной, достоверной и объективной информации, а также особенностях функционирования хозяйствующего субъекта».

Полагаем, что профессиональное суждение – это собственное обоснованное мнение бухгалтера о том, какие решения принимать (при постановке и ведении бухгалтерского учета) в условиях неопределенности, чтобы достоверно раскрыть в отчетности информацию о финансовом состоянии организации, руководствуясь своими знаниями, навыками и опытом.

Исследование и анализ существующих позиций авторов позволили сделать вывод, что в основном в качестве области применения профессионального суждения ученые выделяют условия неопределенности или отсутствия конкретных нормативных указаний, в качестве основы, выступают знания, опыт и квалификация бухгалтера.

Ряд авторов подчеркивает, что бухгалтер должен нести ответственность за вырабатываемое суждение и предоставляемую в соответствии с ним информацию пользователям, другие утверждают, что профессиональное суждение может иметь лишь профессиональный бухгалтер. Подчеркивается значимость и полезность профессионального суждения при формировании и использовании учетной информации. Казанниковой Е.В. в качестве основы профессионального суждения рассматривает доктрину достоверного и добросовестного взгляда. Ряд авторов утверждают, что профессиональное суждение бухгалтера реализуется при формировании и раскрытии учетной политики организации. Так Н.В. Генералова рассматривает профессиональное суждение применительно к формированию отчетности, составляемой в соответствии с МСФО и полагает, что «по сути, учетная политика представляет собой комплекс профессиональных суждений», по словам, М.Е. Лианского, Е.В. Лимошиной «профессиональное суждение в отношении формирования информации оформляется как учетная политика, а в отношении ее раскрытия реализуется при раскрытии как учетной политики, так и дополнительной информации бухгалтерской отчетности», по мнению, И.Н. Львовой «профессиональное суждение, как и учетная политика, служит способом практического применения нормативно-правовых актов бухгалтерского учета или, в более широком смысле, учетных регулятивов». И.В. Евстратова полагает, что профессиональное суждение бухгалтера подлежит отражению в учетной политике организации и составляет ее основную содержательную часть, при отсутствии четких однозначных норм, регламентирующих порядок отражения в учете какой-либо хозяйственной операции.

Подчеркивается, что профессиональное суждение должно быть обоснованным, а не голословным, то есть должно быть правомерным и подкрепленным вескими доводами. И.А. Слободняк утверждает, что необходимо принимать «не просто волевые решения, но решения обоснованные, имеющие под собой, прежде всего теоретическую базу», «идти от теории к практике, а не пытаться только следовать практике». Профессиональное суждение принадлежит конкретному человеку, поэтому носит субъективный характер, что отражается в определениях, данных И.В. Евстатовой, И.А. Слободняка. По мнению, А.Р. Габайдуллиной «с целью предотвращения субъективного подхода при выработке профессионального суждения бухгалтерское сообщество должно самое пристальное внимание уделять разработке, обоснованию и актуализации принципов, выполнение которых должно обеспечивать признание информации как достоверной и полной», а по взгляду некоторых ученых правильно сформированные предпосылки являются важнейшей составляющей учетных оценок и суждений, так как любые вычисления без этого будут некорректны. Все это способствует высокому качеству формируемой информации учета в организации, а по отношению к бухгалтеру как субъекту и носителю профессионального суждения возникает определенная качественная оценка его деятельности [1].

Таким образом, в настоящее время профессиональное суждение бухгалтера приобретает особое значение в условиях сложившегося нормативного регулирования бухгалтерского учета, а также в связи с переходом на МСФО. На сегодняшний день профессиональное суждение бухгалтера реализуется при составлении учетной политики и при составлении бухгалтерской отчетности, то есть при формировании информации и ее раскрытии. Оно активно рассматривается в экономической литературе и многими учеными, но вместе с тем окончательное понимание сущности и содержания профессионального суждения бухгалтера отсутствует. По мнению, Я.В. Соколова «сегодня российский бухгалтер просто вынужден иметь профессиональное суждение, поскольку никакое, даже самое хорошее нормативное регулирование, не способно учесть непрерывно меняющуюся жизнь».

Литература

1. Смирнова Е.А. Профессиональное суждение бухгалтера: понятие, сущность и содержание // Теория и практика общественного развития. Научный журнал. – 2012. – №10.

М. А. Собина

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
к.э.н., профессор Гульпенко К. В.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Проблемы и особенности организации учета в Социально ориентированных некоммерческих организациях. Специфика учета по направлениям деятельности и применение законодательства в сфере учета.

Annotation: Problems and features of the organization of accounting in socially oriented non-profit organizations. Specificity of accounting activities and application of the law in the field of accounting.

Ключевые слова: Социально ориентированные некоммерческие организации, Бухгалтерский учет.

Key words: socially oriented non-profit organizations, Accounting

В современной России созидательную роль в создании и развитии гражданского общества играют некоммерческие организации (далее НКО). Их деятельность направлена на решение общественных проблем, а не на прирост прибыли или личностных выгод. Существует множество организационно-правовых форм, так как жесткий перечень для НКО законодательно не установлен. Но если некоммерческая организация свою деятельность направляет на решение социальных проблем и развития в России гражданского общества, то она получает статус Социально ориентированной некоммерческой организацией (далее СО НКО) (исключения: государственных корпораций, государственных компаний, общественных объединений, являющихся политическими партиями). [7; п.п.2.1, ст. 2.] При освещении данного вопроса стоит особое внимание уделить применению законодательства и нормативных актов по ведению бухгалтерского учета, которые не всегда трактуются в соответствии с действующей практикой. Поэтому актуальность данной темы нельзя подвергнуть сомнению, так как большинство организаций третьего сектора являются СО НКО, и постановка правильного бухгалтерского учета и отчетности зависит от особенностей деятельности той или иной СО НКО.

Для СО НКО существуют льготы по ведению бухгалтерского учета, которые предусмотрены Приказом МинФина №106н и утвержденными положениями по ведению бухгалтерского учета. Согласно ПБУ 1/2008 при утверждении учетной политики СО НКО могут использовать простую систему ведения учета (без двойной записи) [1; п.п.6.1]. ПБУ 8/2010 говорит о том, что оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы могут не применяться для СО НКО [2; I, п.3.]. Для СО НКО ис-

правление существенных ошибок предшествующих периодов в учете и отчетности разрешено производить текущим годом – ПБУ 22/2010 [3; II, п.9]. ПБУ 15/2008 разрешается все расходы по займам признавать прочими расходами [4; II, п.7]. По ПБУ 9/99 [5; IV, п.12] и ПБУ 10/99 [6; IV, п.18] для СО НКО разрешает применение кассового метода для признания выручки и расходов. Данные особенности учета свидетельствуют об упрощенных способах ведения учета в СО НКО.

Следует обратить внимание на статью 6 закона «О бухгалтерском учете» в редакции 28.12.2013г., где указано, что применять упрощенные методы бухгалтерского учета разрешается только НКО, чьи поступления от всех видов деятельности за предшествующий год не превысили трех миллионов рублей [8; ст.6]. МФ РФ придерживается мнения, что ПБУ необходимо применять в части не противоречащей закону. Соответственно, делаем вывод, что СО НКО практически лишены льгот при ведении бухгалтерского учета и отчетности, закрепленных в ПБУ. бухгалтерский учет СО НКО должен вестись на общих основаниях и принципах.

Общим для всех организаций является применение плана счетов, но рабочий план счетов СО НКО разрабатывает самостоятельно и утверждает учетной политикой в зависимости от деятельности и масштабов организации. Целевые поступления СО НКО на уставную деятельность учитываются на счете 86 «Целевое финансирование» по субсчетам, количество которых зависит от вида источника финансирования или от прочей аналитики, разработанной в организации. В связи с тем, что бухгалтерский учет по общим правилам ведется методом начисления, то для любой СО НКО рекомендуется использовать счет 20 «Основное производство» для статей затрат и направлений деятельности. В конце отчетного периода счет 20 «Основное производство» закрывается на счет 86 «Целевое финансирование» в разрезе источников.

СО НКО могут заниматься предпринимательской деятельностью, учет которой необходимо вести отдельно от Целевого финансирования, в связи, с чем рекомендуется задействовать счет 23 «Вспомогательное производство».

В зависимости от направления деятельности СО НКО будет строиться аналитика на счетах 20 и счете 23. Организация может заниматься производством любой продукции, которую она может производить в уставных целях, в т.ч. и коммерческих целях, при этом прибыль не распределяется между учредителями. В соответствии с этим аналитический бухгалтерский учет будет строиться по видам выпускаемой продукции. Если СО НКО оказывает услуги, например, образовательные, реабилитационные, культурные и др., то счет 20 в аналитических целях организуется по видам услуг.

СО НКО так же может иметь статус благотворительной организации (не организационно-правовая форма), которые могут оказывать услуги, заниматься производством или оказывать материальную помощь. Особенным здесь является то, что для подтверждения использования целевых средств, зачастую, необходима адресность благотворительной помощи. Счет 20 в благотворительной организации соответствует утвержденной благотворительной программе организации, но при этом весь адресный учет должен вестись в регистрах бухгалтерского учета, а не в прочих регистрах [8; ст.10].

Бухгалтерский учет в СО НКО должен быть организован в соответствии с направлениями деятельности организации. В отличие от коммерческих организаций управленческий, статистический учет должны быть тесно взаимосвязаны, что должно быть отражено в регистрах бухгалтерского учета организации.

Таким образом, постановка бухгалтерского учета предусматривает вариантность. При этом Вид деятельности существенно влияет на постановку учета СО НКО и его ведение. Важнейшим фактором при выборе учета является квалификация и опыт руководителя и бухгалтера СО НКО, которые должны опираться на динамично меняющееся законодательство.

Литература:

1. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 1/2008) «Учетная политика организации» [Принят Приказом Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 18.12.2012)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
2. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 8/2010) «Оценочные обязательства, условные обязательства и условные активы» [Принят Приказом Минфина России от 13.12.2010 N 167н (ред. от 27.04.2012)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
3. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 22/2010) «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» [Принят Приказом Минфина России от 28.06.2010 N 63н (ред. от 27.04.2012)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
4. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 15/2008) «Учет расходов по займам и кредитам» [Принят Приказом Минфина России от 06.10.2008 N 107н (ред. от 27.04.2012)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
5. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 9/99) «Доходы организации» [Принят Приказом Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 27.04.2012)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
6. Положение по бухгалтерскому учету (ПБУ 10/99) «Расходы организации» [Принят Приказом Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 27.04.2012)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
7. О некоммерческих организациях. [Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 21.02.2014)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»
8. О бухгалтерском учете [Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 28.12.2013) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2014)] // Справочная правовая система «Консультанта Плюс»

А. А. Старостенко

СПБГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»

к.э.н., доцент Васина И. Г.

СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СТРАХОВЫМИ ВЗНОСАМИ В МИРЕ

В статье рассмотрены системы налогообложения, применяемые в Европе и США. Выделенные модели рассмотрены с точки зрения примеров, особое внимание уделено видам страховых взносов, их %, порядку формирования налогооблагаемой базы. В заключении подводится итог о возможности использования преимуществ различных систем в РФ.

The article considers the system of taxation applicable in Europe and the USA. Selected models are considered from the point of view of examples, special attention is paid to insurance contributions, %, the order of formation of the tax base. In conclusion summarizes about the use of advantages the different systems in the Russian Federation.

Ключевые слова: налогообложение, страховые взносы, обязательное медицинское страхование, пенсионный фонд.

Key words: taxation, insurance payments, medical insurance, pension fund.

В современном мире один из показателей развитого «гражданского» государства уровень развития социальной политики. Во всех странах социальная защита она выполняет ряд функций, соответствующих основным социальным рискам, которым подвергается человек в течение жизни.

Во всех странах источником финансирования являются страховые отчисления. Как известно финансирование фондов социального страхования, обязательного медицинского страхования, пенсионного фонда в РФ происходит так же за счет уплаченных страховых взносов. В основном собранных отчислений недостаточно для нормального функционирования фондов РФ, и стоит говорить о погашении дефицита фондов за счет федерального бюджета. Поэтому особенно актуально рассмотреть мировой опыт в системе обложения страховыми взносами.

Системы социального страхования и социальной помощи можно классифицировать на 3 типа: либеральная, консервативная и социально-демократическая.

Либеральная модель

Либеральной (англо-саксонской) социальной политикой можно назвать социальную защиту, применяемую в США, Канаде, Великобритании, Австралии. Финансирование таких систем социальной защиты производится как за счет страховых взносов, так и из средств налогообложения. Финансирование семейных пособий и здравоохранения осуществля-

ется из государственного бюджета, а прочих социальных пособий - за счет страховых взносов наемных работников и работодателей.

Например, согласно федеральному закону FICA в США – процент по страховым взносам следующий: 12,4% отчисления с суммы заработной платы идет на социальное страхование и 2,9% на медицинское страхование. При этом половина отчисления оплачивается за счет средств работодателя, а другая половина за счет самого работника (7,65%). Отчисления на социальное страхование взимаются в пределах установленной величины, в 2014 году эта сумма составила – 117 000\$, а на медицинское - со всей суммы дохода. Что касается налогооблагаемой базы – то облагается практически любой доход, полученный работником. Исключение составляют доходы, полученные студентами, чистый доход в пределах 400\$, доход, полученный на ряде политических работ в пределах 1 -2 тысяч долларов. Основные особенности данной модели приведены в таблице 1.

Таблица 1

**Либеральная модель системы социального страхования
и социальной помощи**

<u>Основные черты модели:</u>	<u>Отрицательные качества:</u>
Низкая зависимость между размерами взносов и стоимостью социальных услуг.	Различия между уровнями потребления граждан.
Национальная солидарность.	Небольшая величина социальных выплат.
Бюджетные отчисления доминируют над взносами работников и работодателей.	Сохранение минимальных доходов граждан.
Финансовая основа – бюджетные средства и частное страхование	

Консервативная модель

Консервативная (континентальная) модель социальной защиты применяется в Австрии, Германии, Италии, Франции, странах континентальной Европы, и устанавливает жесткую связь между уровнем социальной защиты и длительностью профессиональной деятельности. В основе этой модели лежит принцип профессиональной солидарности, предусматривающий существование страховых фондов, управляемых на паритетных началах наемными работниками и предпринимателями. Они аккумулируют социальные отчисления из заработной платы, из которых и производятся страховые выплаты.

Финансирование таких систем, как правило, не осуществляется из государственного бюджета, так как принцип бюджетной универсальности противоположен такой модели социальной защиты.

В основе модели лежит принцип актуарной справедливости, когда величина страховых выплат определяется в первую очередь величиной страховых взносов. На сегодняшний день значительное развитие такой системы социальной помощи (строящейся на принципе вспомоществования, а не страхования) приводит к модификации этой модели и появлению и увеличению доли бюджетного финансирования социальной защиты.

Например, в Германии отчисления на медицинское страхование составляет 15,5 %, при этом на долю работодателя приходится 7,3%, на долю работника 8,2% соответственно. Также существуют отчисления на пенсионное страхование (18,9%), страхование от безработицы (3%), страхование от несчастных случаев (1,3% - полностью уплачивается работником). При этом если годовые доходы работника составляют до 8354 евро, то страховые взносы не платятся. Основные особенности данной модели приведены в таблице 2.

Таблица 2

**Консервативная модель системы социального страхования
и социальной помощи**

<u>Основные черты модели:</u>	<u>Отрицательные качества:</u>
Величина социальных пособий находится в пропорциональной зависимости от доходов.	Небольшая степень перераспределения средств.
Корпоративная солидарность.	Наличие проблем у незанятого и незастрахованного населения
Роль государственных структур минимизирована	
Финансовая основа – средства предприятий и корпоративных социальных фондов.	

Социально-демократическая модель

Социально-демократическая модель социальной защиты характерна для скандинавских стран: Дании, Швеции и Финляндии. Социальная защита в данной модели понимается как законное право гражданина. Отличительной чертой скандинавской модели является широкий охват различных социальных рисков и жизненных ситуаций, которые требуют поддержки общества. Получение социальных услуг и выплат, как правило,

гарантируется всем жителям страны и не обуславливается занятостью и уплатой страховых взносов. В целом уровень социальной защищенности, предлагаемый этой моделью, довольно высок.

Финансирование систем социальной защиты, относящихся к данной модели, осуществляется преимущественно за счет налогообложения, хотя определенную роль играют страховые взносы предпринимателей и наемных работников. Единственной частью социальной защиты, выделенной из общей системы, является страхование по безработице, которое является добровольным и управляется профсоюзами. До недавнего времени работающие по найму были практически освобождены от уплаты страховых взносов и участвовали в системе социальной защиты путем уплаты налогов.

Для примера, в Швеции общая ставка страховых взносов составляет на сегодня 31,42%. Большую часть налога в социальные фонды уплачивает работодатель, однако работник, возраст которого не превышает 65 лет, должен также уплачивать взносы на индивидуальное медицинское страхование — 3,95% и пенсионное обеспечение — 1%. Основные особенности данной модели приведены в таблице 3.

Таблица 3

**Социально-демократическая модель системы
социального страхования и социальной помощи**

<u>Основные черты модели:</u>	<u>Отрицательные качества:</u>
Равные права на социальное обеспечение у всех классов.	Слишком высокие налоги.
Высокая степень перераспределения доходов.	Большое влияние государства.
Ведущая роль государства в защите населения.	
Финансовая основа – развитый государственный сектор экономики.	

Таким образом, с учетом зарубежного опыта можно выделить следующие направления совершенствования российской системы социального страхования:

- паритетное участие работника и работодателя в системе уплаты страховых взносов;
- расширение взносной базы для финансирования пенсионного обеспечения и фондов социального и обязательного медицинского страхования.

Литература:

1. Антропов, В.В. Социальная защита в странах Европейского союза - М.: Экономика, 2006.
2. <http://europa.eu/>
3. <http://en.wikipedia.org/>
4. <http://www.kpmg.com>
5. www2.deloitte.com

Д. А. Тимофеева

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ, аудит»

д.э.н., Крылова Т. А.

CAPABILITIES OF BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM FOR THE IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN A COMMERCIAL BANK

Впервые термин системы бизнес-аналитики появился в середине XX века. Однако широкое распространение получил лишь после того, как развитие IT-инфраструктуры позволяет применять сложные информационно-аналитические системы - системы бизнес-аналитики для проведения финансового анализа состояния организации и реализации управленческого учета. Лидером в сфере применения систем бизнес-аналитики являются кредитные организации. Особенностью анализа деятельности банка является анализ денежных потоков в совокупности с учетом того факта, что организация осуществляет свою деятельность в сфере повышенных рисков. Возможности систем-бизнес аналитики к консолидации различной неструктурированной информации позволяет реализовать учитывать данные факторы с минимальными временными затратами. Применение систем бизнес-аналитики позволяет оперативно и качественно интегрировать и анализировать большие объемы данных, что предоставляет компаниям конкурентное преимущество.

Development of IT-infrastructure allows the use of sophisticated information and analytical systems - business intelligence for the financial analysis of the organization and implementation of management accounting. Leader in the application of BI systems are credit institutions. Feature analysis of the bank is the cash-flow analysis in conjunction with the consideration of the fact that the organization carries out its activities in the field of high risks. Capabilities of business intelligence to consolidate various unstructured information allows us to implement these factors into account with minimal time spent. Application of Business Intelligence allows to quickly and efficiently integrate and analyze large amounts of data that provides businesses with competitive advantage.

Ключевые слова: система бизнес-аналитики; коммерческий банк; управленческий учет

Key words: business intelligence system, analysis, managerial accounting

The term " business intelligence " first appeared in 1958 in the article «A Business Intelligence System». [1, p.314] The widespread acceptance of

the term " business intelligence " was 30 years later when, in 1989, the famous Gartner analyst Howard Dresner proposed using BI as an umbrella term for a variety of technologies for decision support. To date, there is the following definition of business intelligence as process of converting data into information and knowledge of the business to support improved decision-making and informal;

- information technology (methods and tools) data collection and consolidation of information and provide business users access to knowledge;

- knowledge of the business, obtained in -depth analysis of detailed data and consolidated information.

Speaking of information technology in modern BI- system usually distinguish the following basic components:

- Means presentation data visualization.

- DWH (Data WareHouse) - is responsible for storing data.

- ETL (Extract Transform Load) - a set of integration tools, performing the task of collecting, transformation, and data consolidation.

- data analysis tools (Data Mining, OLAP)

BI- systems evolve at a rapid pace, respectively expands the scope of their practical application. According to the company T-Adviser, mainly business intelligence system used in highly competitive industries : finance, retail, distribution, oil and energy, pharmaceuticals and telecommunications. [2] This phenomenon is due to the fact that companies operating in the above areas of business, accumulated large amounts of data (tens of terabytes), and the use of business intelligence necessary for effective analysis and decision making, as BI-system helps companies to improve handling and gain a competitive advantages.

More detail on the application of business intelligence in financial and credit institutions. Today the use of BI- systems in credit institutions, in addition to solving the problem of the organization of effective use of resources, forms and provides a holistic functional internal control system, which is using:

- to use of standardized methods and rules of planning, implementation, documentation, audit and the formation of audit reports;

- to ensure transparency of internal audit, including audit committee members;

- to improve efficiency and quality checks;

- to increase the credibility of the information, conclusions and guarantees provided by the management of the credit institution;

- to create automation of management accounting;

- to create operational training local and summary reports.

Tasks integrated strategic planning and stress - testing the prospects of implementing the strategy of the credit institution can be solved on the basis of

dynamic model created in the BI- system that provides accounting overall development objectives of the bank and its possibilities for development of offices and branches. Most productive to date is to use the methodology of engineering business processes based on the balanced scorecard (BSC).

Scenario modeling is implemented using Business Intelligence includes the following scenarios:

- basescenario, taking into account, among macroparameters annual refinancing rate and the exchange rate of the ruble against major currencies at a predetermined value;

- liquidity crisis scenario, taking into account the reduction of borrowed funds in relation to the initial level. Refinancing rate does not change throughout the period of calculation;

- script ruble devaluation by 50% to baseline, Refinancing deemed unchanged throughout the period of calculation

- evolutionary scenario : the bank's development occurs in a stable macroeconomic conditions in the absence of fundamental strategic changes in the balance of the bank.

Distinguish the following stages of development of a dynamic model of scenario development bank. The first step is to identify groups of related parameters : volume, defining the balance sheet; profitable and cost - structural. Next is the description of the relationship between parameter groups. At the final stage, the design of datasets to be optimistic and pessimistic scenarios. Search the most balanced relationship between different sets of parameters are built-in data analysis systems, business intelligence, resulting in the use of BI systems reduces the time required to develop a dynamic model of the development of the bank.

In the automation of management accounting includes the following tasks:

- implementation scenario modeling the financial results of the bank based on the planned operations of the transaction, the bank financial strength rating.

- choosing of the target values of key financial indicators of the bank;

- integration with accounting systems of the credit institution, the data containing the balance sheet and financial results and information on the transactions;

- management reporting;

- evaluating the effectiveness of the bank's activities.

An evaluation of the effectiveness of the bank's activities are analyzing the financial results of the bank, which can identify the following areas of analysis:

- analysis of the bank's income;

- analysis of the costs of the bank;
- analysis of the bank's profits;
- analysis of bank profitability.

For analysis using the following methods :

- ratio analysis;
- factor analysis;
- scenario analysis "what if".

In business intelligence systems for the implementation of the described problems of the financial management of the bank has the following blocks :

- Loading initial data on forms of compulsory bank reporting in standard formats (KLIKO, PTC PDS).

- Manual input and adjustment data reporting forms.

- Calculation of the aggregated balance sheet and income statement (Form 806, 807).

- Calculation of the financial stability of the bank.

- Calculation classification group bank.

- Data input and calculation of the bank's ownership structure transparency and good governance.

- Formation and view analytical reports containing information on the banks' compliance with the terms of the criteria for admission to the deposit insurance and bank classification group.

- the predicted values of financial soundness indicators, assess the economic situation and the implementation of mandatory standards of the bank.

- Formation current plans financial performance structural subdivisions.

- Formation planned budget balance and the bank.

- Formation of the target values of key financial indicators of the structural units and the bank as a whole.

- Scenario modeling financial results of the bank based on the planned operations of the transaction.

- Evaluation of major banking risks based on the analysis of standards and their components.

- Formation information on key performance indicators of the bank and the presentation of analytical information management.

- Stress testing : assessment of damages and the financial condition of the bank after the impact of macroeconomic stress events (used models conform to the recommendations of the Bank of Russia in accordance with the Bank of Russia Letter N 193- T).

These opportunities in business intelligence systems allow automation of the analysis of the bank and financial management of the bank, allow to do

more detailed planning and rapid response to changes in external and internal factors affecting the efficiency of the banking business.

Literature:

1. Н Р Luhn (1958). "A Business Intelligence System".// *IBM Journal* -1958-2 (4)-с.314 doi:10.1147/rd.24.0314.
2. Официальный сайт компании T-Adviser// <http://www.tadviser.ru/index.php>. // дата обращения 10.03.2014
3. А.В. Ступин Системы бизнес-анализа как инструмент внутреннего аудита // "Внутренний контроль в кредитной организации"- апрель-июнь 2012- N 2

Ю. В. Туаева

СПбГЭУ, программа «Учет анализ и аудит в отраслях экономики»
д.э.н., профессор Конопляник Т. М.

РОЛЬ АУДИТА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ

Статья посвящена аудиту финансового состояния предприятия. Проведение анализа финансового состояния предприятия играет немаловажную роль на всех этапах аудиторской проверки: определяет уровень существенности, формирует аудиторские доказательства, проверяет допущение о непрерывности деятельности предприятия.

The article is devoted audit the financial condition of the company. Analysis of the financial condition of the company plays an important role at all stages of the audit: determines the level of materiality, generates audit evidence, checks the assumption of going concern.

Ключевые слова: аудит, финансовое состояние, финансовый анализ.

Key words: audit, audit, financial condition, financial analysis.

Многие предприятия и организации в соответствии с законодательством Российской Федерации подлежат обязательному аудиту. Целью аудита выступает выражение мнения аудитора о правильности, полноте и своевременности отражения фактов и событий в финансовой (бухгалтерской) отчетности, а также о соответствии ведения бухгалтерского учета законодательству. Аудитор проверяет бухгалтерскую отчетность предприятия в соответствии с принципом существенности, что позволяет более детализировано проверить важные и существенные данные и отстраниться от малозначительных и несущественных показателей.

Для выявления наиболее важных данных на начальной стадии проверки аудитору необходимо определение уровня существенности. Боль-

шинство аудиторов проводят горизонтальный и вертикальный анализы отчетности для определения уровня существенности и оценки степени аудиторского риска. Также финансовый анализ состояния предприятия выявляет проблемы предприятия, что позволяет выявить целесообразные для углубленной проверки разделы, сформировать стратегию дальнейшей проверки.

Также на стадии планирования, помимо определения уровня существенности, аудитор должен ознакомиться с деятельностью и особенностями проверяемого предприятия, что подразумевает следующее:

1. Изучение и анализ общеэкономических факторов: состояние экономики, государственная политика, показатели инфляции, курсы валют.

2. Отраслевые факторы: состояние отраслевого рынка, конкуренция, цикличность деятельности, отраслевые особенности бухгалтерского учета, основные экономические и статистические данные.

3. Состояние проверяемого предприятия: управляющая структура, основные финансовые показатели предприятия и тенденции их изменения, характер деятельности проверяемого предприятия, выявление проблем и причин их возникновения, установление подлежащих тщательной проверке существенных моментов.

При оценке состояния проверяемого предприятия аудитор анализирует такие основные показатели финансовой отчетности, как:

1) показатели ликвидности и платежеспособности:

- коэффициенты абсолютной и текущей ликвидности;
- показатель обеспеченности обязательств активами;
- степень платежеспособности предприятия по текущим

обязательствам;

2) показатели финансовой устойчивости:

- коэффициент автономии;
- коэффициент обеспеченности собственными оборотными

средствами;

- доля просроченной кредиторской задолженности в пассивах;

- показатель отношения дебиторской задолженности в совокупным

активам;

3) показатели деловой активности:

- рентабельность активов;
- норма чистой прибыли.

При проведении этапа сбора аудиторских доказательств финансовый анализ предприятия может выступать в качестве аудиторского доказательства в виде формирования оценки достоверности учета. Такая оценка является косвенным доказательством, на основании которого аудитор при-

нимает решение о необходимости проведения других аудиторских процедур, которые в большей степени ориентированы на получение прямых доказательств.

При проведении аудиторской проверки аудитор использует различные аналитические процедуры, основным принципом которых является дедуктивный метод – от общего к частному. В ходе таких процедур воспроизводится логическая и хронологическая последовательность хозяйственных фактов и событий предприятия, определяется их влияние на результаты деятельности в целом. Например, существенный абсолютный прирост статьи баланса текущего периода по сравнению с предшествующим может быть вызван ошибкой в учете. И аудитору следует определить – является ли это необычным колебанием или нормальным экономическим явлением.

В соответствии с правилом аудиторской деятельности № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности» аудит должен проверить уместность допущений руководства о непрерывности деятельности организации. Таким образом, аудитор должен представить подтверждающие или опровергающие доказательства об оценке способности предприятия продолжать свою деятельность как минимум в течение 12 месяцев. При оценке непрерывности деятельности аудитор исходит из различных признаков, в том числе финансовых:

1. Отрицательное значение чистых активов.
2. Значительные показатели убытка от основной деятельности.
3. Существенное отклонение финансовых коэффициентов, характеризующих финансовое положение предприятия, от обычных и нормальных значений.
4. Неспособность погашения кредиторской задолженности в установленные сроки.
5. Приближающийся срок возврата заемных и привлеченных средств при отсутствии перспективы возврата или продления срока займа, а также финансирование долгосрочных активов посредством краткосрочных займов.
6. Существенное изменение схемы оплаты товаров (работ, услуг) поставщикам при использовании коммерческого кредита или рассрочки платежа.
7. Неспособность получить финансирование или инвестиции для необходимого развития деятельности.
8. Выявление установленных законодательством РФ признаков банкротства.

Также сомнение о непрерывности деятельности может быть вызвано нефинансовыми причинами, например: потеря значительной доли рынка

сбыта, нехватка трудовых ресурсов, судебные разбирательства, негативное состояние в экономике.

Аудит финансового состояния предприятия имеет свои особенности, на которые аудитор обращает внимание в первую очередь:

- величина чистых активов,
- показатели убытков и задолженности,
- резкие изменения отдельных статей баланса,
- обеспеченность собственным капиталом,
- соотношение собственного и заемного капитала,
- тенденции роста и снижения показателей, динамика показателей за ряд лет,
- соотношение кредиторской и дебиторской задолженности и др.

Также аудитор должен быть информирован о событиях, произошедших после даты составления финансовой отчетности до даты представления аудиторского заключения. При этом аудитору следует оценить возможное влияние данных событий на результаты финансовой отчетности.

Результаты проведенного финансового анализа состояния предприятия должны быть оформлены документально с указанием используемых процедур и методов проверки. Выводы по финансовому состоянию могут привести аудитора к уверенности или к сомнениям по поводу точности учета, полноты отчетности или соответствия законодательству. Сомнения могут быть опровергнуты при дополнении информационной базы, в противном случае – аудиторское заключение может быть модифицированным.

Ю. А. Хитрова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
д.э.н., доцент Пономарева С. В.

АВС-МЕТОД КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКТА И УЧЕТА ЗАТРАТ В МНОГОПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭМС»

Организация деятельности современной компании в части калькулирования себестоимости и учета затрат разительно отличается от того, как вели такой учет компании двадцать-тридцать лет назад. В конце XX века как на производственных предприятиях, так и в организациях сервисного обслуживания, калькулирование велось с использованием традиционных методов. Сегодня же характер работы изменился, на первый план вместе с основными производственными выходят непроизводственные накладные затраты. В такой ситуации считаем правильным исследовать использование АВС-метода, пооперационного метода учета затрат на примере многопрофильной организации.

Organization of a modern company in terms of cost accounting and calculation of the cost is very different from those it used to be twenty-thirty years ago. At the end of the twentieth century as manufacturing enterprises and in service organization, the calculation was carried out using traditional methods. Today, the nature of work has changed, along with the main production are unproductive overhead costs. In this situation, consider to explore using of ABC-method, functional method of cost accounting, for example, in a multidisciplinary organization.

Ключевые слова: пооперационное калькулирование; измеритель затрат; драйвер

Key words: activity based costing; level of costs (meter costs); cost driver

Несколько десятилетий назад, преобладали и, собственно, были известны только традиционные системы калькулирования производственных затрат. В то время большинство компаний производили узкий ассортимент продукции, и подавляющим большинством производственных затрат были затраты на основные материалы и на труд основных производственных рабочих. [1, с. 221] Накладные расходы были незначительны, вследствие чего искажения производственных затрат из-за некорректного распределения таких расходов на продукцию были невелики. Применение более сложных, новых методов распределения затрат было неоспоримо высоким, поэтому использование таких методов очевидно не было популярным.

В конце двадцатого столетия в США продолжал развиваться подход, который стал применяться «с легкой руки» Роберта С. Каплана и Робина Купера, ученых в области стратегического менеджмента, еще в 80-х годах XX века, основанный на управлении операциями. Кроме АВМ (activity based management) - менеджмент операций, и АВБ - пооперационное бюджетирование (activity based budgeting), он включает АВС (activity based costing) - *пооперационное калькулирование*.

Система АВС делает акцент на «обслуживающий» компонент компаний, а не на прямые материальные и трудовые затраты, связанные с производственными операциями. АВС обращается к вспомогательным ресурсам, т.е. ресурсам, обеспечивающим закупку необходимых ресурсов, производственное планирование, проектирование, поддержку производственных процессов и конечный продукт, работу с клиентами и обработку их заказов.

Согласно АВС-методу предприятие рассматривается как набор рабочих операций. В процессе работы потребляются ресурсы, возникает результат. [4, с. 145]. В рамках системы учета затрат по функциям управление затратами в долгосрочном плане осуществляется через контроль деятельности, которая их вызывает. Хорошо спроектированная АВС-система позволяет избежать искажений при распределении издержек, уменьшая возможность усреднения накладных издержек, что характерно для традиционных систем учета затрат.

В себестоимости продукции учитываются все затраты – как прямые, так и косвенные. Причем проблема распределения накладных затрат по некорректно выбранной базе отсутствует. При использовании этого метода нет необходимости разделять затраты на переменные и постоянные. Следовательно, все издержки предприятия становятся более эффективными для принятия управленческих решений. [5]

Для деятельности современной организации характерно увеличение доли накладных расходов. В такой ситуации общепринятые подходы к распределению накладных затрат могут привести к неверным управленческим решениям, поэтому целесообразно использовать новые подходы. Это особенно необходимо, если организация имеет многопрофильный характер деятельности.

Список деятельности ООО «ЭМС» достаточно обширен: от ремонта судовых высокотехнологичных установок, до поставки топлива на суда и котельные. Часто происходит так, что затраты, которые понесены в связи с ремонтом и обслуживанием судов непомерно велики, и окупаются только благодаря прибыли, полученной от продажи топлива и горюче-смазочных материалов (ГСМ). Считаем такое положение дел компании недопустимым и предлагаем распределять в том числе накладные расходы с помощью предлагаемой нами системы распределения затрат АВ-costing.

Многие авторы, в том числе Вахрушина М. А., Ивашкевич В.Б., Соколов Я. В. отмечают, что есть компании, но их меньшая часть, которая использует АВС как основу для своей системы учета затрат, другие внедряют АВС выборочно, применительно к отдельным подразделениям компании или к набору специфических (отдельных) операций. Такая схема используется и в ООО «ЭМС».

Обратившись к книге Р. Гаррисона, отметим использование автором термина *измеритель активности*, или фактор затрат - это база распределения затрат в АВС.

Система АВС выделяет 5 уровней активности:

- 1) активность на единицу продукции (связана с объемом производства);
- 2) активность на партию продукции (не связана с объемом производства);
- 3) активность на продукт (не связаны с производством);
- 4) активность на потребителя (не связаны с производством);
- 5) расходы на содержание организации (не связаны с производством).

Важнейшим показателем управления затратами является так называемый *драйвер*, или носитель затрат действия. Драйвер — это фактор, который оказывает наибольшее влияние на затраты процесса и может быть количественно измерен. Такими носителями могут быть количе-

ство поставок сырья и других ресурсов, заказов на покупку, количество тонн погрузки и выгрузки, число визитов посредников по продаже к покупателям, количество наладок оборудования, число заказов на продажу и др. Отметим, что зная причину возникновения определенных накладных расходов, можно обоснованно отнести их на себестоимость отдельного продукта, поэтому для каждого вида накладных расходов необходимо определить драйвер затрат.

Рассмотрев основные виды деятельности компании, можем предложить выделить следующие группы и подгруппы видов деятельности:

1. Обслуживание судовых и стационарных дизельных установок на всех этапах работы оборудования:

1) монтажные и пуско-наладочные работы систем автоматизации дизель - генераторов различного назначения;

2) ремонт и сервисное обслуживание судовых и стационарных дизелей различной мощности;

3) ремонт и обслуживание вспомогательного судового оборудования;

4) оказания консультативных и информационных услуг российским и иностранным юридическим и физическим лицам.

2. Поставка оборудования:

1) поставка дизель-генераторов;

2) поставка запасных частей для ремонта дизельных установок;

3) аренда дизель-генераторов.

3. Перепродажа нефтепродуктов и смазочных материалов.

Сгруппируем виды деятельности по группам расходов и соответствующим уровням активности:

Во многих организациях, в том числе и в исследуемой, себестоимость накладных расходов отдельно не рассматривается, все расходы распределяются по традиционной системе и относятся на продукт. Исследование показало, что в силу многопрофильности организации в компании должен быть организован управленческий, производственный учет, используя современный метод учета, по операциям или функциям. ABC-информация может использоваться как для текущего управления, так и для стратегических решений.

Кроме явных преимуществ рассмотренной системы многие авторы [1, 3, 4, 5] выделяют ряд недостатков метода:

1) сложность системы учета и управления затратами;

2) увеличение затрат на создание и эксплуатацию самой системы;

3) трудности с определением операций и распределением затрат по группам;

4) трудности с определением и выбором драйверов затрат;

5) отсутствие подходящего программного обеспечения и нехватка подходящих ресурсов

Измерители активности и драйверы затрат

Виды деятельности	Группы расходов, драйверы	Измеритель (уровень) активности
1	2	3
Пуско-наладка двигателя дизель-генераторной установки	Двигатель ДГУ	Количество ремонтируемых двигателей ДГУ (единиц продукции)
Ремонт ДГУ	ДГУ	Количество дизель-генераторных установок (виды продукции)
Техническое обслуживание ДГУ	Система автоматизации комплекса ДГУ	Количество ремонтируемых комплексов
Поставка оборудования	Запасные части, оборудования	Количество поставленных запасных частей
Перепродажа нефтепродуктов и ГСМ	ГСМ	Количество поставленного топлива (тонны)

Отметим, что некоторые зарубежные специалисты утверждают, что эти публикации, описывающие преимущества метода – это пример манипулирования для демонстрации преимуществ учета затрат по функциям, а именно постановка акцента на том, что использование традиционной системы учета затрат – «соломенного чучела» - заведомо недолговечно и нежизнеспособно. Таким образом, достоинства предложенной системы (учета затрат по функциям) налицо. Однако, как утверждают эти авторы, система ABC редко сравнивают с жизнеспособной альтернативой, т.е. с подходом «в интересах принятия решений». [7, с. 227]

Литература:

1. Вахрушина М. А., *Управленческий анализ: учеб. пособие для студентов, обучающихся по спец. «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»* // М. А. Вахрушина – 6-е изд., испр. – М.: «Издательство Омега-Л», 2010. – 399 с.
2. Гаррисон Р., Норин Э., Брюэр П., *Управленческий учет*, 12-е изд. // Пер. с англ. под ред. М. А. Карлика. – СПб: Питер. 2010. – 592 с.
3. Ивашкевич В.Б. *Бухгалтерский управленческий учет: Учебник.* - М.: Магистр; ИНФРА-М, 2011. 576 с
4. Керимов В.Э. *Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отдельных отраслях производственной сферы: Учебник.* - М.: ИТК «Дашков и К», 2005. 484 с.

5. Маняева В.А., ABC-метод - информационная система стратегического управленческого учета расходов по видам деятельности // Международный бухгалтерский учет. – 2011. - №2

6. Соколов Я. В., Управленческий учет: Учебное пособие (магистратура) // Под ред. Проф. Я. В. Соколова. – М.: Магистр, 2010 – 428 с.

7. Хорнгрен Ч., Фостер Дж, Датар Ш., Управленческий учет, 10-е изд.// Пер. с англ. – СПб: Питер, 2007 – 1008 с.

Ю. М. Храповицкая

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н. Масино Н. Н.

ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ЖКХ

В данной статье рассматриваются проблемы и порядок формирования тарифов ЖКХ. Проанализированы особенности ценообразования и процесс его регулирования. Показаны федеральные стандарты, которыми необходимо руководствоваться при утверждении тарифов.

In this article problems and an order of formation of tariffs of housing and communal services are considered. Features of pricing and process of its regulation are analysed. Federal standards by which it is necessary to be guided at the statement of tariffs are shown.

Ключевые слова: ЖКХ, тариф, ценообразование, тарифная политика.

Key words: Housing and communal services, tariff, pricing, tariff policy.

Жилищно-коммунальное хозяйство - сектор экономики, который работает по регулируемым ценам и тарифам. То есть тарифы на услуги коммунальных предприятий рассчитываются по специальным методикам и утверждаются соответствующими органами власти.

Тарифную политику в сфере ЖКХ формирует Правительство РФ совместно с федеральными органами исполнительной власти - Федеральной службой по тарифам РФ, Минрегионразвития, Минпромэнерго, Минэкономразвития и др., а также региональными и муниципальными органами исполнительной власти в области тарифного регулирования - Региональными энергетическими комиссиями, региональными и муниципальными комитетами, департаментами, службами по регулированию цен и тарифов.

Направленность тарифной политики государства в настоящее время определяется [1]:

- необходимостью модернизации всей совокупности инженерно-технических сетей (электрических, тепловых, сетей водоснабжения и водоотведения) и покрытия соответствующих затрат предприятий;
- необходимостью привлечения инвестиций в отрасль;
- необходимостью сдерживания значительных темпов роста тарифов на энергоресурсы и услуги ЖКХ.

Основы тарифного регулирования в ЖКХ определены в Постановлении Правительства РФ от 14.07.2008 №520 «Об основах ценообразования и порядке регулирования тарифов, надбавок и предельных индексов в сфере деятельности организаций коммунального комплекса».

Ценообразование в ЖКХ характеризуется следующими особенностями [2]:

- действующие тарифы не в полной мере покрывают местные издержки предприятий-производителей услуг в ЖКХ;
- при формировании тарифов широко применяется перекрестное субсидирование, когда заниженные тарифы на услуги одной группы потребителей (населения) покрываются завышенными тарифами на предоставление коммунальных услуг для других потребителей;
- тарифы имеют затратный характер, поскольку большинство из них формируется исходя из местных издержек;
- имеет место значительное разнообразие уровней и видов тарифов в связи с территориальными различиями производства и услуг; во многих случаях столь значительная дифференциация в тарифах на одинаковые услуги экономически не обоснована;
- предусматривается социальная ориентация тарифов для населения, обусловленная предоставлением жилищно-коммунальных услуг на льготных условиях; заниженный уровень тарифов предусматривает наличие системы бюджетных дотаций;
- в тарифах практически не учитываются качественные параметры предоставляемых услуг, а также условия их производства и потребления.

В чем особенности тарифов ЖКХ и процесса их регулирования?

Тарифы представляют собой разновидность оптовых или розничных цен и устанавливаются преимущественно на услуги общественного характера или продукцию, связанную с предоставлением общественно значимых услуг. К таковой рода услугам как раз относится продукция жилищно-коммунального хозяйства, поскольку она предоставляет населению и другим потребителям в централизованном порядке или с участием государственных (муниципальных) органов управления.

В соответствии с действующими правилами размер тарифов на жилищно-коммунальные услуги регулируется органами власти. Преимущественное право регулирование тарифов имеют в настоящее время местные власти. На некоторые виды услуг регулирование тарифов осуществляется совместными решениями властей. Тарифные ставки зависят от вида потребителей (население, бюджетные организации, коммерческие фирмы и т.п.), а также от социально-экономических, природно-климатических, геополитических и прочих факторов.

Разработка, согласование и утверждение тарифов на оплату жилья и коммунальных услуг должны осуществляться по следующей процедуре:

- организации ЖКХ разрабатывают экономически обоснованные тарифы на услуги жилищно-коммунального хозяйства;
- орган по регулированию тарифов (соответствующий отдел, управление, департамент администрации либо специализированная постоянно действующая комиссия) рассматривает представленные на согласование тарифы, обоснования к ним, соответствие их уровня гарантированным договорами обязательствам организаций ЖКХ по объему и качеству предоставляемых услуг, а также акт экспертизы (аудита) тарифов, вносит соответствующие коррективы, согласовывает их направляет на утверждение в орган местного самоуправления;
- орган местного самоуправления с учетом установленных региональных стандартов уровня платежей граждан, решений региональных энергетических комиссий, соответствующим постановлением утверждает величину экономически обоснованных тарифов, тарифов для населения и других групп потребителей на услуги жилищно-коммунального хозяйства (кроме тарифов на электрическую энергию и газ).

В переходный период при утверждении тарифов для населения субъекты Российской Федерации и органы местного самоуправления должны руководствоваться ежегодно утверждаемыми федеральными стандартами [3]:

- стоимости предоставления жилищно-коммунальных услуг на 1 кв.м. общей площади жилья;
- уровня платежей граждан в процентах от стоимости предоставления жилищно-коммунальных услуг (экономически обоснованного тарифа);
- максимально допустимой долей собственных расходов граждан на оплату жилья и коммунальных услуг в совокупном семейном доходе, исходя из социальной нормы площади жилья, нормативов потребления коммунальных услуг.

Соблюдение федеральных стандартов служит основанием для предоставления бюджетам субъектов Российской Федерации трансфертов. В то же время утвержденные на федеральном уровне стандарты не отменяют права органов местного самоуправления в течение переходного периода самостоятельно устанавливать уровень платежей граждан, однако установление предельного уровня ниже величины федерального стандарта не может служить основанием для перераспределения бюджетных средств.

При утверждении тарифов на услуги водоснабжения, водоотведения, теплоснабжения, горячего водоснабжения органы местного самоуправления должны также исходить из необходимости постепенной ликвидации перекрестного субсидирования.

Система тарифного регулирования в ЖКХ еще нуждается в доработке, чтобы в полной мере обеспечивать баланс интересов потребителей ус-

луг и ресурсоснабжающих организаций, а также соответствовать инвестиционным потребностям отрасли.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 30 декабря 2004 г. N 210-ФЗ «Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса».
2. Постановление Правительства РФ от 14.07.2008 №520 «Об основах ценообразования и порядке регулирования тарифов, надбавок и предельных индексов в сфере деятельности организаций коммунального комплекса».
3. Постановление от 21 февраля 2013 г. N 146 «О федеральных стандартах оплаты жилого помещения и коммунальных услуг на 2013 - 2015 годы».

Цай Лу

СПбГЭУ, программа «Учёт, анализ и аудит в отраслях экономики»
к.э.н., доцент Тумашик Н. В.

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В КИТАЕ

В статье рассматриваются исторические аспекты регулирования бухгалтерского учета в Китае до и после образования Китайской народной республики, а также дана характеристика этапов реформирования нормативного регулирования бухгалтерского учета, связанного с необходимостью внутригосударственного и международного урегулирования норм бухгалтерского учета.

The article deals with the historical aspects of accounting regulations in China, before and after the founding of the People's Republic of China. It also looks at the characteristics of the different stages of reform of regulatory accounting associated with the need of both domestic and international regulatory accounting standards.

Ключевые слова: Бухгалтерский учет, нормативное регулирование, реформирование, нормативные документы, закон.

Key words: Accounting, regulatory reform, regulatory documents, the law.

На современном уровне экономической интеграции стран, бухгалтерский учет становится одним из средств международного общения. Опыт развития бухгалтерского учета в Китае имеет большое значение для разных стран. Государственный контроль ведения бухгалтерского учета в Китае осуществляется на протяжении многих лет истории. Тенденция государственного регулирования получила наиболее полное завершение после 1949 года, что связано с развитием отраслевых видов учета.

Одно из первых упоминаний о правовом регулировании бухгалтерского учета появилось к 771 до н.э. В регламенте «Чжоули-Тянь-гуань»

идет речь о ежедневном и ежемесячном сведении данных, годовом отчете и должностном лице, ответственном за расчет поступлений и расходов налогов и сборов. Начиная с Цинь (221 – 207 гг. до н. э.) и Хань (206 г. до н. э. – 8 г. н. э.), династиями стали создаваться бухгалтерские структуры и назначаться лица, ответственные за составление отчетности, а также разрабатывались правовые установления. На протяжении всей истории бухгалтерский учет в Китае был под жестким контролем государства. Ситуация не изменилась с провозглашением Китайской Республики в 1911 году, а также с образованием в 1949 году Китайской народной республикой (далее КНР).

В таблице 1 представлена периодизация развития нормативного регулирования бухгалтерского учета после образования КНР.

После образования КНР в декабре 1949 года в правительстве была создана специальная структура, областью деятельности которой было государственное регулирование бухгалтерского учета. С января 1951 года Государственным административным Советом КНР было предоставлено Министерству финансов право регулирования бухгалтерского учёта государственных предприятий, включая разработку систем учета и утверждение различных форм отчетности. Финансовые отделы провинций, автономных районов и муниципалитетов могли определять дополнительные правила ведения учета и представлять их для утверждения и регистрации в вышестоящие инстанции. Первые годы новое правительство продуктивно вело деятельность по правовому регулированию бухгалтерского учета и отчетности. Характерной чертой данной деятельности было проведение конференций на регулярной основе, в результате которых вносились коррективы в законодательство. Первая конференция Министерством финансов Китая была созвана в ноябре 1951 года, в ходе обсуждения которой были определены объекты учета промышленных предприятий и разработаны единые формы отчетности. Далее Министерство Финансов разработало следующие нормативные документы: «Метод регистрации бухгалтерских книг и заполнения отчетной документации государственных предприятий»; «Временный метод годового учёта (ревизии) имущества государственных предприятий»; «Метод ведения бухгалтерского учёта на государственных промышленных предприятиях».

В октябре 1952 года была проведена вторая конференция, а в период с 1961 по 1965 год - еще две, в результате которых совершенствовалась система бухгалтерского учета. В этот период было принято большое количество актов по бухгалтерскому учету, в том числе «Правила расчёта себестоимости на государственных промышленных предприятиях», «План счетов предприятий, совместно эксплуатируемых государственным и частным капиталом» и т.д. При этом в процессе законодательно-

нормативного регулирования участвовало Министерство Финансов КНР, опубликовавшее «Уведомление о сроках хранения бухгалтерских архивов предприятиями, административными и деловыми единицами» и ряд других актов, и Государственный совет КНР, который разработал положение «Об учреждении должности главного бухгалтера на государственных предприятиях и предприятиях связи».

Таблица 1

**Периодизация развития нормативного регулирования
бухгалтерского учета в Китае**

Периоды	Характеристика
Первый период - становление и начальное развитие социалистического учета (1949-1957 гг.).	Была создана единая система учета, в рамках которой рассматривается порядок составления первичных документов, учет хозяйственных операций и их отражение на счетах, особенности формирования показателей отчетности.
Второй период - упадок бухгалтерского учета, во время так называемого «большого прыжка» (1958-1960 гг.).	В Китае появляются идеи, целью которых является переход от «старого» учета к «новому». На практике это привело к отсутствию системного подхода к методике и организации учета, к его упрощению, отказу от составления учетных регистров (бухгалтерских книг и т.п.), к намерению составлять бухгалтерский баланс предприятия по данным первичной документации.
Третий период - упорядочивание и усовершенствование бухгалтерского учета (1961-1965 гг.).	К этому периоду относятся публикации таких нормативных документов, как «Правила учета государственных предприятий» и многие другие. В результате усилий, предпринятых в стране, был преодолен хаос, и воссоздана система бухгалтерского учета.
Четвертый период - «культурная революция» (1966-1975 гг.).	Способ двойной записи называли капиталистическим. Значительно сократилось количество научных исследований в области бухгалтерского учета. Только в трех высших учебных заведениях страны осуществляли подготовку специалистов по специальности «Бухгалтерский учет».
Пятый период - упорядочивание и ускорение развития бухгалтерского учета (после 1976 гг.).	После преодоления застоя начал усиление роли бухгалтерского учета в управлении производством. В этих условиях, работа по совершенствованию методологии и организации бухгалтерского учета в организациях и на предприятиях, усилилась научно-исследовательскую работу, значительно возросло количество научных работников в системе бухгалтерского учета.

Во второй половине 1960-х годов наступает период «культурной революции», который также оказал влияние на развитие правовой деятельности в области учета. В 1973 году Министерством финансов были разработаны лишь «Правила бухгалтерского учёта на государственных предприятиях (в опытном порядке)».

Вскоре работа по созданию правовых основ бухгалтерского учета была продолжена. С 1978 году по 1981 годы, Госсовет опубликовал «Правила исполнения обязанностей сотрудниками бухгалтерии» и «Временное установление о бухгалтерских кадрах», а Министерство финансов КНР разработало положение «Систем бухгалтерского учёта на строительных, совместных и других предприятиях».

Основным документом, регулирующим бухгалтерский учет в Китае, является Закон КНР «О бухгалтерском учете», который принят в 1985 году, в котором большое внимание уделяется ответственности бухгалтеров за достоверное ведение учета. Главные бухгалтеры или ответственное лицо бухгалтерского учета не назначаются или не освобождаются произвольно. Кадровые перестановки в государственных учреждениях и коммерческих организациях производятся по согласованию с высшими учреждениями, под чьей юрисдикцией они находятся.

В настоящее время нормативно-правовые документы, регулирующие ведение бухгалтерского учета в Китае, подразделяются на две группы. Первая включает правовые акты специального характера, содержащие отдельные требования к ведению бухгалтерского учёта и отчётности, вторая – базовые источники правового регулирования. К первой группе относится Закон КНР от 4 сентября 1992 года (с изм. от 28 февраля 1995 года) «Об управлении взиманием налогов», содержащий специальный раздел II «Контроль ведением бухгалтерской отчётности и прочей хозяйственной документацией». Вторая группа нормативных документов по регулированию бухгалтерского учета включает положения, которые определяют правила ведения бухгалтерского учета и другие связанные с ним вопросы. К нему относятся такие нормативные документы как Закон «О сертификации профессиональных бухгалтеров», вступивший в силу с 1 января 1994 года; «Нормы отчётности предприятий», утвержденные Государственным Советом КНР 16 ноября 1992 года; уведомление Министерства финансов КНР и Государственного комитета по реформе экономической системы от 25 мая 1995 г. «О системе отчётности экспериментальных паевых предприятий» и т.д.

Процессы глобализации экономики поставили перед всеми странами общую задачу - поиск единого информационного языка бизнеса, а именно языка формирования финансовой отчетности. Эта задача стала основной и

для КНР, которая является одной из крупнейших мировых держав. Реформирование нормативного регулирования бухгалтерского учета в Китае можно подразделить на четыре этапа, которые имеют соответствующие особенности экономического развития и системы бухгалтерского учета и отчетности (табл. 2).

Таблица 2

**Этапы реформирования нормативного регулирования
бухгалтерского учета**

Периоды	Характеристика
Первый этап (1978-1992 гг.)	Наличие товарной экономики. Отчётность о деятельности отдельных компаний не представлялась в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО)
Второй этап (1992-2000 гг.)	Период привлечения иностранных инвестиций, создание системы бухгалтерского учёта для пилотных акционерных обществ
Третий этап (2001-2006 гг.)	Параллельное существование китайской (национальной) системы бухгалтерского учёта и положений по бухгалтерскому учёту, частично интегрированных с МСФО
Четвёртый этап (с 2007 г. по настоящее время)	Период интеграции национальных стандартов с МСФО, в течение которого китайские положения по бухгалтерскому учёту по своей сути были приведены в соответствие с нормами МСФО

Таким образом, с 90-х годов XX в., в соответствии с требованиями развития рыночной экономики и реформирования экономической системы, в Китае проведены значительные реформы в области регулирования бухгалтерского учета, поэтапно осуществлено внутригосударственное и международное урегулирование норм бухгалтерского учета, созданы совместимые с национальной экономической системой и уровнем экономического развития положения по бухгалтерскому учету, что, в конечном счете, позволило достигнуть сопоставимости бухгалтерской информации и повышения ее качества. Появление новых положений по бухгалтерскому учету по различным направлениям в условиях рыночной экономики уменьшило разрыв между национальными правилами по бухгалтерскому учету и международными стандартами финансовой отчетности.

А. Н. Цой

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит
в отраслях производственной сферы»
д.э.н., профессор Алексеева М.Б.

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТНОЙ СИСТЕМЫ

В современных условиях быстрого изменения нормативно-законодательной базы разработчики бухгалтерских информационных систем стремятся обеспечить гибкость своих программ, возможность их настройки. В представленной работе рассмотрены интегрированные информационные системы бухгалтерского учета.

In modern conditions of rapid changes in normative-legislative base of developers of accounting information systems aim to provide the flexibility of your programs the ability to configure them. The paper considers integrated information system of accounting.

Ключевые слова: учетная система, бухгалтерский учет, интегрированные информационные системы, автоматизация учетной системы

Key words: accounting system, accounting, integrated information system, automation of accounting system

В настоящее время большое значение для организации учетной системы на предприятии является использование информационных технологий, которые являются составными частями учетной информационной системы. За последнее десятилетие фирмами, специализирующимися на поставке программной продукции для автоматизации учета, разработаны и внедрены на предприятиях большое количество пакетов систем бухгалтерского учета. Существующие программы постоянно совершенствуются, выпускаются их новые версии. При организации учетной системы администрации предприятия необходимо выбрать программу в соответствии со спецификой производственно-хозяйственной деятельности, финансовыми возможностями и другими особенностями данного предприятия. Одним из ключевых факторов выбора программы специалисты считают размер предприятия. Выбор программного обеспечения учета, которое не отвечает размерам предприятия, приведет к финансовым потерям и, возможно, будет иметь тяжелые организационные последствия. Это объясняется тем, что программное обеспечение бухгалтерского учета четко делится по категориям пользователей (размерам предприятий) и соответственно по цене. Если малое предприятие приобретет программу для средних (больших) предприятий, оно сможет организовать необходимую учетную систему, но будет иметь неоправданные финансовые затраты, а крупное предприятие не сможет компьютеризировать свою учетную систему с помощью программного обеспечения, предназначенного для малых предприятий [1, с.142].

В настоящее время на российском рынке существуют следующие пакеты программ для ведения бухгалтерского учета на малых предприятиях: «Баланс в 5 минут» (фирма «Аквилон»); «БухКомплекс» («Атлант-Информ»); «КомТех» («Компьютерные технологии»); «1С-Бухгалтерия» («1С»); «Парус» («Парус»); «Турбо-бухгалтер» (ДИЦ); «Янус» («Порт»); «Экфин» («Макро-Башкирии»); «БЭСТ-ОФИС» («Интеллект-сервис») и др.

Пакеты информационных систем бухгалтерского учета, используемые на средних предприятиях: «Бухгалтерия» («Новые системы»); «БухКомплекс» («Атлант-Информ»); «Гобсек» («Аклиз»); «Финэко» («Авэр»); «БОСС-бухгалтер» («АйТи»); «БЭСТ» («Интеллект-Сервис»); «КомТех» («Компьютерные технологии»); «Парус» («Парус»); «Лука» («Плюс/Микро ЛТД»); «Капитал» («Аспект»); «Галактика» («Галактика»); «Инфо-Бухгалтер» («Информатик»); «Интегратор» («Инфософт») и др.

Пакеты информационных систем бухгалтерского учета, используемые на крупных предприятиях: «Галактика» («Галактика»); «Парус» («Парус»); «БОСС» («АйТи»); «БЭСТ» («Интеллект-Сервис»); «Лагуна» («Аккорд-Софт»); «Флагман» («Инфософт»); «ABACUS FINANCIAL» («Омега»); NS 2000 («Никос-Софт»); «Конкорд» («Колумбус АйТи Партнер»); «АКСАПТА» («Колумбус АйТи Партнер») и др.

Более широкие возможности по сравнению с классом «мини-бухгалтерия» предоставляют пользователям и обеспечивают ведение учета по основным участкам интегрированные информационные системы бухгалтерского учета. Отличительной особенностью является возможность организации учета на нескольких компьютерах с объединением данных в одной базе, на основе которой формируется отчетность.

Также ориентированы на функционирование в небольших хозяйственных субъектах программные продукты этого класса, хотя нередко используются на средних и даже крупных предприятиях. Наиболее известными программными пакетами этого класса являются «Парус» («Парус»), «БЭСТ» («Интеллект-Сервис»), БОСС («АйТи»).

Комплексы бухгалтерских АРМ ориентированы на использование в бухгалтериях средних и крупных предприятий при наличии явного разделения функций между бухгалтерами. Бухгалтерский комплекс представляет собой систему из отдельных взаимосвязанных АРМ (например, «Финансы», «Заработная плата», «Склад», «Торговый зал» и др.), каждое из которых предназначено автоматизации отдельного участка бухгалтерского учета. Работа отдельных АРМ может быть организована как на одном, так и на разных компьютерах, объединенных в локальной вычислительной сети. Совместная работа различных АРМ обеспечивается чаще всего через АРМ главного бухгалтера.

Помимо собственно бухгалтерских АРМ, в систему могут быть включены АРМ руководителя предприятия, менеджера коммерческого

отдела, АРМ по учету кадров и др. Последний имеет тесную взаимосвязь с АРМ по расчетам с персоналом по оплате труда. Примерами таких бухгалтерских комплексов являются продукты фирм «Галактика», «Интеллект-Сервис», «Омега», «АйТи», «1С» и др.

Следующий классификационный признак - это уровень автоматизации всей системы управления предприятием. «Простая бухгалтерия» автоматизирует в системе управления предприятия только решение задач бухгалтерского учета. Она характерна для малых и средних предприятий. «Простая бухгалтерия» является основной информационной системой предприятия и предоставляет достоверную информацию о производственно-хозяйственной деятельности всех участников системы управления предприятия.

Бухгалтерская информационная система в комплексной системе автоматизации играет роль подсистемы и отвечает за организацию учетной системы предприятия. Комплексные системы автоматизации чаще внедряются на средних и крупных предприятиях.

Как отдельный класс рассматриваются корпоративные системы в настоящее время среди программного обеспечения в области бухгалтерского учета и финансов.

Корпоративная информационная система автоматизирует все функции управления на всех уровнях управления предприятием. Она является многопользовательской и функционирует в распределенной вычислительной сети. Внедрение такой системы под силу только крупному предприятию.

По признаку архитектуры технического обеспечения выделяют локальные АРМ и ИС с сетевой архитектурой обработки информации.

Локальные АРМ позволяют решать на компьютере отдельные учетные задачи. Существует немало программных продуктов, предназначенных исключительно для автоматизации расчетов с персоналом по оплате труда или складского учета. Очень часто АРМ имеют большую самостоятельную ценность, поскольку дают возможность эффективно решать задачи этих ответственных и сложных участков учета. Они могут использоваться в бухгалтериях и управленческих службах предприятий наряду с бухгалтерскими информационными системами других разработчиков, если те по каким-либо причинам не соответствуют потребностям предприятия.

В современных условиях быстрого изменения нормативно-законодательной базы разработчики бухгалтерских информационных систем стремятся обеспечить гибкость своих программ, возможность их настройки. Однако степень такой настройки различна.

Частично настраиваемые бухгалтерские системы позволяют изменять рабочий план счетов, создавать новые формы отчетных документов, дают возможность проводить бухгалтеру расчеты в электронных таблицах и т. п.

Минимально настраиваемые бухгалтерские системы ограничиваются возможностью изменять ставки налогов, редактировать текстовые файлы форм первичных документов и т. п.

Для эффективного управления крайне важными являются оперативность, полнота, непротиворечивость и соизмеримость информации, используемой при принятии управленческих решений.

Оперативность обеспечивает возможность своевременно реагировать на изменение ситуации.

Информация о том, что произошло в начале прошлого месяца, не позволяет что-то изменить, и приходится просто констатировать факт.

Полнота информации необходима для максимального учета всех факторов, влияющих на эффективность деятельности предприятия.

Непротиворечивость и соизмеримость информации связаны в первую очередь с временными параметрами.

Когда часть информации является оперативной (например, поступление материалов на склад), а часть возникает только по итогам месяца (списание в производство), невозможно правильно оценить реальную картину в целом.

Учитывая сказанное, понятен повышенный интерес предприятий к интегрированным информационным системам управления, которые называют корпоративными информационными системами (КИС).

Интегрированная система может состоять из нескольких информационно связанных систем. Главная проблема при этом - обеспечение единства справочников и непротиворечивость, а также соизмеримость информации в интегрируемых системах. [5, с.1].

В 90-х прошлого века в России широкое распространение получили системы автоматизации бухгалтерского и складского учета. Зачастую эти системы были независимыми. Задачи планирования либо не ставились вообще, либо считались не приоритетными, и им не уделялось внимания. Но рост управленческой культуры руководителей российских предприятий вызвал потребность в более продвинутом инструменте управления. [2,с.200]

С конца 90-х прошлого века в России активно продвигаются системы западных разработчиков. Наиболее известные из них Navision, Ахapta (в настоящее время Microsoft Dynamics NAV и AX), SAP, Baan.

Зарубежные информационные системы в первую очередь предназначены для реализации управленческого, то есть внутреннего, учета. Это обуславливает гораздо большие аналитические возможности зарубежных систем по сравнению с российскими аналогами. Большое число аналитических измерений, гибкая система их настройки, широкое использование настраиваемых отчетов - все это делает информационную систему мощнейшим инструментом управления, но только при соответствующем

уровне управленческой культуры в организации и квалификации ключевых пользователей. [5, с.1].

Другим важным достоинством западных систем является их ориентированность на процессный подход организации деятельности.

Операция - является основным элементом учета в западной системе учета. А для российских систем - сопровождающие ее документы. Западные системы в гораздо большей степени ориентированы на их использование непосредственно функциональными специалистами (снабженцы, производственники). В то время как российские системы- на финансово-экономических специалистов, главным образом бухгалтеров.

К особенностям западных систем, важным для России, следует отнести отсутствие штатных средств исправления путем удаления соответствующих регистров учета. Базовый механизм предусматривает сторнирующие операции, что часто вызывает негативное отношение со стороны пользователей, главным образом бухгалтеров.

Таким образом, эффект от внедрения интегрированной информационной системы появляется только в том случае, если она становится рабочим инструментом непосредственных исполнителей.

Литература:

- 1.Бычкова С.М., Ивахненко С.В. Информационные технологии в бухгалтерском учете и аудите.: Учебное пособие / Под редакцией С. М.: ТК Велби; Изд-во « Проспект», 2005. - 216 с.
- 2.Каморджанова Н.А.Учетная система предприятия : теория и практика: Монография.- СПб.: СПбГУЭУ, 2008. -218 с.
- 3.Каморджанова Н.А. Теория и практика развития современной системы бухгалтерского учета. Монография.- СПб.: СПбГУЭУ, 2009. -251 с.
4. Медведев М.Ю. Общая теория учета: естественный, бухгалтерский и компьютерные методы. М.: Изд-во «Дело и сервис» 2001,752 с.
5. Панов С. Интегрированные системы как инструмент управления предприятием// Консультант, 2011, N 7

Е. В. Цой

СПбГЭУ, программа «Экономика»

к.э.н., профессор Гульпенко К.В.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ВОДНЫХ РЕСУРСОВ

В работе рассматриваются проблемы учета водных платежей коммерческими организациями, платности и обоснованности платежей за пользование водными ресурсами, а также необходимости контроля за водными объектами и платежами за их использование.

In this paper we consider the problem of accounting for water payments by commercial organizations, payment and validity of payments for the use of water resources and the need for monitoring of water and payments for their use.

Ключевые слова: водный налог, платеж, учет, контроль, объекты бухгалтерского учета.

Keywords: water tax, payment, accounting, controlling, accounting items.

Роль воды для всего живого на Земле не преувеличивают. При этом предполагается, что каждый человек имеет право на чистую воду и свежий воздух. Однако, неравномерное распределение пресных водных источников на материках Земли, заставляет одних ощущать недостаток воды ценой жизни, других - не задумываться о необходимости сохранения природных источников пресной воды.

Несмотря на ограниченность самого ценного природного ресурса – воды, большая часть России не испытывает недостатка в обеспечении пресной воды. Однако, по этой причине вопросам ее учета и сохранности уделяется не достаточно времени, выделяется не достаточно финансовых и трудовых ресурсов и не проводится соответствующий контроль за водными объектами и потраченными средствами, не поощряется рачительное использование воды в производстве. В то время как источники пресных вод нуждаются в регулярном очищении, мониторинге ее состояния и контроле за потреблением. Общие запасы водных ресурсов составляют 1454,3 млн. км³, из них менее 2% относится к пресным водам, а доступны для использования 0,3% [<http://geographyofrussia.com/vodnye-resursy-gossii/>, дата обращения 17.04.2014]. Производственные предприятия с одной стороны являются потребителями чистой воды, а с другой, сбрасывают использованную воду в бассейн в загрязненном виде. На содержание водных бассейнов в экологически чистом состоянии необходимо выделение финансовых и трудовых ресурсов. Выделение таких средств в виду масштабы проектов осуществляется на сегодняшний день из бюджета, который в этой части формируется за счет соответствующих налогов и платежей, например, водный налог, экологические платежи, однако собранных средств недостаточно.

Проблема совершенствования и обоснования системы платности за использование водных ресурсов в экономической литературе остается актуальной и дискуссионной и на сегодняшний день. Это связано с тем, что в нормативных документах имеются некоторые неточности и противоречия. Вода – является бесплатным природным ресурсом, который необходим для жизнедеятельности всего живого на земле. Однако, Налоговым кодексом Российской Федерации предусматривается применение водного налога, который в соответствии со статьей 8 НК РФ является индивидуальным безвозмездным платежом. А водный налог – это налог за забор и использование водных объектов, получается несоответствие, с одной сто-

роны налог – безвозмездный, а с другой – уплата за забор и использование ресурса. Водный кодекс Российской Федерации содержит необходимость применения водных платежей за пользование водными ресурсами. Возникшее противоречие в определении воды и ее использования и соответственно определения объекта обложения водными платежами и водным налогом. Водный налог трудно отнести к прямым или косвенным налогам, поскольку он налагается на водопользование, а именно – забор воды и использование водных объектов, не принадлежащих организациям. Таким образом, методика расчета налоговой или платежной баз водного налога и платежа существенно отличается от методики расчета базы существующих налогов, поскольку вода – это актив, который не принадлежит организации и не отражается в финансовой отчетности. Отсутствие контроля за средствами, поступающих от пользователей водными ресурсами

Согласно закону «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ объектами бухгалтерского учета являются: факты хозяйственной жизни; активы; обязательства; источники финансирования его деятельности; доходы; расходы; иные объекты в случае, если это установлено федеральными стандартами. Следовательно, водные ресурсы не являются объектами бухгалтерского учета. В учете организации находят отражение только налоговые и неналоговые платежи в бюджет за пользование водными ресурсами. С позиции государственного учета, водные ресурсы учитываются только с целью количественного учета водных объектов и объема воды. Поступления в бюджет от водопользования – не являются значительными, что не представляет интереса для их анализа и контроля, а между тем, вода – это тот ресурс, ценность которого значительно выше его цены.

В производстве вода либо обратно попадает в водоем, после производственного процесса либо вообще не забирается из водоема, а организация уплачивает только за пользование водного ресурса, от пользования ее кинетическая энергия. Вода – это, пожалуй, единственный ресурс, который может потребляться без забора или изменения его химических и физических свойств. Другое дело обстоит с минеральной водой. Но минеральная вода, с точки зрения законодательства является природным ископаемым и облагается и учитывается по-другому.

Проблема обоснованности платежей водных платежей связанных с потреблением, включая использование водных акваторий транспортом, а также конечным потребителем – населением является актуальной для каждого жителя страны, поскольку в идеале конечный потребитель должен уплачивать лишь за очистку и доставку воды, а не за сам ресурс, который является жизненно необходимым.

Одновременно исследуются проблема целесообразности водных платежей. Водный налог, сам по себе имеет природу схожую с «налогом на воздух», и ничего кроме негодования и желания уйти от лишнего нало-

гового бремени не вызывает, поскольку налог – это безвозмездный платеж, который формирует доходную часть бюджета и тратиться на усмотрение правительства. А ведь суть водных платежей, должна заключаться в том, что он носит целевой характер: сколько было собрано средств, столько и потрачено на необходимые мероприятия по сохранению и очистке водных объектов. Это стимулирует предпринимателей не уходить от платежей, направленных на сохранение благоприятного экологического климата страны. Водный платеж, должен входить в систему экологических платежей Российской Федерации.

Кроме того, проблема неадекватного использования средств, выделяемых на охрану водных объектов, требует незамедлительного решения с помощью должным образом организованного контроля. А возникшее противоречие, когда с одной стороны вода – природный ресурс, который принадлежит россиянам, а с другой – за пользование пресной воды – необходимо заплатить налоги, возможно, разрешить, с помощью упорядочивания водных платежей. Поскольку зачастую бывают ситуации, когда предприятие платит и водный налог, и водный платеж по одному же водному объекту и на одни и те же цели.

Литература:

1. <http://geographyofrussia.com/vodnye-resursy-rossii/>, дата обращения 17.04.2014

Е. В. Чарторийская

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит в отраслях экономики»

к.э.н, доцент Лайко С.А.

ПРОВЕРКА НАДЕЖНОСТИ ПОСТАВЩИКОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ

При нынешней экономической нестабильности и высокой конкуренции во всех отраслях предпринимательской деятельности, многие организации лишаются контрагентов, зарекомендовавших себя как надежные. В связи с этим, действующие предприятия вынуждены пребывать в состоянии постоянного поиска новых поставщиков и покупателей во избежание прекращения деятельности и негативных последствий для финансовых результатов.

The present economic instability and high competition in all sectors of business, many organizations are deprived of counterparties that have proven as reliable. In this connection, existing businesses are forced to remain in a state of constant search for new suppliers and buyers in order to avoid termination of activity and adverse effects on the financial results.

Ключевые слова: проверка, надежность, контрагенты

Key words: verification, reliability, contractors

В постоянной смене действующих партнеров, компании приобретают риски, связанные с недобросовестностью контрагентов или же их финансовой неустойчивостью. Итогами таких рисков могут стать проблемы с контролирующими органами и сомнительная дебиторская задолженность, которая в последствие станет убытками организации.

Рассмотрев судебную практику и основные вопросы от налоговой инспекции, можно привести некий алгоритм, позволяющий провести самостоятельную проверку надежности контрагента.

Анализ покупателей и поставщиков позволяет проявить должный уровень осмотрительности и будет служить дополнительным аргументом в пользу предприятия при возможном судебном разбирательстве или претензий со стороны налоговых инспекций [1]. По мере поступления информации о контрагенте следует сформировать досье в бумажном виде с заверенными копиями документов. Те документы, которые имеют срок актуальности, должны содержать дату получения.

Предложенный анализ имеет пять обобщенных стадий, гарантирующих полноту и точность информации о контрагенте.

I. Так как любое подобное мероприятие достаточно емкое по времени и затратам, то для первой стадии логично оценить рациональность проведения проверки по данному контрагенту. Соответственно, если предприятие достаточно крупное и давно присутствует на рынке, то особой нужды в проверке нет.

К критериям, по которым можно сделать вывод о необходимости анализа, следует отнести:

1. Сумма договора. Важно понимать, что если стоимость сделки невелика, то смысла в подобной масштабной проверке нет.

2. Периодичность сделок. При заключении разовой сделки на небольшую сумму так же не следует тратить время и средства на проверку контрагента. Если же планируется продолжить сотрудничество и дальше, то наличие подобной информации может быть полезно для принятия и управленческих решений.

3. Наличие и размер налоговых рисков.

4. Достаточный уровень сомнений в надежности контрагентов.

Должный уровень осмотрительности поможет избежать претензий со стороны налоговой инспекции, связанных с манипуляциями налоговыми базами через «фирмы-однодневки» [2].

II. После принятия решения о необходимости проверки второй стадией станет сбор информации из общедоступных внешних источников.

На данной стадии следует проверить достоверность предоставленной в организацию информации. Проводимыми мероприятиями могут стать:

1. Проверка фактического присутствия компании по предоставленным ею адресам (юридическим и фактическим).

2. Анализ информации с сайтов контролирующих предпринимательскую деятельность организаций.

3. Проверка принадлежности к списку недобросовестных плательщиков, размещенному на сайте Федеральной антимонопольной службы.

4. Наличие у контрагента государственных контрактов (информация доступна на сайте Федерального казначейства).

5. Анализ судебной практики с участием проверяемого лица.

6. Иная информация, которую можно получить посредством ресурсов интернета и средств массовой информации.

Проведя данное исследование уже можно сделать выводы о надежности контрагента.

III. Для формирования досье контрагента следует так же получить информацию с помощью официальных запросов – это третья стадия анализа. Для получения такого рода информации следует запросить выписку из ЕГРЮЛ (следует помнить о коротком сроке актуальности подобных документов) и отправить письмо-запрос в ИНФС (для получения информации о своевременности и полноте сдачи отчетности) [3].

Конечно, уже на данном этапе информацию можно считать достаточной для признания проявления достаточной осмотрительности. Но самыми надежными и весомыми являются заключающие стадии: получение информации непосредственно от контрагента и мониторинг правильности оформления документов по сделке.

IV. Самыми важными элементами получаемой напрямую от контрагента информации являются:

1. Документы, утверждающие и закрепляющие полномочия за генеральным директором.

2. Утвержденный список лиц с правом подписи документов.

3. Заверенная организацией копия устава в части полномочий по заключению сделок и подписания договоров.

4. Заверенные копии бухгалтерской отчетности.

5. Деловые переписки между компаниями.

Что касается деловых писем, то к ним должны быть приложены конверты с отметками почтового отделения, содержащих дату отправления и получения письма. С электронной перепиской все легче – нужно распечатать снимок экрана или письмо – там так же должна отображаться дата отправки и получения.

V. Все эти меры позволяют получить достаточный уровень информации. Но даже с проведенной проверкой, ошибки в первичной документации по сделке или договору могут нести с собой риски, которых предприятие пыталось избежать путем предложенной проверки.

Предложенные документы являются достаточным набором для составления полноценного и верного мнения о контрагенте и целесообразности заключения сделки. Конечно, некоторые документы контрагент может отказаться предоставлять, сославшись на конфиденциальность и коммерческую тайну, но следует адекватно воспринимать такую позицию и рассматривать иные меры анализа.

Так же важно помнить о том, что наличие досье в бумажном виде является гарантом его сохранности и возможности использования его для судебных разбирательств.

На различных предприятиях данным анализом могут заниматься различные службы. При достаточном уровне развития организации первые четыре этапа могут быть выполнены службой внутренней безопасности в тандеме с юристами. Заключительный же полностью возлагается на бухгалтерскую службу. Но на предприятиях малого предпринимательства данным анализом занимается при необходимости только бухгалтер.

Литература:

1. Постановление Президиума ВАС РФ от 20.04.2010 № 18162/09
2. Письмо ФНС России от 11.02.2010 № 3-7-07/84
3. Письмо Минфина от 04.06.2012 № 03-02-07/1-134

А. М. Шведова

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»

к.э.н., доцент Васина И. Г.

ПРОБЛЕМЫ МЕТОДИКИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В СТРАХОВАНИИ

Данная статья посвящена вопросам разработки методики внутреннего аудита страховой организации. В процессе разработки методики возникает множество проблем, которые связаны как с общими проблемами методики аудита в целом, так и с тем, что обязательный внутренний аудит в страховых организациях появился совсем недавно.

This article focuses on the development of internal audit methodology of the insurance organization. In the process of developing a methodology raises many problems that are associated with common problems of audit methodology in general, and of the fact that the mandatory internal audit in insurance organizations appeared recently.

Ключевые слова: Методика внутреннего аудита, страховая деятельность, проблемы методики, законодательное регулирование.

Key words: Methodology of internal audit, insurance, problems of methodology, legislative regulation.

В конце XX века параллельно становлению рыночной экономики в России начали развиваться новые финансовые институты. В связи с тем, что развитие происходило стремительно, а порой и скачкообразно, институт аудита был лишен планомерного и устойчивого развития. В настоящее время многие аспекты аудита отражены в нормативных актах, которые носят рекомендательный характер. Последствия этого выражаются в недостаточной нормативно-правовой регламентации и отсутствии единообразного подхода к методике аудита.

Федеральный закон от 23.07.2013 N 234-ФЗ "О внесении изменений в Закон Российской Федерации «Об организации страхового дела в Российской Федерации» статьей 28.2 установил для страховых компаний обязанность организовать внутренний аудит. Внутренний аудит в страховых организациях, в первую очередь, призван проверять эффективность системы внутреннего контроля организации. В настоящее время еще нет достаточной правовой основы, которая должным образом регламентировала бы организацию и деятельность службы внутреннего аудита (внутреннего аудитора) в страховых организациях.

Многие крупные страховые компании до этого момента уже имели службы, которые в той или иной мере выполняли те функции, которые сейчас возложены на службу внутреннего аудита законодательно. Но сама суть организации и функционирования сильно отличается, как в административной подчиненности, так и в целевом направлении.

Методика, в общем смысле, это поэтапное руководство будущей аудиторской проверки.

Финансово-кредитный энциклопедический словарь дает развернутое определение методике. «Методика аудиторской проверки (англ. auditing procedure) – последовательность и основные этапы проведения аудиторской проверки, определение источников получения информации, необходимой для подготовки аудиторского заключения, отбор и последовательность применения аналитических процедур с целью выбора аудиторских доказательств и их отражения в аудиторских документах» [1, с. 627].

Принято выделять четыре подхода [2, с. 269] для выбора направления разработки методике аудита:

- учетный;
- специальный;
- отраслевой;
- правовой.

Оптимальным подходом для разработки методике внутреннего аудита в страховой организации является отраслевой. Используя его, внутренний аудитор формирует методику внутреннего аудита с учетом специфики страховой деятельности.

При этом может возникнуть проблема неправильного выбора составляющих методики, приемов и процедур. Это связано с тем, что понятие «внутреннего аудита» достаточно новое для России. Если институт внешнего аудита имеет уже хоть какую-то историю становления, то институт внутреннего аудита в России еще не имеет истории развития.

Таким образом, проблемы методики внутреннего аудита в страховании будут тесно переплетаться с проблемами внутреннего аудита страховой деятельности в целом.

Для разработки более оптимальной методики внутренний аудитор должен хорошо знать специфику страховой деятельности. В настоящее время, так как потребность в специалистах такого уровня появилась недавно, имеется дефицит квалифицированных страховых внутренних аудиторов. Кроме того, аттестация для внутренних аудиторов страховых организаций законодательно не предусмотрена.

В настоящее время нет единого подхода к разработке методики внутреннего аудита, нет обязательных составляющих методики, аудитор самостоятельно разрабатывает методику проведения внутреннего аудита и принимает решение о включении в нее тех или иных методов и процедур. Решение аудитора является важным этапом проведения аудита, так как не включение каких-либо процедур или не использование какого-либо метода может отрицательно сказаться на результате всей аудиторской проверки, а значит, не даст полного и точного представления о состоянии системы внутреннего контроля страховой организации в целом.

Для оптимизации процесса проведения внутреннего аудита в страховой организации аудитору необходимо разработать методику отдельно для каждого раздела бухгалтерского учета, с возможностью использования ее в дальнейшей работе постоянно. Кроме того, разработанная методика должна быть емкой, чтобы при проведении внутренней аудиторской проверке аудитор эффективно использовал свое время.

Внутренняя аудиторская проверка достаточно трудоемкий и долгий процесс, так как, в отличие от внешней аудиторской проверки, она должна быть более конкретной и полной. Кроме того, применение разработанной методики не должно отрицательно сказаться на качестве внутреннего аудита. Поэтому внутреннему аудитору необходимо найти оптимальный подход к разработке методики внутреннего аудита и составляющих ее процедур. Кроме того, процедуры должны быть так же проработаны заранее, чтобы при необходимости оптимизировать время внутреннего аудита.

Качество внутреннего аудита так же играет большую роль для работы внутреннего аудитора, так как зачастую он использует результаты работы внутреннего аудитора.

Помимо самих составляющих методики внутреннего аудита, процедур и методов, не самую последнюю роль играет последовательность их

применения. Именно, корректное использование того или иного метода, а так же применение конкретных процедур в четко определенной последовательности, сможет дать более точные аудиторские доказательства, которые позволят сделать наиболее верные выводы.

Следовательно, разработка методики внутреннего аудита играет немаловажную роль для внутреннего аудита страховой организации в целом. Правильное и последовательное применение методики может положительно повлиять на результаты внутреннего аудита страховой организации, и свести к минимуму возможность получения неверного аудиторского доказательства.

В настоящее время, необходимо выработать единый подход к разработке методики внутреннего аудита в страховых организациях. Это даст наибольшую эффективность работы службы внутреннего аудита и уменьшит риск ошибки в оценке эффективности работы организации.

Литература:

1. Финансово-кредитный энциклопедический словарь. — М.: Финансы и статистика. Под общ. ред. А.Г. Грязновой. 2002.
2. Подольский В. И., Савин А. А., Сотникова Л. В. и др. — Аудит: Учебник для вузов / Подольский В. И., Савин А. А., — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, Аудит, 2009.— 583 с.

М. П. Шишулина

СПбГЭУ, программа «Учет, анализ и аудит»
д.э.н., доцент Пономарева С.В.

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье рассмотрены сущность, цель и задачи системы внутреннего контроля. Рассмотрены вопросы организации внутреннего контроля в хозяйственном производстве за качество информации, формируемой в системе бухгалтерской отчетности.

The article deals with the essence, purpose and objectives of the internal control system. The problems of internal control in the economic production for the quality of information generated in the accounting system.

Ключевые слова: внутренний контроль, эффективность, сельскохозяйственное производство, экономический контроль, субъект.

Key words: internal control, efficiency, agricultural production, economic control, the subject.

Сельскохозяйственное производство связано с биологическими и природными процессами, находится в прямой зависимости от климатиче-

ских факторов, вовлеченности в производство человека, земли, растений, животных, разнообразного по своему составу и назначению основного и оборотного капитала и является очень сложной формой хозяйственной деятельности.

Эффективное и динамическое развитие сельскохозяйственных организаций невозможно без формирования и реализации соответствующей стратегии контроля, за производством и достигнутыми результатами финансово-хозяйственной деятельности. Контроль как неотъемлемое звено хозяйственного механизма и функции управления производством на всех уровнях призван обеспечивать правильную оценку реальной ситуации на предприятии и тем самым создавать предпосылки для внесения поправок в запланированные показатели развития, как отдельных подразделений, так и всей организации в целом [2, с.5]. Рассматривая экономический контроль как функцию управления сельскохозяйственным производством – это проверка производственной, финансовой и хозяйственной деятельности экономических объектов, направленная на предупреждение правонарушений и потерь. Внутренний контроль является способом обратной связи между объектом управления и органами управления, который информирует о существующем положении объекта и фактического состояния управленческих решений. Таким образом, система границ, которые организованы руководством предприятия, осуществляемые с целью наиболее эффективного выполнения обязанностей и производственных операций всеми работниками, дает определение внутреннего контроля.

Внутренний контроль исполняет такие задачи как:

- проверку выполнения действующего законодательства и иного нормативного регулирования финансово-хозяйственной деятельности экономических субъектов;
- обеспечение сохранности контролируемых экономических ресурсов и выявление фактов недостач и иного нерационального использования;
- проверка планов выявления и интерпретация отклонений фактических результатов от заданных величин финансово-хозяйственной деятельности субъектов;
- проверка состояния бухгалтерского учета, внутреннего контроля, и достоверность информации о финансовой и налоговой отчетности [2, с.7].

Задачи внутреннего контроля в большей мере совпадают с общими задачами экономического контроля и связаны, прежде всего, с обеспечением сохранности контролируемых экономических ресурсов.

В таком контексте можно говорить о принципах внутреннего контроля, среди которых необходимо отметить профессиональную компетентность, функциональную зависимость, рациональность.

Объекты и субъекты внутреннего контроля, разные по своей специфике, ограниченной как параметрами его осуществления, так и составом исполнителей. Отдельные экономические ресурсы, а так же все аспекты хозяйственной деятельности выступают объектами внутреннего контроля. А субъектами внутреннего контроля могут быть представлены, как профессиональные контролеры, так и работники иных управленческих служб, будучи наделены соответствующими полномочиями.

В системе внутреннего контроля можно выделить три основных элемента:

- контрольная среда, выражается характеристикой взаимоотношений на предприятии;
- система бухгалтерского учета, состоит из учетной политики, выбранной в организации;
- процедуры контроля, выполняемой персоналом организации особой проверки [2, с.32].

Основным и важным требованием к учетной информации об имущественном и финансовом положении предприятия является ее достоверность и полнота. Не четкое соблюдение или не выполнение, правил ведения учета, искажает картину положения организации, соответственно возникает вероятность пропуска существенных ошибок. Правильно организованная система бухгалтерского учета оказывает существенное влияние на эффективную работу организации производства посредством принятия обоснованных и верных управленческих решений.

Организация контроля требует не только создания рациональной системы контроля путем совершенствования его методологии, техники, но и эффективного действия на каждом предприятии внутреннего аудита. Это в свою очередь, зависит от уровня квалификации контрольного аппарата и кадрового потенциала специалистов в системе управления сельским хозяйством.

Важное значение в системе управления организацией имеет оценка эффективности работы не только ее производственных структур, но и функциональных отделов и так же аппарата контроля. Таким образом, это позволит совершенствовать организацию службы контроля и добиваться продуктивных результатов процесса контроля в системе управления при принятии решений.

Процесс контроля является неотъемлемой частью производственно-хозяйственной деятельности, что тем самым, усложняется эффективность системы контроля в сельскохозяйственных предприятиях через итоговые показатели работы организации. Следовательно, контроль и работа его службы должны оцениваться в соответствующих условиях производства учитывая сопоставимость объектов исследования по целому ряду показателей. Основными критериями эффективности контроля являются – это

результативность труда службы контроля, экономичность и эффективность аппарата данной службы [3, с.42].

Оценить влияние данного фактора можно только на содержательном уровне исходя из фактического состояния системы внутреннего контроля в анализируемом периоде, поскольку установить количественную определенность практически невозможно из-за наличия огромного множества факторов, которые влияют на общие результаты финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующего субъекта, что естественно характерно для сельскохозяйственного производства. Таким образом, действительная оценка эффективности внутреннего контроля осуществляется с позиции частных требований к ведению бизнеса, то есть исходя из соотношения доходов и расходов.

Система внутреннего контроля организуется руководством предприятия для того, чтобы организовать деятельность предприятия упорядоченно и эффективно; соблюдать политику достижения целей выбранную руководством; обеспечить качественное и полное сохранение имущества и отражение производство - хозяйственных операций.

Литература:

1. Серебрякова Т. Ю. Риски организации и внутренний экономический контроль. – М.: Инфра-М, 2010. – С. 112.
2. Хозиев Б. Н. Контроль и оценка организации бухгалтерского учета на предприятиях АПК / Б. Н. Хозиев // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. – 2011. - №3 – С. 33-38.
3. Хозиев Б. Н. Организация службы внутреннего контроля в сельском хозяйстве / Б. Н. Хозиев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2009. - №4 – С. 53-56.

СЕКЦИЯ 8. ЛИНГВОПРАГМАТИКА МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Г. В. Амелина

СПбГЭУ, программа «Теория перевода и
межкультурная/межъязыковая коммуникация»

Научный руководитель: к.ф.н., доцент кафедры
английского языка и перевода СПбГЭУ Фефилова А. К.

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ТЕРМИНООБРАЗОВАНИИ В ТЕРМИНОСИСТЕМЕ «MERGERS AND ACQUISITIONS»

В статье рассматриваются метафорические когнитивные модели, лежащие в основе метафорического терминообразования в терминосистеме слияния и поглощения (Mergers and Acquisitions), с позиций концептуальной теории метафоры и концептуального блендинга.

This article deals with metaphorical cognitive models underlying metaphorical term formation in the Mergers and Acquisitions terminology within the framework of conceptual metaphor theory and conceptual blending theory.

Ключевые слова: метафорическая модель, термин, слияния и поглощения.

Key words: metaphorical model, term, mergers and acquisitions.

Традиционные школы терминоведения упускают из виду влияние метафоры на терминообразование, поэтому исследование особенностей метафорического терминообразования с позиций когнитивного терминоведения представляется особенно важным. Исследование метафоры в специальном языке имеет особое значение для терминоведения, т. к. оно позволяет проследить появление и номинацию новых категорий. Роль метафорических моделей в развитии знания отражается в метафорических лексикализациях. При исследовании лексических метафоризаций в терминосистеме когнитивное терминоведение может опираться на концептуальную теорию метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, где метафора рассматривается как когнитивный процесс в создании устойчивых отношений между концептуальными областями - доменом-источником и доменом-целью. Согласно концептуальной теории метафоры, метафоризация происходит в результате частичного проецирования некоторой структуры идеализированной концептуальной модели домена-источника на соответствующую структуру домена-цели.

Процессы метафорического терминообразования могут быть также рассмотрены и в рамках теории концептуального блендинга Ж. Фоконье и М. Тернера, которая во многом разделяет положения теории концептуаль-

ной метафоры. Любая концептуализация, возникающая как первичная метафора, может быть подвержена дальнейшему развитию, т. е. на основе конвенциональных метафор может в дальнейшем строиться бленд. В теории блендинга смешение языка доменов источника и цели отражается в логике бленда, при этом вводится модель из четырех пространств — два исходных пространства, общего пространства и смешанного пространства, где развивается эмергентная структура. Теория блендинга «предлагает более стройный способ объяснения сложного процесса взаимодействия концептов и их связей, поскольку она допускает множество пространств и множество стадий процесса взаимодействия» [1, 3], поскольку один бленд может быть исходящим пространством для другого.

В терминосистеме слияний и поглощений можно обнаружить метафоризированные термины, которые строятся на основе нескольких метафорических моделях, которые будут рассмотрены ниже.

В модель ПОГЛОЩЕНИЯ – ВОЙНА входят несколько субмоделей:

1. Субмодель ПОГЛОЩЕНИЯ – СРЕДНЕВЕКОВЫЕ СРАЖЕНИЯ.

К этой субмодели относятся термины *white knight, black knight, grey knight, yellow knight, white squire, crown jewels, crown jewel option, crown jewel defense, (economic) moat, bloodletting* и *war chest*. Здесь речь идет о проецировании военных действий Средневековья на событие поглощения. Внутренняя структура события поглощения схожа с внутренней структурой средневекового сражения — она предполагает многоэтапность и набор определенных операций (захват, оборона, тактики, стратегии и т. д.). Также совпадает и модальная структура, описывающая отношения между участниками этих событий.

2. Субмодель ПОГЛОЩЕНИЕ — БИТВА. К данной метафорической субмодели можно отнести термины-метафоры, также основанные на концепте ВОЙНА: *hostile takeover, takeover battle, proxy fights* или *proxy battle*.

3. Субмодель ТАКТИКИ ПОГЛОЩЕНИЯ - ВОЕННЫЕ ТАКТИКИ.

К этой субмодели можно отнести такие термины, как: *Blitzkrieg tender offer, down raid, (corporate) raid, (corporate) raider, white raiding, black raiding, gray raiding, scorched earth policy*.

Также в терминосистеме Mergers&Acquisitions можно выделить две метафорические модели ПОГЛОЩЕНИЕ — ИГРА и ПОГЛОЩЕНИЯ — ПРОЦЕССЫ И ОТНОШЕНИЯ В МИРЕ ЖИВОТНЫХ. К первой модели относятся термины-метафоры *sandbag (sandbagging), Pac-Man defense* и *win-win situation*, а ко второй — термины *bear hug* и *teddy bear hug, shark, shark watcher* и *shark repellent, porcupine provisions, killer bee, creeping tender offer* и *creeping takeover*. Отдельного внимания заслуживают термины *bear hug* и *teddy bear hug*, поскольку их образование удобно было бы рассмотреть в рамках теории концептуального блендинга. Ввиду сложного

многоэтапного процесса заимствования терминов из разных сфер, можно выделить не два домена, как в случае с концептуальной метафорой, а несколько исходных пространств, участвующих в образовании бленда. В экономическом подязыке существует несколько терминов-метафор, связанных с концептом BEAR. Первое употребление термина *bear* в сфере экономики было зафиксировано в 1709 г. в значении дилера, играющего на падении цен на фондовой бирже, когда он продает акции по одной цене в расчете перекупить их по другой более низкой цене [2]. Термин стал широко использоваться во время так называемого «Мыльного пузыря Южных морей» (*South Sea Bubble*), спекулятивной лихорадки акций Компании южных морей (*South Sea Company*), приведшая к краху компании и, как следствие, финансовому кризису в 1711-1720-х гг. Скорее всего, термин *bear* сократился от термина *bearskin jobber*, который и обозначал спекулянта, играющего на понижение, и вполне возможно, что последний возник благодаря выражению *sell the bearskin* в поговорке *to sell the bear's skin before one has caught the bear* (ср. рус. «делить шкуру неубитого медведя») [3].

Первое исходное пространство бленда *bear hug* включает в себя термин *bear* в значении спекулянта, играющего на падении рыночных цен. К такому выводу можно прийти, если рассмотреть в каких случаях компания-захватчик прибегает к стратегии *bear hug*, а именно в рисковом арбитраже, т. е. в одновременной скупке акций двусторонних участников слияния и поглощения для получения выигрыша в результате разницы между текущей ценой акций поглощаемой компанией и ценой, предлагаемой поглощающей компанией при скупке пакета акций компании-цели. По существу, рисковый арбитраж представляет собой игру на акциях [4]. Также еще к одному исходному пространству можно отнести пространство *bear-hug* со значением крепкого теплого объятия как выражения симпатии, закрепившегося в английском языке в 1846 г. [3]. Затем выражение *bear hug* было заимствованно в спортивную терминосистему — в реслинге данным термином обозначается боевой прием, заключающимся в захвате торса противника руками в замке с последующим подъемом от земли и одновременным сжатием. Таким образом, исходное пространство *bear hug* как приемом реслинга можно причислить к исходным пространства бленда *bear hug*.

Термин *teddy bear hug* (рус. «объятия плюшевого медведя») обозначает ситуацию, когда компания-захватчик выдвигает предложение о приобретении акций компании-мишени на условиях, выгодных, прежде всего, акционерам компании-мишени, которые в свою очередь оказывают сильнейшее давление на руководство фирмы. Поскольку руководство поглощаемой компании обязано действовать в интересах акционеров, то ему

чаще всего приходится соглашаться с продажей акций, хотя с поглощением компании происходит и изменение руководящего состава. Именно благодаря такому давлению, оказываемому на руководство поглощаемой компании, номинация термина связана с концептом BEAR – при нападении медведи стремятся взять доминирующую позицию над жертвой и обрести полный контроль над ситуацией.

По всей видимости, термин *teddy bear hug* появился в результате развития термина *bear hug*. Этот термин применяют относительно ситуации, когда потенциальной компании-цели известно о планах компании-захватчика, при этом она дает понять о своем добровольном согласии на поглощение, но всеми своими действиями стремится поднять цену акций компании. Будет также вполне правомерно утверждать, что и в этом случае речь идет о бленде *teddy bear hug*, в котором участвует два исходных пространства — пространство бленда *bear hug* и пространство *teddy bear*. Чтобы разобраться с полученным значением в результате блендинга, следует сначала обратиться к домену TEDDY BEAR. В первое выражение *teddy bear* было использовано в 1906-м г. как юмористическая аллюзия на президента США (1901-1909 гг.) Теодора «Тедди» Рузвельта. Появление игрушки плюшевого медведя связано с юмористическим стихотворением и карикатурой в январском выпуске 1906-го г. *New York Times*. Проанализировав два исходных пространства бленда *teddy bear hug*, в значении смешанного пространства можно выделить компонент ИГРА, поскольку прямого давления на компанию-цель не оказывается, а домене *teddy bear* содержится элемент игры, связанный с предназначением референта «плюшевый медведь».

Таким образом, в проведенном исследовании была выявлена продуктивность метафоры в концептуализации явлений в мире экономики, реализуемая в виде ряда метафорических моделей и субмоделей. Термины анализируемой предметной области были описаны и классифицированы в соответствии с выделенными моделями в рамках теории концептуальной метафоры Дж. Лакоффа и М. Джонсона, а также теории концептуального блендинга Ж. Фоконье и М. Тернера.

Литература

1. Grady J., Oakley, T., Coulson S. Conceptual Blending and Metaphor // R. Gibbs (Ed.) *Metaphor // Cognitive Linguistics*. 1999. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://terpconnect.umd.edu/~israel/Grady-et-al-Blendaphor.pdf>. – с. 3
2. Etymonline. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.etymonline.com>
3. Oxford Words. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://blog.oxford-dictionaries.com>
4. Англо-русский экономический словарь. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://economy_en_ru.academic.ru

А. В. Беспятова
 СПбГЭУ, программа «Теория перевода и
 межкультурная/межъязыковая коммуникация»
 д.ф.н., профессор Кабакчи В.В.

ИСКУССТВОВЕДЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В рамках интерлингвокультурологии рассматривается проблема исследования искусствоведческой лексики английского языка межкультурного общения в ориентации на финскую культуру на материале карело-финского поэтического эпоса “Kalevala” (перевод на английский язык выполнен английским этнологом и фольклористом William Kirby, 1907).

The paper analyzes one of the aspects of interlingvoculturology – art vocabulary of Finnish Culture Oriented English. The research is based on the Karelian-Finnish folk epic work “Kalevala”, translated into English by William Kirby, 1907.

Ключевые слова: интерлингвокультурология, ксеноним, суомизм, искусствоведческая лексика.

Key words: interlingvoculturology, xenonym, Suomism, art vocabulary.

Данная статья посвящена исследованию искусствоведческой лексики в рамках одной из разновидностей английского языка межкультурного общения (АЯМО) – АЯМО, обращенного в финскую культуру – АЯМО (ФК).

Исследование выполнено в области *интерлингвокультурологии*, то есть «междисциплинарной лингвистической дисциплины, занимающейся изучением проблем вторичной культурной ориентации языка в область иноязычной (внешней) культуры» [4, 5-6].

В рамках англоязычного описания иноязычной культуры складывается специализированная разновидность английского языка – АЯМО, в том числе и АЯМО, ориентированный на русскую культуру – АЯМО (РК).

АЯМО – это универсальное явление, его закономерности возможно экстраполировать на любой другой вид языка межкультурного общения. Земной мультилингвализм – это огромный спектр многочисленных культур, которые в различной степени освоены английским языком. АЯМО (РК) более изучен, на его материале сделаны основные положения языка вторичной культурной ориентации. Интерес Запада к русской культуре объясняется тем, что она является «самобытной национальной культурой, хранительницей национальных традиций, отражением особенностей национального русского характера» [5, 117].

Помимо русской культуры, такое направление в лингвистики как интерлингвокультурология занималось изучением английского языка в описании других иноязычных культур (например, испанской, африканской, тувинской). Исследование же английского языка в описании финской культуры не проводилось.

В центре внимания данного исследования – англоязычное описание финской культуры, в ходе которой происходит формирование новой разновидности английского языка межкультурного общения, ориентированного в финскую культуру – АЯМО (ФК).

В результате мультилингвизации происходит насыщение языков международного общения специальной лексикой иноязычных культур – *ксенонимами* - это легитимный пласт специальной лексики, наименования специфических элементов внешних (иноязычных) культур. Тексты англоязычного описания финской культуры насыщены данным типом лексики – финскими ксенонимами. Для удобства дальнейшего изложения обозначим финские ксенонимы в рамках англоязычного описания финской культуры термином «суомизмы» (*Suomisms*, от фин. слова *suomi* – Финляндия, финский язык). Следует заметить, что финская культура пока еще слабо освоена английским языком, поскольку, в отличие от других европейских языков, финский язык не завоевал столь высокой популярности на мировой арене. Исследование «суомизмов» в англоязычных текстах позволяет глубже познакомиться с особенностями изучаемой культуры, внимательно проследить процесс присвоения им словарного статуса, рассмотреть различные тематические группы «суомизмов», способы их образования и особенности их орфографии.

В рамках АЯМО складываются тематические группы ксенонимов. В центре нашего исследования находится отдельная ксенонимическая группа – это искусствоведческая лексика. Ядро искусствоведческой лексики составляет искусствоведческие термины. Отличительной чертой ксенонимов является обилие имен собственных, что противоречит канонам терминоведения. Поэтому к искусствоведческой лексике мы будем относить специальную лексику, отличающуюся характерной функционально-стилевой окраской и представленной в основном именами собственными.

Проблема исследования искусствоведческой лексики (ИЛ) английского языка межкультурного общения (АЯМО) недостаточно освещена в современной лингвистике. Английская искусствоведческая лексика в АЯМО находится в постоянном движении и развитии, пополняется как за счет слов и морфем, заимствованных из других языков (в нашем случае – русского и финского), так и за счет внутренних ресурсов современного английского языка.

Искусствоведческие «суомизмы» – заимствования из финского языка искусствоведческой тематики, к которой относятся живопись, музыка, театр, балет, скульптура, архитектура, литература, герои фольклора, мода, ритуалы и обряды, объединяемых по тому принципу, что они являются специфическими художественно-образными формами воспроизведения действительности.

Современная финская культура отличается высокой степенью развития таких областей искусства, как литература, балет, музыка, опера, скульптура, дизайн и живопись.

Благодаря английскому языку, который выступает в качестве языка межкультурного общения, многие народы имеют возможность познакомиться с литературными памятниками финской культуры. Наиболее известные англоязычные произведения финской литературы это “*Kalevala*” (перевод W.F. Kirby) и “*From Finland with Love*” (Roman Schatz). Отдельного внимания заслуживают англоязычные путеводители по Финляндии как переводные, так и аутентичные, например, “*Essential Scandinavia. The Best Cities, Sights, and Cruises*” Fodor’s (2009), “*Portraying Finland. Facts and Insights*” (2008). Большой вклад в становление финской культуры внес Элиас Лённрот, известный исследователь карело-финского поэтического эпоса Калевала, в основу которого легли карельские народные эпические песни.

Карело-финский поэтический эпос «Калевала» является национальным достоянием финских и карельских народов. В рамках интерлингвокультурологии этот сегмент мировой литературы не изучен, как и АЯМО (ФК) вообще, не говоря уже об огромном пласте «суомизмов», описывающих финскую культуру.

На материале карело-финского поэтического эпоса “*Kalevala*” нами было отобрано 70 искусствоведческих «суомизмов», описывающих особенности финской культуры. Перевод рун на английский язык осуществлен английским энтомологом и фольклористом William Kirby (“*The Kalevala: Or the Land of Heroes*” 1907).

Отобранный пласт ксенонимической лексики входит в состав отдельной тематической подгруппы – это ксенонимы мира искусства: *Aino, Joukahainen, Väinämöinen, Pohja, Lempo, Hiisi, Manala, Kalevala, Louhi, Sampo, Sariola, Ahto Saarelainen, Kaukomieli, Lemminkäinen*.

Большая часть исследуемых «суомизмов» является именами собственными. Этот факт подтверждает отличительную особенность ксенонимов от научно-технических терминов, которые в большей мере представлены имена нарицательными.

В карело-финском эпосе “*Kalevala*” представлены следующие тематические группы «суомизмов»:

- топонимы (наименования вымышленных географических объектов): Bay of Lempi; Tuonela; Kalma; Tiunela; Pohiola (Pohja, Pimentola, Sariola); Kalevala; Väinölä; Untamola; Joukola;
- имена фольклорных героев: Aino; Väinämöinen (Vaino, Suvantolainen, Suvantola, Uvantolainen, Uvanto, Osmoinen); Sampsa Pellervoinen; Annikki; Ilmarinen; Ahto Saarelainen; Lemminkäinen (Kauko, Kaukomieli); Kalervo; Kullervo; Etelätär; Hongatar; Pihlajatar; Suvetar; Kalevalainen; Katajatar; Tuometar; Tellervo; Nyyrikki;
- имена мифических божеств: Kuutar; Mana; Untamo; Ukko (Jumala); Tapio; Tuoni; Päivätär; Untamoinen;

- имена мифических существ: Mielikki; Metsola;
- имена злодеев: Lempo; Hiisi; Louhi (Ilpotar); Joukahainen;
- имена сказочных существ: Mairikki; Joutikki; Hermikki; Otso;
- наименования сказочных предметов: Sampo.

С точки зрения доступности, ксенонимы можно разделить на базовые (фиксируются малыми словарями), специальные (фиксируются словарями среднего или большего объема) и окказиональные (не фиксируются даже самыми полными толковыми словарями). Среди англоязычных писателей, филологов и лингвистов исследование культуры угро-финских народов не завоевало столь высокой популярности по сравнению с русской культурой. Поэтому большинство исследуемых «суомизмов» относится ко второй группе специальных ксенонимов – это специальные окказиональные ксенонимы: Kuutar, Mana, Untamo, Ukko, Tapio, Tuoni.

Поскольку специальные окказиональные ксенонимы отличаются недостаточной апробацией практикой межкультурного общения, для них характерна низкая стандартизация, в результате чего, фиксируются различия в написании, т. е. для одного иноязычного элемента встречаются несколько вариантов наименования: *Väinämöinen- Vainamoimet*. Различия в написании свидетельствуют об отсутствии словарного статуса у ксенонима и, как следствие, определенной словообразовательной формы.

В исследуемом материале прослеживаются лишь единичные случаи присутствия базовых ксенонимов, которые регистрируются словарями малого объема (70-90 тысяч слов). Так, например, Oxford English Dictionary Online определяет «суомизм» *Kalevala* как “*a collection of Finnish legends transmitted orally until published in the 19th century, and now regarded as the Finnish national epic*” [OED2 Online **Kalevala**]. Однако стоит отметить, что Oxford English Dictionary Online фиксирует лишь главное значение слова “*Kalevala*”, т. е. «финский национальный поэтический эпос», в то время как, в самой «Калевале» данное слово употребляется в значении «сказочной земли, где обитают главные герои эпоса».

Одной из основных проблем интерлингвокультурологии является выявление закономерностей образования ксенонимов, поскольку ориентация языка на внешнюю культуру напрямую связана с перестройкой языкового аппарата. Наиболее продуктивные способы образования ксенонимов - это заимствование, калькирование и гибридные образования. Среди исследуемых «суомизмов» именно заимствование выступает как базовый способ образования ксенонимов, обеспечивающий межъязыковую обратимость. В финских словах мало интернациональных лексических элементов, которые могли бы калькироваться. Кроме того, имена собственные преимущественно заимствуются. Продуктивность данного способа высока, поскольку присутствие в тексте иноязычного наименования гарантирует его формальную точность:

“Said the lively *Lemminkäinen*,
Loudly grumbled *Kaukomieli*,
“Off to *Tuonela* the bearer,
Quick to *Manala* the handmaid,
Ere the moon again has risen,
Or this very day is ended” [6, 131].

Однако данный способ образования ксенонимов имеет и ряд недостатков, во-первых, в кругу неспециалистов заимствованные специальные ксенонимы сложны для запоминания, во-вторых, они могут вызывать ряд трудностей при воспроизведении.

Проблема орфографии ксенонима-заимствования решена благодаря трансплантации, когда идиоминим инкорпорируется в текст иноязычного описания культуры без каких-либо словообразовательных изменений: *Sampsä Pellervoinen*, *Annikki*, *Ilmarinen*, *Ahto Saarelainen*, *Lemminkäinen*. Кроме того, в случае АЯМО (ФК) мы имеем дело с «гомогенной парой» алфавитов контактирующих языков, т. е. английским и финским.

Наличие в случае большинства «суомизмов» преобладания специальных ксенонимов требует их пояснения (экспликации). Посредством параллельного подключения осуществляется ксенонимическая экспликация того или иного элемента внешней культуры. Наиболее частотна собственно постпозиционная экспликация, сущность которой заключается в номинации элементов описываемой культуры с помощью постпозиционного однородного члена предложения или вводного оборота:

“**Suветar**, the best of women,
Etelätlär, Nature’s old one,
Hongatar, the noble mistress,
Katajatar, maiden fairest,
Pihlajatar, little damsel,
Tuometar, of Tapio daughter,
Mielokki, the wood’s step-daughter,
Tellervo, the maid of Tapio” [6, 172].

Однако некоторая часть исследуемых «суомизмов» остается без пояснения. В данном случае «суомизмы» представлены имплицитно, что приводит к свободной интерпретации текста. Благодаря ассоциативному мышлению читатель догадывается о значении «суомизма»:

“Now that I have brought my *Kauko*,
Carried *Ahto Saarelainen*,
Often past Death’s jaw expanded,
Past the very tongue of *Kalma*,
To the banquet held at *Pohja*” [6, 129].

Исследование перевода карело-финского эпоса “*Kalevala*” на английский язык с точки зрения особенностей передачи ксенонимического

пласта лексики, позволило глубже познакомиться со спецификой построения текста иноязычного описания культуры. Сохранение при переводе «суомизмов» способствует погружению в дальнейшее исследование угрофинских культур. В результате проведенной работы мы подтвердили универсальность базовых положений АЯМО, опираясь на исследование в первую очередь АЯМО (РК) – это языковая специфика ксенонимической лексики, закономерности образования ксенонимов, особенности ксенонимической номинации и экспликации, терминологичность ксенонимов, регистрация ксенонимической лексики англоязычными толковыми словарями и др. Особенности АЯМО (РК) оказалось возможным экстраполировать на АЯМО (ФК). В то же время исследование вскрыло особенности англоязычного описания финской культуры, которые в основном вытекают из специфики самого языка и его культуры (стихийное стремление сохранить свою национальную идентичность, особенности номинации и экспликации).

Литература:

1. Виноградов В. С. Перевод. Общие и лексические вопросы. – М.: КДУ, 2004.
2. Кабакчи В.В. Основы англоязычной межкультурной коммуникации. - СПб: РГПУ, 1998.
3. Кабакчи В.В. Введение в интерлингвокультурологию / Язык и межкультурная коммуникация: материалы Второй Международной науч.-практ. конф., Великий Новгород, 19-20 мая 2011 г.: в 2 т., Т.1 (отв. ред. О.А.Александрова, Е.Ф.Жукова, НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2011. – 403 с. – с.11-19.
4. Кабакчи В.В., Белоглазова Е.В. Введение в интерлингвокультурологию. – СПб: СПбГУЭФ, 2012.
5. Фомина Н. Н. Введение в культурологию. Курс лекций / Под ред. Ю.Н. Соколова, Е.Г. Соколова. СПб., 2003. С.97-118
6. Kirby W. F. Kalevala. Karelian-Finnish Folk Epic. Selected Runes. – Санкт-Петербург: ИнКа, 1992.

О. А. Ежова

СПбГЭУ, программа «Теория перевода и межкультурная/межъязыковая коммуникация»
д. ф.н., профессор Белоглазова Е.В.

**ЛЕКСИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ:
ИСТОЧНИКИ, ПОСЛЕДСТВИЯ, ВОЗМОЖНОСТИ
ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ**

В данной статье рассматривается лексическая интерференция среди студентов как проблема межкультурной коммуникации. Интерференция проявляется в неосоз-

наваемом калькировании типичных для родного языка способов описания ситуации, нарушающих норму изучаемого языка.

This article is devoted to the lexical interference among students as a problem of intercultural communication. Interference reveals itself in calquing typically Russian ways of verbalization, in violation of the target language norm.

Ключевые слова: межкультурная коммуникация, лексическая интерференция, калькирование, ЯМО.

Key words: intercultural communication, lexical interference, calquing, World Language.

На протяжении всей истории развития человечества представители различных языковых сообществ вступали и продолжают вступать в языковой контакт. В процессе их общения языки оказывали влияние друг на друга, что приводило к их взаимопроникновению.

Сегодня в связи с расширяющимися интернациональными контактами особую важность приобретает проблема межкультурной коммуникации, решаемая введением международного вспомогательного языка, в функции которого выступает английский язык. Степень распространения английского языка в мире на сегодняшний день такова, что американский лингвист Braj Kachru выдвинул идею деления Земного шара на три «круга» по степени владения английским языком:

1. страны, где им владеют в качестве родного языка (Inner circle, «внутренний круг»),
2. второго языка (Outer or Extended circle, «наружный» или «средний круг»),
3. в качестве иностранного языка (Expanding circle, «расширяющийся круг»)

Согласно его мнению, границы между этими кругами постоянно изменяются в сторону увеличения влияния английского языка [7, 10].

Приведенные данные с очевидностью свидетельствуют о масштабном контакте английского языка с прочими языками мира, что приводит к возникновению культурно-географических вариантов английского языка, выступающего в качестве посредника в межкультурной коммуникации.

Хотя в русле исследовательского направления «вариантология» (world Englishes study) выдвигается нейтральная оценка локальных вариантов английского языка, следует иметь в виду, что в их основе лежат ошибки, т.е. нарушение нормы изучаемого языка под влиянием типологических особенностей родного языка. Такие нарушения описываются термином *интерференция*. У. Вайнрайх определяет интерференцию как «вторжение норм языковой системы в пределы другой» [4, с. 27].

Величина и направление интерференции зависят от множества экстралингвистических факторов. Интерференция затрагивает любой уровень

языковой системы. Так для речи студентов характерна лексическая интерференция, т.е. вмешательство лексики одной языковой системы в другую. Отсутствие эквивалента для слова в Я1, переводимого с Я2, вынуждает обучаемого калькировать или транслитерировать это слово, что очень часто приводит к ЛИ. Регулярная и коммуникативно-значимая лексическая интерференция проявляется в основном на начальной ступени изучения английского языка студентами. В качестве примера можно привести следующие слова: *Dutch* «голландский», а не «датский»; *obligation* «обязательство», а не «облигация»; *artist* «художник», а не «артист» и др.

Интерферирующее влияние русского языка на английский имеет социальные последствия, поскольку неправильная, смешанная речь может создавать впечатление о недостаточном культурно-образовательном уровне говорящего. Таким образом, проявления лексической интерференции снижают общий уровень культуры речи билингвов.

Тщательное изучение ошибок со стороны интерферирующего влияния родного языка создает необходимость разработать систему методов и приемов в предупреждении и преодолении интерференции. Для преодоления этого явления используют:

1. межъязыковые сопоставления;
2. межъязыковые контрастирующие упражнения;
3. перевод;
4. вербальное объяснение трудных ситуаций.

Таким образом, необходимо учитывать явление лексической интерференции при преподавании английского языка. Это позволит предупредить ошибки, сократить их количество, и, тем самым, облегчить процесс обучения.

Литература:

1. Алимов В.В. Явление лингвистической интерференции при изучении специального перевода (на примере русского, английского и французского языков в военном, техническом и юридическом переводе). Автореф. дис. канд. филол. наук, 1998. – 24 с.
2. Алимов В.В. Интерференция в переводе (на материале профессионально ориентированной межкультурной коммуникации и перевода в сфере профессиональной коммуникации): Учеб. пособие. – М.: КомКнига, 2005. – 232 с.
3. Бердникова Л.П., Гурова Н.В. Контакты и взаимное влияние английского и испанского языков в эпоху глобализации. Монография. М.: РАО-ПГЛУ, 2005. – 143 с.
4. Вайнрайх У. Языковые контакты. – К.: Вища школа, 1979. – 261с.
5. Гарбовский Н.К. Теория перевода: Учебник. – М.: Московский университет, 2007. – 544 с.
6. Кабакчи В.В. Функциональный дуализм языка и языковая конвергенция (опыт моделирования языковой картины земной цивилизации) / Когнитивная лингвистика: ментальные основы и языковая реализация. Ч.2 Текст и перевод в когнитивном аспекте. Сб. статей к юбилею профессора Н.А. Кобриной. СПб: Тригон, 2005. – 188 с.

7. Кабакчи В.В. Введение в интерлингвокультурологию / Язык и межкультурная коммуникация: материалы Второй Международной науч.-практ. конф., Великий Новгород, 19-20 мая 2011 г.: в 2 т., Т.1, 2011. – 403 с.

8. Черемисин В.И. Лексико-семантическая интерференция при переводе как особом виде языкового контакта. Автореф. дис. канд. филол. Наук, 1992. – 23 с.

9. Чиршева Г.Н. Основы онтобилингвологии: русско-английский материал. Автореф. дис. доктора. филол. наук, 2001. – 43 с.

10. Crystal D. The Future of English as a World Language: [сайт]. URL: http://www.davidcrystal.com/David_Crystal/articles.htm (дата обращения: 01.04.13)

Е. В. Жигалова

СПбГЭУ, программа «Теория перевода и межкультурная/межъязыковая коммуникация»
д.ф.н., профессор Кононова И. В.

ПРОБЛЕМА ЯЗЫКОВОГО БАРЬЕРА ПРИ ОБЩЕНИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK)

В данной статье представлен анализ проблемы языкового барьера при общении в англоязычных социальных сетях на материале социальной сети Facebook. Коммуникация в социальных сетях является интересным новым полем для лингвистических исследований в области лексики и нормативности языка, так как в нее вовлечены люди разного возраста, а также социальной и языковой принадлежности. Данное исследование базируется на анализе сообщений из личной переписки автора на Facebook на английском языке как с носителями языка, так и с коммуникантами, для которых английский язык является иностранным.

This given paper presents the analysis of a language barrier problem in English-speaking social networks, based on the material of the Facebook social network. Social network is a new and interesting sphere for linguistic researchers in the area of lexical knowledge and normative aspect of the language as their participants are people of different ages, social and language statuses. The given research is based on the analysis of the author's private correspondence on Facebook with native speakers and people studying ESL.

Ключевые слова: языковой барьер, виртуальный дискурс, коммуникативная неудача

Key words: language barrier, virtual discourse, communicative failure

Развитие Интернета явилось основой формирования новой социокультурной среды, о существовании которой сегодня говорят исследователи различных областей гуманитарной науки. Масштабным полем для изучения языковой среды в этой области являются социальные сети. Одной из причин популярности социальных сетей является возможность общения на международном уровне, что зачастую поднимает вопрос о «языковом барьере».

Для нашего исследования необходимо определить понятие «языковой барьер». Как правило, о языковом барьере речь идёт в том случае, если коммуникатор испытывает сложность в объяснении своей позиции или слушатель испытывает трудности в понимании позиции коммуникатора [1, с.46]. Нами была поставлена цель – проследить, как проблема языкового барьера проявляется при общении в социальных сетях, а именно, в социальной сети Facebook.

Рассматривая феномен «языкового барьера» в рамках лингвистической парадигмы, мы вывели корреляцию этого понятия с понятиями *успешности/не успешности речевого акта*, а также понятием *коммуникативной неудачи (КН)*. Главная мысль, которая лежит в основе понятия «речевой акт», состоит в том, как считал Дж. Остин, что предложение помимо собственного смысла также может выражать (совершать) некоторое действие: оно может утверждать что-то, предупреждать, приказывать, обещать и т. д., все это суть актов, которые совершает говорящий, произнося то, или иное предложение [2, с.89]. Таким образом, речевой акт заключается в произнесении (в нашем случае – в написании) говорящим (адресантом) некоего высказывания, которое адресовано слушателю (адресату) в определенной обстановке и с конкретной целью.

Под коммуникативной неудачей понимается ситуация, в которой не достигается (или лишь частично достигается) коммуникативная цель речевого акта.

С учетом характера реактивного речевого акта выделяют *глобальные коммуникативные неудачи и частичные коммуникативные неудачи*. В случае глобальной коммуникативной неудачи коммуникативная цель речевого акта не реализуется вообще, о чем свидетельствует выход коммуниканта из чата, вопросы, свидетельствующие о полном непонимании. В случае частичной коммуникативной неудачи имеет место задержка, временный сбой в коммуникативном процессе, который снимается после дополнительных пояснений в процессе интеракции. Коммуникативная цель инициального высказывания в речевой интеракции в случае частичной коммуникативной неудачи реализуется полностью либо частично.

Стоит отметить, что для языка общения в чате Facebook характерно сильное влияние устной речи, объясняющееся полной синхронностью: коммуниканты взаимодействуют в реальном времени. Это приводит к тому, что письменная речь начинает обслуживать устное общение посетителей чата, возникает так называемая *письменная разговорная речь*. Письменно разговорная речь и ее жанров представляет собой богатое поле деятельности в первую очередь для лингвистов, но она пока еще недостаточно изучена.

Проанализировав более 200 сообщений из личной переписки на Facebook примерно 50 пользователей, принадлежащим к разным языковым

группам, мы можем выделить наиболее частотные ошибки в фонематическом, орфографическом плане, грамматическом и лексическом плане.

1. Языковой барьер, возникающий на фонографическом уровне языка общения в социальной сети Facebook

Наиболее частотными ошибками на фонематическом и орфографическом уровне, ведущими к частичной КН являются:

1) полное или частичное сокращение гласных звуков в написании слов, имеющих смысловую нагрузку:

Ayu diz ur aprtmnt? (= *Are these your apartment?*) (Финляндия)

Ughh wht kind of frnd r ya (= *Ughh... What kind of friend are you?*) (Пакистан)

2) написание имен собственных с прописной буквы:

- *It's popular but not a same that him or rasmus*

- *You mean the band "HIM"? =)*

- *Yeah, yeah...sorry, I meant the band* (Финляндия)

В данном примере пренебрежение написанием имени собственного с заглавной буквы, привело к частичной КН из-за совпадения экспонентов аббревиатуры, являющей названием музыкальной группы, и личного местоимения в объектном падеже.

3) употребление адресантом неизвестных адресату сокращений, состоявшихся фонематических и слэнговых выражений, ряд из которых являются неологизмами:

U'r so alike lols (*U'r = you are; Lols: LOL= laughing out loud*) (США)

Также в нашем исследовании мы рассматривали ошибки, которые не привели к коммуникативной неудаче, которые возможно понять и истолковать, зная при этом определенные нормы «письменно-разговорного жанра» общения в социальных сетях, например: игнорирование буквенного обозначения звукового состава слова (*fink-think, inaf-enough*); правильность отдельного, слитного и полуслитного написания слов также не соблюдается (*righthanded - right-handed, selfconfident - self confident*) и др. К наиболее частотным орфографическим ошибкам не носителей языка относятся *maby* вместо *may be*, *alot* вместо *a lot*, *hear* вместо *here*, *coz* вместо *cause*, *their* вместо *there*, *this* вместо *these* и т.д.

2. Языковой барьер, возникающий в силу ошибок на грамматическом уровне языка общения в социальной сети Facebook

Анализ 200 простых интеракций, в которых удалось выявить проявление механизма языкового барьера, о чем свидетельствовала неуспешность инициального либо реактивного речевого акта (маркируемая переспросом, реакцией раздражения, удивления, недоумения и пр.) показал, что все грамматические причины языкового барьера, приводящие к КН, можно разделить на следующие группы:

1) употребление в одном высказывании экспонентов (частей экспонентов) противоположных либо логически несовместимых видо-временных значений:

- *I am been in eouripe for one month (Испания)*
- *What? Are you still there?*

В данном случае в одном высказывании употреблены части экспонентов Present Continuous и Present Perfect. В силу этого у адресата не складывается однозначного представления о смысле вопроса, и он прибегает к вопросу-уточнению, что свидетельствует о частичной КН.

2) опущение артикля в денотативной функции:

- *Ok, tell me our plans for tonight?*
- *let's go to club (=the club) (Италия)*
- *What club? Any club?*

3) Опущение смыслового глагола:

- *I think that this guys a good work! (Италия)*
- Sorry?*

*I mean they **made** a good work=)*

Среди частотных грамматических ошибок не ведущих к КН, но требующих большее количество временных затрат на декодирование сообщения адресатом, можно также выделить следующие: несоблюдение правил употребления видо-временных форм английского глагола, опущение частицы “to” и глагола-связки “to be”, нарушение порядка слов в предложении и др.

3. Языковой барьер, возникающий в силу ошибок на лексическом уровне языка общения в социальной сети Facebook

Анализ языкового материала показал, что наибольшее число глобальных и частичных коммуникативных неудач являются результатом непонимания либо незнания лексических единиц. Основными причинами коммуникативных неудач являются:

1) незнание идиом:

- *I'm going to eat a big chocolate cake!*
- *Sweet tooth!*

- *Ahahaha no no I'll go to brush my teeth after it, don't worry(Италия)*

2) нарушение лексической валентности слова может также приводить к КН, как например:

- *I wait that when I come here (Финляндия)*
- *What do you mean?*
- *Mmm... just forget, dear =)*

В данном примере мы наблюдаем нарушение валентных связей глагола “wait”, он употреблен в позиции ментального предиката, что приводит к полному непониманию смысла речевого хода адресатом, смене темы диалога адресантом и, соответственно, *глобальная КН*.

3) Использование лексемы, значение которой имеет очень незначительную зону пересечения с семантикой лексемы, необходимой в данном контексте, для выражения смысла, который хотел бы выразить адресант.

– *Have you already given birth, dear?*

- *Well she didn't come yet. (Польша)*

- *Mmm... sorry?*

В данном случае, мы наблюдаем употребление адресатом лексемы “come”, значение которой имеет незначительное количество общих семантических признаков со значением необходимой лексемы “to give birth”, что приводит в замешательство адресанта вопроса, и, соответственно, становится причиной КН. Становится необходим переспрос и уточнение значения употребленной лексемы.

Таким образом, проанализировав сообщения из личной переписки в социальной сети Facebook на фонографическом, грамматическом и лексическом уровне на предмет ошибок, мы можем с уверенностью говорить о присутствии языкового барьера или коммуникативных неудач в виртуальном дискурсе Facebook.

Литература:

1. Асмус Н.Г. Лингвистические особенности виртуального коммуникативного пространства диссертация. 2005. – С.40-47.
2. Austin J.L., Speech Act Theory. 1962. – Pp. 70-89.

Е. А. Казанцева

СПбГЭУ, программа «Теория перевода и
межкультурная/межъязыковая коммуникация»
д.ф.н, профессор Руберт И.Б.

АКТУАЛИЗАЦИЯ ГЕНДЕРНОГО КОМПОНЕНТА В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

В работе представлен анализ лингвостилистических средств различных уровней экспликации, участвующих в конструировании гендера в мужских и женских журналах об образе жизни. Рассматривается роль вербального и визуального компонентов креолизованного текста рекламы в актуализации гендерного компонента.

This paper presents the analysis of stylistic devices of different levels of explication, that take part in construction of gender stereotypes in male and female journals of modern life. Also was viewed the role of verbal and visual component in actualization of gender component in texts of advertisement.

Ключевые слова: гендер, реклама, языковые средства, субъязык, креолизованный, гетерогенный

Key words: Gender, advertisement, linguistic devices, sublanguage, creolized

На сегодняшний день изучение языка и гендера в дискурсе средств массовой информации является весьма перспективным в связи с той ролью, которую СМИ играют в создании массовой культуры и конструировании социальной реальности.

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время изучение сложившихся в языке стереотипов, которые отражают происходящие изменения в традиционной полоролевой дифференциации общества, вызывает большой интерес. Реклама, безусловно, представляет одно из наиболее доступных и психологически оправданных инструментов для распространения и внушения стереотипов.

В нашем исследовании мы попытались выявить и описать стилистические средства различных уровней экспликации, участвующих в конструировании гендера в мужских и женских журналах об образе жизни.

В текстах мужских и женских журналов, издающихся на рынке США, отражается определенная гендерная идеология, формулируются положения о том, что значит быть мужчиной и/или женщиной в данном обществе в данный исторический период. Язык служит одним из основных средств репрезентации гендерной идеологии. Поскольку журналы не ограничены тематикой и затрагивают широкий круг вопросов, касающихся разных сфер жизни, то гендерный дискурс пересекается с другими социальными практиками: работа, здоровье, мода и пр.

Анализ вербальной составляющей журнальных текстов позволил нам выделить языковые средства, участвующие в конструировании гендерных значений, и отличительные черты субъязыка мужчин и женщин. В ходе нашего исследования было выявлено, что в текстах для обсуждения и в самих обсуждениях в мужских журналах очень часто затрагивается тема профессиональной деятельности и, следовательно, в мужской речи обнаруживается более сильное влияние фактора «профессия» по сравнению с женской. Это проявляется, в частности, в тенденции широкого употребления профессиональных терминов при непринужденном общении. Представляется возможным предположить, что мужчины более активно используют багаж профессиональных знаний вне сферы профессионального общения, это, в свою очередь, может служить свидетельством более высокого статуса профессиональной роли в наборе социальных ролей у мужчин по сравнению с женщинами. Мужчины охотнее обсуждают спорт, автомобили, охоту, нежели любовь, семью и детей. В связи с этим тексты рекламы в мужских журналах представляется возможным охарактеризовать как более терминологичные, что мы попытались проиллюстрировать в примерах 1 и 2. В них преобладает высокая точность высказываний, использование точных данных, конкретных цифр и характеристик.

Пример 1. Introducing the All-New NissanZ. Raw power? Hardly. The all-new Nissan370Z is as well designed and crafted as it is exhilarating. *Every*

detail works to enhance the drive, from seats that firmly hold the driver to a steering wheel shaped for optimal grip. And with 332 horsepower, the Z proves performance is the greatest luxury of all [Maxim 5, 2010].

Пример 2. Mitsubishi Lancaster Sportback Ralliart. With its street-racer face fused to the business end of a hatchback, the Sportback's not the prettiest of this bunch, but we dig its 52.7 cubic feet of storage – you can haul metric as-loads of lumber while enjoying the Evo-lite handling [Maxim 7, 2010].

Для мужских журналов в большей степени, чем для женских, характерно использование сленгизмов, что можно наблюдать в примерах 3,4 и 5. Это может быть связано с тем, что в рекламах для мужчин больше акцентируется внимание на статусности, все усилия направлены на создание атмосферы неформальной беседы, в которой любой мужчина поймет, о чем идет речь.

Пример 3. The Junkie in the O.R. Why going under is more dangerous than you think [Men's Health 3, 2011].

Пример 4. The Soul. A new way to roll [Men's Health 10, 2011].

Пример 5. The GMC Sierra Denali. Takes on all comers with power and prestige [Maxim 5, 2010].

Среди рекламы для мужчин весьма распространены безличные предложения (примеры 6,7 и 8), что способствует созданию неофициальной атмосферы.

Пример 6. Luxury. Your constant companion in every journey [Men's Health 7, 2011].

Пример 7. Atoms. Molecules. Particles. No, this is not an ordinary car company [Vibe 6, 2010].

Пример 8. Innovation Unleashed. Run. Cut. Juke. [Maxim 3, 2011]

Примеры 9, 10 и 11 иллюстрируют эллиптические конструкции, которые встречаются достаточно часто и придают общению тон некой неофициальности, что не может не импонировать мужчине.

Пример 9. New thinking. New possibilities [Vibe 5, 2010].

Пример 10. Born to race. Bred to win. Just like you [Top Gear 11, 2010].

Пример 11. Burn less fuel. Not less rubber [Men's Journal 8, 2011].

Характерной чертой женских журналов является способ представление окружающей действительности, который проявляется на двух уровнях: а) выбор определений и б) эвфемизация дискурса.

В журналах для женщин обращает на себя внимание изобилие аффективных прилагательных и имен прилагательных в превосходной степени, что можно наблюдать в примерах 12, 13, 14, 15 и 16. Аффективные прилагательные служат выражением не столько конкретных качеств предмета или явления, сколько эмоционального отношения говорящего к этому предмету или явлению.

Пример 12. We've crammed so much *brilliant* stuff into this issue [New Woman 11, 2010].

Пример 13. Page after *glorious* page of shoes [Vogue 6, 2009].

Пример 14. How can a screen so *brilliantly* big also be so *ingeniously* small? [Women's Health 3, 2011]

Пример 15 *The most rational* decision your heart can make [Vogue 7, 2011].

Пример 16. Introducing *the sexiest hybrid* ever made [Elle 8, 2010].

Второй отличительной чертой женских журналов является эвфемизация повествования, что может быть связано со стремлением более деликатно обозначить предметы или явления, разговор о которых традиционно не входит в непосредственную сферу жизни женщин или может иметь негативные коннотации для читательниц. Наиболее часто эвфемизации подвергаются такие области жизни, как сексуальные отношения, что можно наблюдать в примере 17, и описание интимных частей тела, пример 18 и 19.

Пример 17. Don't wait for the 'right' moment *to get intimate* – enough sleep, enough time, enough prep. Enough is enough! *Get busy* with these fun and flirty tips [Woman 2, 2011].

Пример 18. Every year, a whole new wave of weight loss books is unleashed upon the millions of Americans looking to lighten *their saddlebag load* [Women's Health 6, 2011].

Пример 19. I'm truly blessed in *the behind department* [Elle 7, 2008].

В примерах 20, 21, 22, 23, 24 мы попытались продемонстрировать использование параллельных конструкций и повторов, что придает ритмическую организацию рекламному высказыванию и служит выделением нужной части рекламного сообщения в женских журналах. Таким образом, рекламное сообщение, построенное на контрасте и противопоставлении, является необычным, ярким и запоминающимся. Женские журналы этим изобилуют.

Пример 20. I'm Giuliette. And *I'm such a stuff as dreams are made on* [Cosmopolitan 4, 2009].

Пример 21. *This is a frock. This is a car.* To say appearances are important in France is something of an understatement [Cosmopolitan 8, 2011].

Пример 22. *Inspired by nature, driven by pleasure* [Glamour 4, 2010].

Пример 23. *Stylish and safe* [Cosmopolitan 11, 2011].

Пример 24. *Small just got big* [Cosmopolitan 6, 2010].

Большую роль в создании текста женской рекламы играет диалог с потенциальной покупательницей, что показывают примеры 25, 26 и 27. Женщина, читающая рекламное объявление, не может обменяться репликами с рекламистом, но может по-своему отреагировать на то или иное сообщение. Именно для создания видимости диалога с клиентом в текстах рекламы часто используются вопросительные предложения, как бы требующие от реципиента немедленной реакции.

Пример 25. Can you feel it? [Mary Claire 3, 2010]

Пример 26. Is your birth control as safe as you think? SUVs should be built to be SUVs and not dressed-up sedans [Mary Claire 7, 2011].

Пример 27. - you know who could use a car like this? - everyone! [Elle 2, 2010]

Анализ тематического содержания и жанровой специфики женских журналов показал, что спектр освещаемых в них тем соотносится с бытовыми сферами, традиционно воспринимаемыми как «женские»: красота, дом, семья, кулинария. Абсолютно специфическим жанром женских журналов являются гороскопы и астрологические прогнозы. Анализ тематического содержания и жанровой специфики мужских журналов показал, что представленные в мужских журналах темы воссоздают образ социально активного мужчины, который интересуется спортом, способен правильно оценить технические характеристики новых технологических достижений, принимает активное участие в общественной жизни. В качестве гендерно маркированных жанров выступают шутки и рейтинги женской красоты.

Таким образом, несмотря на активное использование визуального ряда, вербальный компонент рекламы в журналах достаточно активно участвует в образовании гендерных смыслов. Специфические особенности субъязыков мужских и женских журналов воспроизводят стереотипные представления о мужском и женском языках, о том какие единицы и модели языка являются ожидаемыми, либо неприемлемыми в речи мужчин и женщин.

Современное рекламное сообщение в глянцево-м журнале представляет собой семиотически гетерогенный текст (поликодовый, креолизованный в других формулировках), где не только вербальный, но и визуальный текст имеет равные права в плане воздействия на читателя глянцевого журнала. В этом отношении возникает вопрос, какой из компонентов, вербальный или визуальный, является преобладающим в актуализации гендерного компонента? На основании небольшого социологического опроса, было обнаружено, что в 90% случаев и мужчины и женщины обращают свое внимание в первую очередь на изображение. В 80% случаев изображение вызвало у читателей определенные ассоциации в общем коррелирующие с женским и мужским восприятием мира и соотносимые со стереотипным представлением о женственности и мужественности. Можно заключить, что иллюстрацию легче и быстрее воспринять, и что она имеет значительное влияние на восприятие вербального компонента креолизованного текста рекламы, несет в себе большой эмоциональный импульс. При этом, анализ специфики гетерогенных текстов показывает, что рекламное сообщение являет собой комплексную систему функционирования вербально и визуального компонентов, где они сосуществуют в

синтезе, взаимодополняя друг друга и где их совокупное воздействие приводит к возникновению синергетического эффекта, что способствует порождению новых, сложных смыслов в рекламном сообщении.

Произведенное исследование показало, что гендерные стереотипы в креолизованном тексте репрезентируются и с помощью вербальных и с помощью визуальных компонентов. Важным фактом является то, что гендерные стереотипы свойственны рекламным креолизованным текстам в целом, так как они облегчают восприятие информации адресатом, влияя именно на то, что находится глубоко в подсознании, а не лежит на поверхности.

А. В. Самойлова

СПбГЭУ, программа «Теория перевода и межкультурная/межъязыковая коммуникация»
к.ф.н., доцент Романова О.В.

СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНОЧНОСТИ В РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ)

В статье рассматриваются различные речевые стратегии формирования положительной и отрицательной оценки, представленные в англоязычной публицистике; анализируются тактики/приёмы реализации речевых стратегий.

The article is dedicated to various speech strategies of making positive and negative evaluation represented in English publicist discourse; tactics of speech strategies manifestation are analyzed.

Ключевые слова: Речевые стратегии, тактики/приёмы, оценка

Key words: Speech strategies, tactics, evaluation

В публицистическом тексте категория оценочности играет лидирующую роль. Несмотря на информационную направленность текстов публицистического стиля, информация зачастую носит субъективный характер. «Читатель всегда получает интерпретацию информации, как бы ни подчеркивался ее объективный характер» [3, с.36]. Такая интерпретированная информация характеризуется присутствием оценочного компонента в своей основе. Оценка уже заложена в текст информационного сообщения, читатель некритично, на подсознательном уровне воспринимает её, она является своего рода внушением. Таким образом, оценка является рычагом воздействия на сознание адресата. Воздействие необходимо авторам для решения разнообразных коммуникативных задач: убедить, изменить отношение, мнение читательской аудитории к кому/чему-либо,

намеренно представляя те или иные события в негативном или позитивном свете сформировать определённый образ описываемого объекта в сознании читателя.

В зависимости от поставленной коммуникативной цели автор разрабатывает план наиболее оптимального её воплощения, то есть стратегию, а также выбирает те способы подачи информационного материала, которые помогут правильной реализации задуманного плана. Таким образом, стратегия всегда нацелена на достижение конкретного результата, на осуществление коммуникативной цели отправителя сообщения. Обобщая сказанное выше, приведем определение понятия «стратегия» О. С. Иссерс: «стратегия представляет собой когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего» [2, с.100].

Для того, чтобы воплотить свои стратегические замыслы достижения определённых коммуникативных целей, перенести их из ментальной плоскости своего сознания, оформляя их при этом как реальные речевые действия, отправитель сообщения пользуется разнообразными тактиками и приёмами. Исследователи вкладывают различное смысловое содержание в термины тактика и приём, однако в большинстве случаев понятие «тактика» приравнивается к понятию «приём», обозначая при этом конкретную коммуникативную операцию, способствующую реализации выбранной адресантом речевой стратегии.

Своего рода макростратегией среди большого многообразия коммуникативных стратегий следует признать персуазивную стратегию. В частности, такого мнения придерживается исследователь А. В. Голоднов, он пишет: «персуазивная стратегия является универсальной стратегией текстообразования для социо-функциональных дискурсов» [1, с.139]. При этом к социо-функциональным типам дискурса А. В. Голоднов относит: массмедийный (массово-информационный), научный, политический, литературный, религиозный, экономический, юридический, официально-деловой и обиходно-бытовой [там же, с.160]. Таким образом, становится очевидным, что персуазивная стратегия охватывает широкий спектр разнообразных типов дискурса и соответствующих им типов текстов. В самом общем смысле явление персуазивности в речи понимается как «воздействие автора устного или письменного сообщения на его адресата с целью убеждения в чем-то, призыва к совершению или не совершению им определенных действий» [4, с.25]. Персуазивная стратегия может реализовываться в тексте в виде более частных стратегий воздействия, выбор которых зависит от коммуникативных целей адресанта.

Говоря о стратегиях формирования оценочности, целесообразно упомянуть стратегию оценочного информирования как ключевую стратегию передачи оценочных мнений и суждений автора с целью представления описываемых лиц или событий читательской аудитории в позитивном

или негативном свете. В трудах А. В. Голоднова, посвященных изучению особенностей персуазивной коммуникации в рекламном и политическом дискурсах, она рассматривается как стратегия положительной оценки и стратегия отрицательной оценки. Позволим себе несколько видоизменить данные понятия и в дальнейшем именовать упомянутые стратегии как стратегию положительного оценивания и стратегию отрицательного оценивания с целью акцентирования внимания на процессуальности данного явления, поскольку оценивание представляется нами как производимая автором текстового сообщения операция формирования оценки, а оценка является результатом произведенной операции.

Стратегия отрицательного оценивания нацелена на создание негативного образа объекта и реализуется, прежде всего, посредством применения тактики отрицательной характеристики. Рассмотрим пример использования автором публицистического текста стратегии отрицательного оценивания. Материалом исследования послужили статьи англоязычных авторов, отражающие различные аспекты жизни российской молодёжи.

Пример 1. Стратегия отрицательного оценивания. Тактика отрицательной характеристики.

Life for young people in Russia without connections is a mixture of inadequate and corrupt education, and a choice of boring dead-end jobs (The Daily Mail, 2007).

В фокусе внимания - жизнь современной российской молодежи. Автор делает акцент на том, как трудно добиться чего-либо современной молодежи без помощи «нужных людей». Тактика отрицательной характеристики реализуется благодаря выбору лексических единиц, обладающих отрицательными оценочными семами: *inadequate*, *corrupt*, *dead-end*. Автор статьи не критикует молодежь, он скорее сочувствует ей, имплицитно вкладывая в структуру высказывания мысль о безвыходности и тупиковости прилагаемых усилий, тщетности и бесполезности стараний в надежде преуспеть. Благодаря метафорическому высказыванию, автору удаётся образно представить картину жизни современной российской молодежи, а также выразить своё отношение к освещаемой им проблеме.

Репрезентация объекта в негативном свете помимо стратегии отрицательного оценивания может достигаться также с помощью стратегии дискредитации, сущность которой заключается в том, чтобы подорвать доверие к кому-либо, очернить кого-либо в глазах общественности. Выделяются следующие тактики/приёмы реализации данной стратегии: тактики оскорбления, обвинения, высмеивания; приём «навешивание ярлыков»; апелляция к стереотипам; создание оппозиции «свой/чужой». Приведем некоторые примеры использования указанной стратегии:

Пример 2. Стратегия дискредитации. Тактика высмеивания.

Like the sheep chanting “Four legs good, two legs bad” in George Orwell's Animal Farm, they [Russian political youth group] can intimidate through noise and numbers (The Daily Mail, 2007).

Реализуется стратегия дискредитации посредством тактики высмеивания, которая, в свою очередь, осуществляется за счет использования сравнения. Автор отрицательно оценивает тех молодых людей в России, которые имеют отношение к определенной организации. То, что он приводит в качестве цитаты слова овец из произведения Джорджа Оруэлла «Скотный двор» является метафорическим сопоставлением поведения овец и поведения членов организации. Кроме того, данное сравнение содержит элементы сарказма, придающего высказыванию негативный оттенок (like the sheep...they can intimidate through noise and numbers): как и овцы – не отличающиеся большой сообразительностью существа, – молодые люди из организации могут напугать только количеством и той шумихой, которую они разводят вокруг своей деятельности.

К стратегиям формирования положительной оценки относятся стратегия положительного оценивания и тактика похвалы. Суть тактики похвалы удачно сформулирована О.С. Иссерс: «Похвала предполагает оценку качеств, знаний, умений адресата» [2, с.179].

Далее обратимся к примеру, в котором используется стратегия формирования положительной оценки.

Пример 3. Стратегия положительного оценивания. Тактика положительной характеристики и Тактика похвалы.

They [Russian children] seem to find friends quickly, work hard, keep up with the banter and, after a short while, it's only their names that give away their nationality (The Guardian, 2013).

В представленном фрагменте формированию положительной характеристики школьников способствуют такие выражения, как *to find friends quickly, work hard, keep up with the banter*. С помощью данной лексики автор передает мысль о том, что российские школьники легко налаживают дружественные отношения с другими учениками, адекватно реагируют на подшучивания своих новых товарищей, а также усердно учатся. Помимо употребления ряда слов с положительно-оценочной коннотацией, тактика похвалы также реализуется при помощи гиперболизированного высказывания *it's only their names that give away their nationality*, демонстрирующего, насколько легко и быстро российские школьники адаптируются в непривычной для себя обстановке.

Подводя итог, следует подчеркнуть, что главной стратегией формирования оценочности в публицистическом тексте является стратегия оценочного информирования, реализующаяся в виде более частных стратегий формирования положительной и отрицательной оценки. К основным стратегиям формирования отрицательной оценки относятся стратегия отрицательного оценивания и стратегия дискредитации. Родственные по своей природе, указанные стратегии всё же имеют некоторые черты различия. Стратегия отрицательного оценивания направлена на наделение описываемого объекта отрицательной характеристикой, при этом объектом может выступать как человек, так и явление действительности, тогда как

стратегия дискредитации, как правило, персонифицирована, то есть обращена непосредственно к конкретному лицу/группе лиц. В целом, стратегия отрицательного оценивания представляется не столь категоричной и «жесткой» как стратегия дискредитации, поскольку адресант может преследовать не «глобальную» цель подорвать к кому-либо доверие, а лишь проинформировать читателя об отрицательных качествах, поступках, действиях кого-либо, «бросая тень сомнения» на объект своего повествования. Следует также отметить, что стратегии формирования отрицательной оценки представлены бóльшим разнообразием приёмов и тактик, нежели стратегии формирования положительной оценки, среди которых выделяется лишь стратегия положительного оценивания, реализующаяся в виде тактики положительной характеристики и тактики похвалы.

Литература

1. Голоднов А. В. Персуазивная коммуникация: стратегии и тактики воздействия. - СПб.: Изд-во «Астерион», 2010. – 244 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд.5-е. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Клушина Н.И. Языковые механизмы формирования оценки в СМИ // Публицистика и информация в современном обществе / Под ред. Г.Я. Солганика. М., 2000.
4. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие / В. Е. Чернявская. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

Источники иллюстративного материала

1. The Daily Mail <http://www.dailymail.co.uk/home/index.html>,
2. The Guardian <http://www.theguardian.com/uk>,
3. Evening Standard <http://www.standard.co.uk/>.

Т. Л. Хромцова

СПбГЭУ, программа «Теория перевода и межкультурная/межъязыковая коммуникация»
к.ф.н., доцент Барташова О. А.

МЕХАНИЗМ ЭПИСТЕМИЧЕСКОЙ БДИТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕЧАХ АДВОКАТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

В статье представлен анализ механизма эпистемической бдительности как объекта манипулятивного воздействия в англоязычных речах адвокатов. Исследование выполнено на материале текстов заключительных речей адвокатов из скриптов американского телевизионного сериала *Boston Legal* («Юристы Бостона»).

This paper presents the analysis of mechanism of epistemic vigilance as an object of manipulative influence in English speeches of lawyers. The research is based on the lawyers' closing texts from American television series *Boston Legal*.

Ключевые слова: эпистемическая бдительность, манипулятивное воздействие, динамика эпистемической бдительности, валидность информации

Key words: epistemic vigilance, manipulative influence, dynamics of epistemic vigilance, validity of information.

Взаимодействие людей немислимо без коммуникации, и язык, способствуя обмену информации между людьми, является средством познания. Но в процессе общения человек может подвергнуться риску быть введенным в заблуждение, а использование ложной информации может навредить и ему самому и третьим лицам. Соответственно, для сохранения эффективности коммуникации необходим защитный механизм, получивший название *эпистемическая бдительность – epistemic vigilance* [3].

Под термином эпистемическая бдительность понимается совокупность когнитивных процессов, индексирующая поступающую информацию как валидную или невалидную [3], т.е. проявление доверия/недоверия собеседнику.

Именно риск быть обманутым в процессе общения обуславливает статус эпистемической бдительности как неотъемлемой части коммуникации, следовательно, оценка валидности информации производится собеседниками постоянно.

При оценке поступающей информации наибольшее значение имеют два параметра: источник информации и содержание информации. В первом случае динамика эпистемической бдительности (т.е. снижение либо повышение доверия к высказыванию) зависит от компетентности говорящего; его желания/нежелания сообщать нам информацию; наличия/отсутствия у него «кредита доверия» и хорошей репутации; эмоционального состояния говорящего (спокоен он или эмоционально возбужден). Во втором случае динамика эпистемической бдительности определяется релевантностью/иррелевантностью информации; совпадением/несовпадением с фоновыми знаниями слушающего и соответствием/несоответствием ожиданиям аудитории [1].

Следовательно, относительно источника информации эпистемическая бдительность уменьшается (и соответственно, доверие повышается) в случае, если источник компетентен, «свой», спокоен и получил информацию по надежным каналам (например, сам видел или слышал то, о чем сообщает). Если эти условия не выполняются, то эпистемическая бдительность повышается, а доверие снижается.

В отношении содержания сообщения эпистемическая бдительность снижается, если подается нерелевантная информация, совпадающая с фоновыми знаниями и ожиданиями слушателя. Если же предоставляемая

информация релевантна и идет вразрез с фоновыми знаниями и ожиданиями собеседника, то доверие падает.

Немаловажное влияние на динамику эпистемической бдительности оказывает и форма высказывания, в частности такие ее параметры, как стилистическое маркирование сообщения, использование импликации либо экспликации, темп, интонация, синтаксис, невербальные маркеры (мика, жесты и т.д.) [1, с.63].

Зная динамику эпистемической бдительности, адвокат в своей речи может действовать в двух направлениях: снижать эпистемическую бдительность аудитории в отношении своих слов, либо повышать эпистемическую бдительность к словам оппонента. Рассмотрим более подробно первое направление, так как оно является наиболее распространенным в речах защитников.

1. Источник высказывания

В своих речах адвокату важно убедить аудиторию в том, что он компетентен, разбирается в обсуждаемой проблеме, эмоционально спокоен и является надежным каналом информации («сам видел, слышал»). Для этого защитник часто прибегает к приему включения себя в круг «своих», знающих о некоей проблеме не понаслышке и разбирающихся в каких-либо вопросах:

I'm at risk for Alzheimer's.... What you wouldn't know is what it feels like to be. There's a prescription drug dextroamphetamine. It's very big on the black market. ...I don't know how it works. But you get your memory back.

В данном примере адвокат защищает интересы врача, назначившего своему пациенту препараты, применение которых еще не было одобрено Управлением по санитарному надзору за качеством пищевых продуктов и медикаментов. Защитник указывает на то, что сам подвержен серьезному заболеванию и имеет ясное представление о его симптомах, и значит, является надежным каналом. Однако проверить истинность подобного заявления не представляется возможным, следовательно, данный прием является исключительно манипулятивным.

Let me say, I am a great lover of the news... I watch it all.

Адвокат открыто заявляет о том, что является большим любителем новостей. В деле о предъявлении иска телевизионному каналу за создание слишком консервативной новостной программы подобное заявление сигнализирует о компетентности говорящего и соответственно повышает доверие аудитории к его словам.

С целью снижения эпистемической бдительности аудитории адвокаты часто имплицитно используют свои профессиональные знания в высказывании:

And believe me I know all about wanting control of your life and having very little of it.

Подобное заявление адвоката указывает на то, что желание все контролировать ей не чуждо (как и истице), но опыт, с которым она столкнулась, по-видимому, не был удачным (*having very little of it*), и сигнализирует аудитории: «я обладаю достаточными знаниями, чтобы мне доверять». Употребление глагола *believe* в императиве также направлено на повышение доверия со стороны аудитории.

С этой же целью защитники включают в свои речи данные различных научных и социологических исследований, маркерами которых могут служить следующие конструкции: *scientists say that.., a recent poll showed that.., a survey done in 2002 revealed that.., a survey done in 2002 revealed that...* и др.

2. Содержание высказывания

Наиболее частотным приемом, к которому прибегают адвокаты в отношении содержания своей речи, направленным на снижение эпистемической бдительности, является внедрение нерелевантной информации, подчас не имеющей отношения к рассматриваемому делу. Данный прием направлен, как правило, на присяжных заседателей и зрителей в зале суда (как на людей, подверженных манипулятивному воздействию адвоката в большей степени, ввиду отсутствия у них специального юридического образования). Сторона обвинения и судья отслеживают отклонения адвоката от темы и маркируют их протестом либо замечанием:

Attorney Daniel Gellman: The government has systematically distorted or worse, suppressed findings by the FDA and EPA when it comes to contraception, stem cell research. AIDS, global warming, pollution...

Judge William Howe: Let's just stick to the case, Counsel, and leave politics out of it.

Attorney Daniel Gellman: This case is all about politics.

Представляя в суде интересы учителя, которого уволили за инициативу введения креационизма в школьную программу, адвокат переключается на тему политики.

Рассмотрим еще один пример:

Alan Shore: Hundreds of millions of people have died in religious conflicts. Hitler did his business in the name of his Creator. 9/11 was an act of religious extremism. It's our greatest threat today—a Holy Jihad. If we're not ready to strip religion of its sacred cow status, how 'bout we at least scale back a little on the constitutional dogma exalting it as all get-out?

Sally Heep: Your Honor, I would love to know what this has to do with my client being fired?

В данном примере адвокат пытается отвлечь аудиторию от незаконного увольнения сотрудника за его религиозные убеждения и сфокусировать внимание на религиозных конфликтах в мире.

3. Форма высказывания

Для снижения эпистемической бдительности аудитории адвокаты также работают и с формой высказывания. Отмечается многочисленное употребление вводных конструкций, таких как “*certainly*”, “*of course*”, “*frankly*”, “*apparently*”, “*evidently*”, “*obviously*”, “*no doubt*”, “*sure as hell*”; частое введение с структуру предложения лексем “*fact*”, “*reality*” и “*truth*” (*e.g.* “*in fact*”, “*the reality is...*”, “*the truth is...*”, “*that is just the truth*”, “*the truth be told*”), которые способствуют повышению доверия к словам адвоката и закладывают в сообщение идею истинности сказанного.

Особенно часто адвокаты пытаются создать иллюзию общеизвестности, что с психологической точки зрения является действенным манипулятивным приемом – «если знают все, значит можно доверять». Иллюзия общеизвестности достигается за счет употребления следующих конструкций: *Everybody in this room knows; We all know what happened here; It is well-known; I'm sure you know this;*

...as you well know.

Особым приемом, который получил широкое распространение в речах адвокатов, является употребление разделительных вопросов. Юристы знают, что не согласится с содержанием таких вопросов не так-то просто [2, с.76-77], так как эти конструкции не являются вопросами, и ответ на них не предполагается, и поэтому активно используют их в своих выступлениях:

*That would explain why Warren was trying to flee, wouldn't it?;
It can't be a straight negligence thing, can it?*

Таким образом, зная основные параметры сообщения, влияющие на динамику эпистемической бдительности, говорящий получает возможность корректировать свое высказывание в соответствии с интенцией. Работая с содержанием и формой высказывания, отправитель сообщения может повысить доверие к собственному высказыванию или недоверие к словам третьих лиц, оказывая тем самым манипулятивное воздействие на реципиента.

Литература:

1. Клепикова Т. А. Категоризация интеракциональности в языке: эпистемическая бдительность. Когнитивные исследования языка. Вып. VIII. Взаимодействие когнитивных и языковых структур: Мат-лы Круглого стола в Институте языкознания РАН 1 ноября 2011 г. – М.: Ин-т языкознания РАН; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2011. – с. 58-64.
2. Shuy Roger W. *Linguistics in the Courtroom: a Practical Guide*. Oxford University Press. 2006
3. Sperber D., Clement F., Heintz C., Mascar O., Mercier H., Origgi G., Wilson D. Epistemic vigilance // *Mind and Language*. – 2010. – Vol. 25. – No. 4. – Pp. 359-393.

СЕКЦИЯ 9. РОЛЬ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РФ

Банда Мебин

СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»
д.э.н., профессор Черненко В.А.

ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ КОМПАНИИ

В статье рассматривается роль инвестиционной стратегии в развитии компании. Описаны основные этапы разработки инвестиционной стратегии, выделяются направления инвестиционной деятельности компании. На основании рассмотренного материала делается вывод о положительном влиянии инвестиционной стратегии на эффективность работы компании в целом.

In this article, the author looks at the role of an investment strategy in the development of the company, as well the aspects of the formation and implementation of the investment strategy. Based on the undertaken research we assert that a perfect implemented investment strategy can led to economic growth of a firm.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, инвестиционные ресурсы, инвестиционная стратегия, инвестиционная политика.

Keywords: investments, investment activities, Investment resources, investment strategy, investment policy.

В настоящее время вопросы, связанные с инвестиционной деятельностью являются весьма актуальными. Раньше, в условиях командно- административной системы деятельность предприятий строго регламентировалась планом, который разрабатывал специальный государственный орган. Соответственно, в это время не могло быть и речи об инвестиционной стратегии фирмы, так как единственным инвестором, по сути, выступало государство. С развитием рыночной системы потребность в ней появилась, появились кадры, способные грамотно написать данную статью.

Основной целью исследования в статье является поиск наиболее эффективных подходов к разработке и реализации инвестиционной стратегии для последующего обоснования важности инвестиционной стратегии предприятия.

Корень процесса инвестирования, заключается в том, что инвестиции не только способствуют сохранению стабильности предприятия, но и обеспечивают рост и развитие компании. В настоящее время интерес к данной теме обусловлен объективными причинами. Две основные из них:

износ основных фондов предприятий и необходимость разработки и внедрения инновационных проектов на предприятиях, чтобы, таким образом, повысить конкурентоспособность российских товаров. [1, с. 56]

Таким образом, инвестиции являются одной из важнейших характеристик деятельности предприятия. Привлечь инвесторов сложно, поэтому фирма должна иметь грамотного специалиста, способного составить такую инвестиционную стратегию, которая смогла бы их заинтересовать.

Стоит отметить, что в современной экономике большинство предприятий осознают необходимость сознательного перспективного управления инвестиционной деятельностью, эффективным инструментом инвестиционной деятельностью компании в условиях происходящих существенных изменений макроэкономических показателей, конъюнктуры инвестиционного рынка, системы государственного регулирования рыночных процессов, выступает инвестиционная стратегия.

Инвестиционная стратегия — система долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения. [6, с. 41]

Инвестиционную стратегию можно представить как генеральный план действий в сфере инвестиционной деятельности компании, который определяет приоритеты её направление и формы, характер формирования инвестиционных ресурсов и, в свою очередь, последовательность этапов реализации долгосрочных инвестиционных целей, обеспечивающих предусмотренное общее развитие компании. Соединение в инвестиционной стратегии корпорации системы целей и пути их достижения, границы возможной инвестиционной активности компании и принимаемые инвестиционные решения по направлениям и формам его инвестиционной деятельности в рассмотренном периоде. [3, с.98]

Автор считает, что инвестиционную стратегию компании можно также охарактеризовать как систему сформированных критериев, по которым она оценивает и реализует свои инвестиционные возможности, путем моделирования своей перспективной инвестиционной позиции и обеспечения её достижения. В итоге, инвестиционная стратегия компании представляет собой системную концепцию, связующую и направляющую развития инвестиционной деятельности компании.

Разработки и реализации инвестиционных стратегий компании — сложные процессы которые базируются на прогнозировании конъюнктуры инвестиционных рынков и условий реализации инвестиционной деятельности. Самая большая сложность этих процессов заключается в том, что они предполагают обширный поиск альтернативных вариантов инвестиционных решений, наиболее полно соответствующих имиджу предприятия и задачам его развития. Стоит отметить, что инвестиционная

стратегия компании не является неизменной, а требует периодической корректировки с учетом меняющихся внешних конъюнктур рынков и новых возможностей роста компании.

Важнейшей составной частью общей системы стратегического инвестиционного выбора предприятия является процесс разработки инвестиционной стратегии, и он включает:

- постановку целей инвестиционной стратегии;
- оптимизацию структуры формируемых инвестиционных ресурсов и их распределения;
- выработку инвестиционной политики по наиболее важным аспектам инвестиционной деятельности;
- поддержание взаимоотношений с внешней инвестиционной средой.

По мнению автора, описание инвестиционной стратегии, как и любого многогранного понятия, не исчерпывается лишь простым определением. Он считает, что инвестиционная стратегия является структурированной совокупностью нескольких взаимосвязанных аспектов, в том числе: институциональный, экономический, нормативно-правовой, информационно-аналитический и другие.

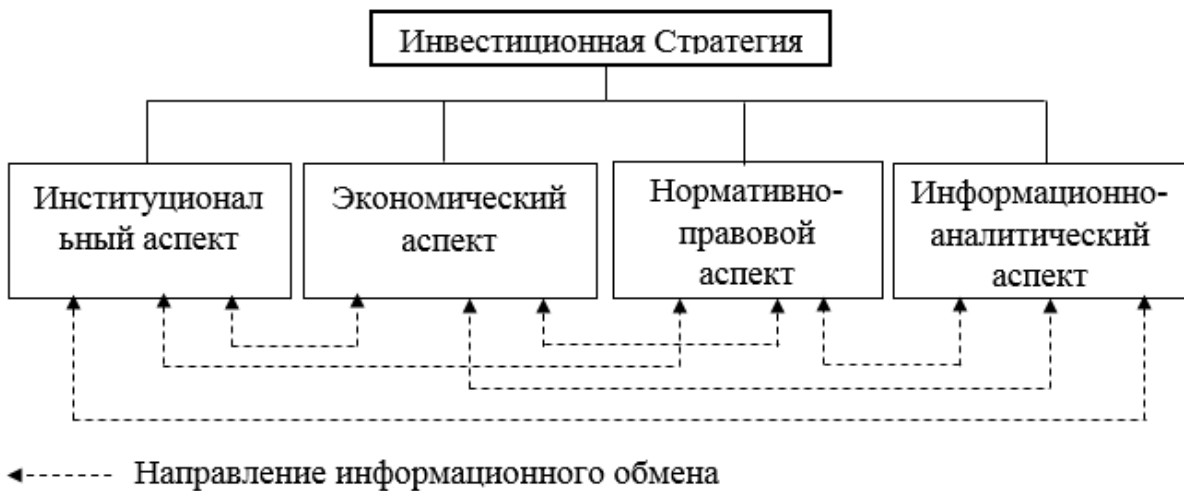


Рисунок 1. Инвестиционная стратегия как целая система аспектов

Институциональный аспект инвестиционной стратегии представляет собой совокупность таких основных составных частей как: виды инвестиций, инвестиционный портфель, риски. В рамках институционального аспекта выделяются основные управляемые подсистемы, существующие в корпоративных инвестициях.

Нормативно-правовой аспект инвестиционной стратегии состоит из таких основных частей как: во-первых, законодательные и иные норма-

тивные правовые акты государства, образующие юридическую основу и формирующие фискальную среду, в рамках которых корпорация формирует инвестиционную стратегию и осуществляет инвестиционный процесс; во-вторых, учетная политика корпорации, внутренние регулирующие документы, которые позволяют обеспечивать единый инвестиционный процесс в рамках подразделений корпорации.

Экономический аспект – совокупность экономических частей инвестиционной стратегии, к которым относятся: система экономических показателей для оценки инвестиционной стратегии, управление, финансирование инвестиционного процесса. В рамках экономического аспекта выделяются основные методы, критерии и цели инвестиционной стратегии.

Информационно-аналитический аспект инвестиционной стратегии представляет собой систему обработки информации (СОИ), состоящую из следующих частей: подсистема сбора и сортировки информации, подсистема хранения информации, подсистема поиска, подсистема анализа информации.

Таким образом, необходимость разработки инвестиционной стратегии предприятия определяется изменениями условий внешней и внутренней среды. Эффективно управлять инвестициями возможно только при наличии хорошей инвестиционной стратегии, адаптированной к возможным изменениям факторов внешней инвестиционной среды. [1, с.92]

В современной экономике при низкой конкурентоспособности российской продукции одним из важнейших направлений улучшения ситуации является внедрение инновационной и инвестиционной деятельности. Для этого необходимо разработать инвестиционную стратегию.

Кроме того, инвестиционная стратегия становится одним из определяющих факторов успешного развития предприятия.

На взгляд автора, инвестиционная стратегия предприятия является тем документом, эффективная разработка и реализация которого – одна из главных заявок, на рост и развитие компании. При рассмотрении в рамках экономики России, успех большинства компаний (все предприятия в рамках рыночной системы хозяйствования не могут быть успешным, так как это противоречит закону конкуренции, согласно которому в конкретной борьбе есть как победители, так и проигравшие) влечет за собой повышение эффективности функционирования и инвестирования в сферы их деятельности. Это в конце может и значить улучшение благосостояния населения России в целом.

Литература:

1. Ажлуни А.М., Моисеев А.В. Инвестиционная стратегия: учебное пособие/ Хазанович Э.С., Ажлуни А.М., Моисеев, А.В. М: КОНРУС, 2010. – 304 с.
2. Гурков И. Стратегия и структура Корпорации. М.: дела, 2008. – 180с.

3. Крылов Э.И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия. М., 2006.
4. Кучарина Е.А. Инвестиционный анализ. Краткий курс. М., 2007. 160 с.
5. Лахметкина Н.И, инвестиционная стратегия компании, М.: КНОРУС, 2007. – 184 с.
6. Лахметкина Н.И. Инвестиционная стратегия предприятия: Учебное пособие. М.: Кнорус, 2008. 186 с.

М. А. Дементиев

СПбГЭУ, программа: «Корпоративные финансы»
д.э.н., профессор Вострокнутова А.И.

РОЛЬ СИСТЕМЫ УЧЕТА НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

В статье оценивается роль системы учета накладных расходов при принятии управленческих решений на предприятии; обоснован отказ от традиционного способа распределения накладных расходов; предложена система прямого учета эластичности расходов, обеспечивающая принятие более эффективных управленческих решений на предприятии.

Review provides analysis of costing systems as decision aids; author proposes costing system without overhead allocation and with direct accounting of costs' flexibility; the system provides information for short-term and long-term managerial decisions.

Ключевые слова: директ-костинг, накладные расходы, управленческий учет; центры ответственности

Key words: direct costing, overhead costs, management accounting, responsibility centers

Одной из основных задач финансового менеджмента является выбор наилучших активов для инвестиций. Активы используются для производства продуктов, и предприятия стремятся оценить экономическую эффективность производства того или иного продукта, чтобы обеспечить максимальную отдачу на вложенный капитал.

Экономическая эффективность выражается показателями рентабельности продаж и рентабельности капитала. В первом случае прибыль соотносится с выручкой, во втором – с собственным, инвестированным капиталом или с совокупными активами. Для того чтобы рассчитать рентабельность продаж отдельного продукта, необходимо знать выручку по продукту и расходы на производство продукта. Особую сложность здесь вызывает определение расходов на производство конкретного продукта в условиях, когда значительная часть расходов являются косвенными по отношению к производимым продуктам. Для того чтобы «спрямить» кос-

венные расходы и определить реальную рентабельность производства продукта, могут использоваться различные методы распределения:

1. традиционный метод;
2. ABC метод;
3. TDABC метод;
4. time-sheet метод.

Традиционный метод в качестве базы для распределения использует прямые расходы или объем выпуска. Использование традиционного метода предполагает выполнение ряда условий, присущих массовому типу производства.

С расширением ассортимента производимой продукции, ростом доли накладных расходов прямые расходы и объем выпуска перестали быть объективной базой для распределения косвенных расходов. В ABC методе помимо объема производства используются другие драйверы затрат, через которые стоимость ресурсов распределяется на процессы и продукты. Драйвер затрат напрямую отражает интенсивность использования ресурса или процесса.

Из-за большого числа драйверов, ресурсов и процессов ABC метод оказался сложным в разработке и поддержке. TDABC метод использует единственный драйвер затрат – время, поскольку оно является главным измерителем интенсивности работы большинства ресурсов, которыми являются сотрудники и оборудование. Использование единого драйвера затрат для всех ресурсов упрощает поддержку данной модели в актуальном состоянии, однако оценка факторов в уравнениях TDABC остается сложной и подверженной большому количеству ошибок. Также неизменным условием использования TDABC метода является гомогенность процессов. Данное условие не соблюдается в консалтинговых, инжинирговых, IT и других компаниях, работающих в сфере услуг.

Для того чтобы уйти от ограничений TDABC метода, стали применяться time-sheet отчеты о рабочем времени, в которых сотрудники указывают время, затраченное тот или иной заказ, проект, задачу. Далее на основе time-sheet отчета производится распределение расходов на заработную плату и социальные взносы по объектам учета. Стоит отметить, что time-sheet отчеты воспринимаются сотрудниками крайне негативно. При множественности задач оценка затраченного на каждую задачу времени будет неточной. Ошибка может составлять до 35% от реальных данных [3].

Таким образом, распределение накладных расходов вне зависимости от метода будет подвержено влиянию субъективного фактора. Система распределения накладных расходов потребует существенных инвестиций в разработку и поддержку. В связи с этим необходимо определить, какие решения могут быть приняты на основе полученных данных о рентабель-

ности производства продуктов с учетом распределения накладных расходов. Можно выделить два вида решений:

1. краткосрочные;
2. долгосрочные.

К краткосрочным решениям относится, например, подтверждение или отклонение заказа. При принятии краткосрочных решений релевантными являются только переменные расходы. Накладные расходы, в основном, не являются переменными в краткосрочном периоде, поэтому не должны учитываться при принятии краткосрочных решений.

Долгосрочные решения касаются вопросов увеличения или сокращения внеоборотных активов, расширения или сокращения персонала с соответствующим отказом от производства убыточных продуктов. При расширении производства, для того чтобы оценить расходы на расширение штата и вложения во внеоборотные активы, необходимы данные о загруженности ресурсов. ABC, TDABC, time-sheet системы не дают объективных данных о загруженности ресурсов. При отказе от производства убыточных продуктов должно быть оценено потенциальное сокращение постоянных расходов. Перечисленные выше системы производят аллокацию всех постоянных расходов по продуктам, при этом не происходит разделения постоянных расходов на контролируемые и неконтролируемые на уровне продуктов в долгосрочном периоде. В качестве интеллектуального эксперимента представим компанию с высокой долей расходов на заработную плату и использующей систему time-sheet. Предположим, что имеются точные, полученные по записям с камер видеонаблюдения данные, какое количество минут потратил каждый сотрудник на тот или иной продукт. Допустим, что с учетом затраченного времени всех сотрудников один продукт оказался убыточным. Если компания откажется от производства данного продукта, то часть основного персонала может быть сокращена с соответствующим сокращением расходов, но, очевидно, что не изменятся расходы на оплату труда высшего руководства, бухгалтерии, HR отдела, отдела снабжения, IT отдела, рабочее время которых могло быть напрямую связано с данным продуктом.

Вышесказанное позволяет сделать вывод, что распределение постоянных накладных расходов не способствует принятию более обоснованных управленческих решений. Одним из немногих исключений из этого правила может быть распределение расходов на аренду помещений пропорционально площади, занимаемой сотрудниками и оборудованием. Это, по мнению некоторых авторов, способствует более компактному и экономичному использованию производственных площадей [2, с. 161].

В качестве альтернативы предлагается полный отказ от распределения накладных расходов по продуктам. Для этого необходимо объединять продукты в центры прибыли так, чтобы максимальная доля постоянных наклад-

ных расходов была прямой по отношению к центру прибыли и контролируемой в долгосрочном периоде, т.е. отказ от производства всех продуктов центра прибыли приведет к сокращению всех расходов, отнесенных на центр прибыли. Это позволит избежать негативных оценок рентабельности отдельных продуктов, вызванных необоснованным распределением накладных расходов. Если накладные расходы, которые не могут быть напрямую отнесены на центр прибыли, предлагается выделять их в центры убытков. Количество центров убытков будет зависеть от информационных потребностей руководства и учредителей. Например, могут быть выделены центры убытков «Обслуживающие процессы», «Высшее руководство», «Исследования и разработки», «Маркетинг», «Общекорпоративные основные расходы». Такие накладные расходы, как, например, аренда, которые будут распределены на центр прибыли, но не будут являться контролируемыми на уровне центра прибыли, необходимо выделять, чтобы они не учитывались при принятии долгосрочных решений.

Система управленческого учета расходов должна давать ответы на следующие вопросы [1, с. 43]:

1. Какие расходы возникли (учет по видам)?
2. Где возникли расходы (учет по местам возникновения)?
3. Для чего возникли расходы (калькуляция по объектам учета)?

Для того чтобы характеризовать контролируемость расходов на уровне центра прибыли в краткосрочном и долгосрочном периоде, система управленческого учета должна отвечать ещё один на вопрос:

4. Какова эластичность расходов по объему продаж?

Технически управленческий учет во многих ERP системах ведется на счетах бухгалтерского учета с указанием дополнительных кодов аналитики, например, код продукта, клиента, статьи затрат, региона, договора, вида деятельности, центра ответственности. Для того чтобы получать данные об эластичности расходов, проводки должны сопровождаться дополнительным кодом «эластичность», который может принимать следующие значения:

1. переменные расходы;
2. постоянные расходы
3. независимые расходы;
4. постоянные-распределенные расходы;
5. целевые расходы;
6. чрезвычайные расходы.

Очевидно, что бухгалтерия предприятия не сможет самостоятельно определять эластичность расходов каждой хозяйственной операции, которая была отражена на счете отчета о прибылях убытках или распределительном счете. Это и не нужно, поскольку большинству статей затрат соответствует только одно значение кода эластичности. Те статьи затрат, по

которым могут учитываться расходы с разной эластичностью, последняя должна регулироваться указанием кода проекта. Проект выражает цель, на которую направлены конкретные расходы. Например, расходы по проекту поставки оборудования будут переменными; расходы по проекту ликвидации пожара на складе будут чрезвычайными; расходы по гарантийному ремонту отгруженного оборудования – независимыми; расходы на аренду, распределенные на центр прибыли, – постоянными-распределенными расходами.

При помощи информации об эластичности расходов может быть проведен ступенчатый анализ маржинальной прибыли, рассчитанной на основе контролируемости расходов в долгосрочном и краткосрочном периодах как на уровне центра прибыли, так и на уровне всего предприятия. Такой анализ упростит составление бюджетов и позволит лучше реагировать на значительное негативное изменение прогноза объема продаж. Ориентация на отказ от распределения накладных расходов, указание дополнительного кода при распределении позволят определять реальный вклад объединенных в центры прибыли продуктов в совокупный финансовый результат предприятия, и в конечном итоге, повысить эффективность принимаемых управленческих решений.

Литература:

1. Контроллинг: учеб. / под ред. А.М. Карминского, С.Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006.
2. Маскелл, Б., Баггали, Б. Практика бережливого учета. – М.: Институт комплексных стратегических исследований, 2013.
3. Gervais, M. Time-Driven Activity-Based Costing (TDABC): An Initial Appraisal through a Longitudinal Case Study / Gervais M., Levant Y., Ducrocq C. // Journal of Applied Management Accounting Research (Summer), 2010.

М. С. Зимерева

СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»

д.э.н., профессор Добросердова И.И.

АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ РФ

В статье рассмотрены основные специфические черты электроэнергетики как объекта инвестиций, проведен анализ инвестиционной привлекательности и выявлены возможные пути решения проблемы недостаточности инвестиционных ресурсов.

The article describes the main specific features of electricity as an investment object, has been analyzed investment attractiveness and identified possible solutions to the problem of shortage of investment resources.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, электроэнергетика, инвестиционный капитал, инвестиционная активность.

Key words: investment attractiveness, Electric Power, investment capital, investment activity.

Электроэнергетика – базовая отрасль народного хозяйства Российской Федерации, ее бесперебойное функционирование и стабильное развитие обеспечивает, в свою очередь, развитие всех отраслей промышленности страны.

Для длительного стабильного обеспечения экономики и населения страны электроэнергией необходимой является научно обоснованная и воспринятая обществом, государственной властью и бизнесом долгосрочная инвестиционная политика в энергетической отрасли.

Также необходима разработка стратегических инвестиционных программ на предприятиях генерации для модернизации старых объектов и строительства новых с использованием новейших разработок. На начальном этапе необходимо определить, в каком состоянии инвестиционный потенциал отрасли, каким образом компании электроэнергетики могут обеспечить приток капитала для инвестиционных целей, какую отдачу в будущем получают инвесторы.

На данный момент требуется перевооружение многих электростанций и теплоэлектроцентралей, направленное на увеличение установленной мощности. В свою очередь, для отрасли характерен износ фондов (примерно 70-80 %), что также указывает на потребность в инвестициях.

В Сценарных условиях развития электроэнергетики до 2030 года определен объем вывода из эксплуатации (демонтажа) действующего генерирующего оборудования АЭС, ТЭС и ввода новых мощностей, а также был разработан прогноз капитальных вложений, необходимых для развития электроэнергетики РФ на период до 2030 года.

Реформирование отрасли было направлено на привлечение инвесторов и обновление фондов, но необходимый результат не был получен. Большинство инвестиционных проектов финансируются из собственных средств генерирующих компаний, что обуславливает организационно-правовую форму акционерного общества.

Электроэнергетика как объект инвестирования имеет свою специфику, которая определяет ее инвестиционную привлекательность и инвестиционную активность. Зачастую данная специфика имеет отрицательное влияние на процесс инвестирования, так как влияет на отдачу на капитал, период окупаемости (инвестиции в электроэнергетику носят долгосрочный характер, норма дохода более низкая по сравнению с другими областями, и весьма велико влияние государства, которое во многих случаях

отказывает потенциальным инвесторам и усложняет процесс осуществления инвестиционной деятельности). Основные особенности электроэнергетики как объекта инвестиций:

1. Деятельность компаний отрасли не может быть направлена лишь на получение прибыли.
2. Сложность исполнения инвестиционных проектов в финансовом, технологическом и организационном аспектах.
3. Многие объекты электроэнергетики имеют явные и неявные обременения, которые носят социальный характер.
4. От отрасли зависит безопасность страны, так как она является стратегической отраслью народного хозяйства. Поэтому существуют негласные правила отказа в допуске неудобным инвесторам.
5. Государство постоянно вносит изменения в правила работы самой отрасли, также рынков сбыта, меняет свои обещания.

Для анализа зарубежного опыта был рассмотрен американский рынок электроэнергии. Выбор обусловлен тем, что в США реструктуризация электроэнергетики происходила по схожему с российским сценарию.

В РФ, как и в США, наблюдался резкий спад инвестиционной активности в кризисное время (2008-2009г.), минимум был достигнут в 2009г. После начала кризиса инвестиции в генерирующие компании резко обесценились, падение акций энергетических компаний дало рекордные показатели на всем фондовом рынке (350–400 %). Это говорит о том, что инвесторы перестали рассматривать энергетику как отрасль, обладающую инвестиционной привлекательностью.

В США после резкого падения Dow Jones U.S. Daily Electricity Price Indexes находится в зоне роста последние 5 лет, в России же наблюдался рост до 2011 года, а с 2011 года наблюдается падение индекса ММВБ энергетики. Таким образом возникает вопрос, почему американские компании электроэнергетики демонстрируют положительный рост капитализации, в то время как капитализация отечественных компаний электроэнергетической отрасли в последние годы стремительно падает?

В рамках проведенного анализа были выбраны для изучения российские генерирующие компании – оптово-генерирующие (ОГК) и территориально-генерирующие компании (ТГК). Было выбрано 5 основных компаний генерации электроэнергии: ТГК-1, ТГК-9, РусГидро, ОГК-1, ОГК-3. На долю данных компаний приходится до 40% производства всей электроэнергии страны, акции котируются на биржах, а консолидированная отчетность составлена по стандартам МСФО. Также в исследовании были рассмотрены пять основных игроков американского рынка – Exelon, Southern California Edison, American Electric Power, Pacific Gas & Electric, Georgia Power.

В качестве основного показателя был выбран Коэффициент Q-Тобина, который часто встречается в экономических исследованиях как индикатор, указывающий на то, следует ли увеличивать инвестиции в компанию (Tobin's $Q > 1$) или нет (Tobin's $Q < 1$). Полученные результаты представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Коэффициенты Q-Тобина

Компания	Q-Тобина	Компания	Q-Тобина
Exelon	0,41	ТГК-1	0,29
Southern California Edison	2,50	РусГидро	0,29
American Electric Power	1,51	ОГК-1	0,59
Pacific Gas & Electric	0,46	ОГК-3	0,53
Georgia Power	2,27	ТГК-9	0,65

Российские компании выглядят недооцененными по соотношению рыночной капитализации и балансовой стоимости собственного капитала. Также в рамках проводимого исследования было рассмотрено изменение основных финансовых индикаторов, таких как: коэффициенты платежеспособности и финансовой независимости; показатели EV/EBITDA, EV/Установленная мощность, P/E; Коэффициенты структуры капитала.

Таким образом, на основании проведенного анализа было доказано, что инвестиционная привлекательность электроэнергетических компаний РФ в последние годы на уровень ниже американских (западных) аналогов, это подтверждают и рыночные биржевые индексы, и динамика финансовых показателей, и коэффициент Q-Тобина. Следовательно, необходима разработка стратегических инициатив по повышению инвестиционной привлекательности отечественной отрасли с целью привлечения частных инвесторов, капитал которых поможет осуществить модернизацию действующих мощностей и строительство новых.

Основными управляемыми факторами акционерной стоимости всех компаний отрасли являются:

- улучшение финансово-хозяйственной деятельности;
- улучшение корпоративного управления и взаимодействия с инвесторами;
- улучшение информационной прозрачности компаний и их открытости для инвесторов;
- реализация компаниями эффективных инвестиционных программ;
- эффективное использование фондовых инструментов долгового финансирования.

Одним из путей решения проблемы привлечения инвестиционных ресурсов в отрасль может стать принятие компаниями сектора четкой и прозрачной дивидендной политики, способной обеспечить дивидендную доходность на уровне не менее 4-6%, что оказало бы хорошую поддержку котировкам их акций за счет притока «длинных» денег и уменьшения их привлекательности для спекулятивных хедж-фондов.

Отрицательная доходность — не единственная причина вывода средств из акций электроэнергетических компаний: инвесторы перестали вкладывать деньги потому, что непонятна структура управления и много инсайдерской торговли.

Девяти из десяти важным событиям в секторе предшествуют сделки, имеющие признаки инсайда. Как правило, за несколько дней до важных объявлений цены шли в нужном направлении и наблюдались повышенные объемы

Таким образом, перед менеджментом электроэнергетических компаний встает задача по привлечению инвестиционного капитала и повышению акционерной стоимости компании в неопределенных условиях.

Решением данной задачи мог бы послужить переход на новую форму отчетности — Интегрированную отчетность (ИО), которая сводит воедино финансовую и нефинансовую информацию и отражает способность организации создавать и поддерживать свою стоимость в кратко-, средне- и долгосрочном периоде. Видимым результатом ИО является краткий, периодический Интегрированный отчет. Использование данного вида отчетности могло бы значительно упростить положение инвесторов, сделать отрасль прозрачнее.

Таким образом, для привлечения инвестиционного капитала в отрасль необходимо не только обеспечение финансовой стабильности компании, но и переосмысление самого отношения к инвесторам: направление части денежного потока на выплаты дивидендов и более прозрачное управление бизнесом.

Литература:

1. Распоряжение Правительства РФ от 13 ноября 2009 г., №1715-р. «Об утверждении энергетической стратегии России на период до 2030 года»// http://smb.gov.ru/content/legislation/power/energy_/m,f,281560/
2. Расстригин М.А. Электроэнергетические компании привлекают инвесторов, только обеспечив дивидендную доходность в 4-6%. // Ведомости. – 2013 №4.
3. Fuss, S., Szolgayova, J., Khabarov, N., Obersteiner, M. Renewables and climate change mitigation: Irreversible energy investment under uncertainty and portfolio effects // Energy Policy, In Press.- 2012.-№3.

Ю. В. Кусей

СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»

к.э.н., доцент Кацюба И. А.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ДЕБИТОРА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КОМПАНИИ

В статье рассматриваются вопросы состояния расчетов по дебиторской задолженности в стране, структуры кредитной политики производственных предприятий, формирования стандартов оценки кредитоспособности на предприятиях.

The article examines the state of the settlement of accounts receivable in the country, the structure of the credit policy of industrial enterprises, the formation of the credit assessment standards.

Ключевые слова: кредитная политика, стандарты, рейтинговые оценки.

Key words: credit policy, standards, ranking score.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, на декабрь 2013 года дебиторская задолженность покупателей и заказчиков составляла 13 420 млрд. рублей, из них 1 199 млрд. рублей были просрочены (что составляет 8,93%). При этом объем просроченной дебиторской задолженности превышает показатели предыдущего года на 26,8%. Экономическая ситуация в стране нестабильна, поэтому желательно работать с отсрочкой платежа с теми компаниями, которые будут способны эффективно реагировать на изменения рынка.

Обычно товарный кредит предоставляется после определенного срока работы клиента по предоплате, когда клиент доказал свою заинтересованность в партнерских отношениях и надёжность. Однако в зависимости от целей предприятия и стратегической значимости кредитный лимит может быть выделен и новому клиенту. При этом все клиенты должны тщательно проверяться, как до предоставления кредитных условий, так и на регулярной основе.

На предприятиях обычно все вопросы, связанные с предоставлением торговых кредитов регулируются кредитной политикой.

Кредитная политика предприятия по отношению к дебиторам – это часть финансовой политики предприятия, предполагающая установление правил и ограничений в области предоставления отсрочки платежей за отгруженные товары, работы, услуги (коммерческого кредита) [2, с.324].

Структура стандартной кредитной политики как процедуры :

Система оценки и управления кредитными рисками включает:

- перечисление обязательных пунктов договоров с покупателями;
- санкции за нарушение сроков оплаты;
- методы анализа кредитоспособности контрагентов.

Возможно внедрение нескольких вариантов кредитных политик:

- 1.) Для работы с обычными клиентами;
- 2.) Для работы со стратегическими клиентами;
- 3.) VIP-клиенты (санкционирует генеральный директор).

Вводные положения	<ul style="list-style-type: none"> • Цели процедуры; • Сферы применения; • Ответственность за выполнение и соблюдение норм;
Предоставление кредита	<ul style="list-style-type: none"> • Критерии предоставления кредита • Лимиты кредита; • Сроки оплаты; • Проценты;
Организационные положения по кредитному комитету	<ul style="list-style-type: none"> • Цели деятельности комитета; • Механизмы принятия решений; • Организация регулярных проверочных заседаний (ежемесячных, ежеквартальных); • Алгоритмы действия в особых ситуациях;
Система контроля кредитов	<ul style="list-style-type: none"> • Организация контроля над превышением кредитного лимита; • Контроль сумм к получению; • Отслеживание и взимание просроченных сумм к получению; • Реструктуризация задолженности; • Порядок снятия блокировок с заявок на закупку; • Проверка платежей; • Организация системы отчётности;
Бухгалтерский учёт торговой дебиторской задолженности	<ul style="list-style-type: none"> • Порядок разнесения задолженности по счетам; • Порядок реклассификации балансовых статей; • Организация резервов; • Порядок инвентаризации задолженности; • Прочее.

Кредитная политика должна быть также внедрена в автоматизированную информационную систему.

Оценка финансового положения дебитора помогает определить риски невозврата или несвоевременного возврата отвлеченных из оборота средств, предупредить возможные финансовые потери.

Традиционно анализ дебитора проводится на основе бухгалтерского баланса (форма №1) и отчёта о прибылях и убытках (форма №2). До 2013 года для проведения финансового анализа данные формы обычно требовали

как минимум за последние две отчётные (квартальные) даты. Однако согласно изменениям Налогового Кодекса, вступившим в силу с 01.01.2013 отчётным периодом признаётся календарный год. Промежуточная бухгалтерская (финансовая) отчётность может составляться по решению собственника. То есть, заверенную налоговым органом отчётность от контрагента можно получить только за год.

Чаще всего дебитор оценивается на основе рейтинговых оценок. Рейтинговые оценки можно отнести к моделям, основанным на статистических данных.

Рейтинговая оценка выражает мнение относительно будущей способности и намерений заёмщика осуществлять выплаты по задолженности. Рейтинг составляется на основании данных, полученных на этапе общего финансового анализа.

Важна структура баланса. Она отражает соотношение оборотных и внеоборотных активов заёмщиков, длительность и особенности производственного и торгового цикла деятельности, что напрямую влияет на оценку показателей ликвидности и финансового левериджа, и должно в первоочередном порядке учитываться при анализе положения заёмщиков.

Методика присвоения баллов в зависимости от значений финансовых коэффициентов разрабатывается и утверждается каждым предприятием индивидуально.

Данная методика может предусматривать увеличение/уменьшение количества баллов в зависимости от анализа динамики финансовых показателей. Анализ динамики производится в сравнении с аналогичным периодом завершённого финансового года.

При увеличении или снижении более чем на 50% за последний отчётный период следует проанализировать влияние выявленных изменений на текущее финансовое положение дебитора.

Результатом проведения рейтинговой оценки является отнесение дебитора к определенной группе по критерию уровня финансового положения и кредитоспособности. В результате общего финансового анализа и анализа финансовых коэффициентов дебитору присваивается определенная категория.

Для построения данной модели требуется провести количественный статистический анализ.

Модель включает количественные факторы (финансовые коэффициенты), качественные факторы (стандартизированные и приведенные к количественному значению аспекты деятельности).

В построении модели рейтинговой оценки можно выделить следующие этапы:

- 1.) Определение переменных (а именно финансовых коэффициентов), влияющих на значение рейтинга.

2.) Определение влияния каждого из факторов на уровень кредитоспособности (на основе ретроспективных статистических данных), что отражается в весе коэффициента.

3.) Определение веса текущих переменных согласно степени влияния, присвоение некоего рейтингового значения в баллах.

Таким образом, правильно построенная система оценки финансового положения дебитора, встроенная в кредитную политику компании минимизирует кредитные риски и повышает качество дебиторской задолженности.

Литература:

1.) Корпоративные финансы: Учебник для вузов / Под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2011. -592 с.

2.) Сулягин, В.Ю, Беспалов, М.В. Дебиторская задолженность. Учет, анализ, оценка и управление.: учеб. пособие./ Сулягин, В.Ю, Беспалов, М.В. – М: Инфра-М, 2014. – 216 с.

3.) Теплова, Т.В., Корпоративные финансы.: учеб. пособие./ Теплова Т.В. – М: Юрайт, 2014. – 656 с.

4.) Хоминский В. Если бы я внедрил систему управления дебиторской задолженностью// Финансовый директор, Электронный журнал. – 2011. - №7-8, июль-август; статья 32 из 38.

М. В. Килина

СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»
к.э.н., доцент Панфилова О.В.

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ КОМПАНИИ К ПРОЦЕДУРЕ DUE DILIGENCE.

В данной статье рассматриваются финансовые аспекты процедуры Due Diligence (процедуры предынвестиционного анализа объекта инвестирования), разбираются основные моменты, на которые обращает внимание инвестор при покупке компании или её доли, а также предлагается модель для подготовки компании к Due Diligence, включающая набор показателей, на которые компании следует воздействовать в целях повышения своей инвестиционной привлекательности.

The subject of this paper is financial aspect of Due Diligence procedure (the procedure of pre-investment analysis of the investment object), including principal points of investor's interest when purchasing a company or shares. Also there is a model for company preparation for Due Diligence procedure suggested that includes a set of target indicators of investment attractiveness.

Ключевые слова: Предынвестиционный анализ, Due Diligence, инвестиционная привлекательность, подготовка к Due Diligence, финансовые аспекты Due Diligence.

Keywords: Pre-investment analysis, Due Diligence, investment attractiveness, preparation for Due Diligence, financial aspects of Due Diligence.

Важнейшим условием развития и расширения деятельности компаний в большинстве случаев является их способность привлечь долгосрочное финансирование. Если компания делает выбор в пользу увеличения источников собственных средств, в структуре её целей на первый план выходит увеличение инвестиционной привлекательности. Инвестиционная привлекательность компании влияет на оценку её стоимости потенциальным инвестором

Due Diligence набирает обороты и в России, что обусловлено, в первую очередь, выходом российских компаний на международные рынки капитала, а также усиливающимися требованиями инвесторов к раскрытию информации об объекте финансирования. Финансовый Due Diligence – это часть всей процедуры, включающей все основные аспекты бизнеса.

Потенциальный инвестор анализирует компанию с позиций доходности и риска. Наиболее важными анализируемыми финансовыми аспектами, отражающими эти качества (кроме анализа достоверности и надлежащего оформления отчётности, который не вошёл в рамки данной работы), являются: ликвидность, платёжеспособность и финансовая устойчивость, характеризующие финансовое состояние компании; рентабельность, деловая активность, эффективность менеджмента, отражающие успешность компании и эффективность управления ею, а также оценка стоимости компании, которая и является предметом переговоров при заключении сделки.

Финансовая независимость (устойчивость) характеризует способность предприятия обеспечивать своё развитие преимущественно за счёт собственных средств, демонстрируя способность выполнения обязательств и кредитоспособность в долгосрочной перспективе. Платёжеспособность (ликвидность) является более краткосрочной характеристикой и показывает возможность компании расплачиваться по своим обязательствам в сжатые сроки. Обе характеристики свидетельствуют в той или иной степени о безопасности бизнеса и уровне риска для инвестиций.

Рентабельность используется для относительного выражения эффективности использования материальных и нематериальных ресурсов и капитала. Деловая активность характеризует динамичность развития компании, увеличение долей рынка компании, расширение рынков сбыта продукции компании. Эффективность менеджмента (management efficiency) показывает эффективность управления и организации процессов менеджментом компании.

На основе анализа зарубежной практики проведения Due Diligence автором разработана модель подготовки компании к такой процедуре (рисунк 1), которая подходит для использования любой коммерческой организацией нефинансового сектора.

На основе анализа преимущественно иностранной литературы о финансовом Due Diligence (на русском языке такой литературы практически нет), а также данных, предоставляемых инвестиционными площадками, такими как www.msn.com, www.morningstar.com, www.ycharts.com можно выявить основные индикаторы, на которые обращают внимание как портфельные, так и частные инвесторы при принятии решений об осуществлении инвестиций. Используя выявленные индикаторы, компания, заинтересованная в привлечении инвестиций или которой предстоит Due Diligence, может диагностировать их соответствие приемлемым инвестором значениям. Схема такой диагностики представлена в таблице 1.

Индикаторы следует анализировать в динамике в сравнении с компаниями-аналогами в отрасли (желательно для анализа использовать данные о лидере рынка, а также о компаниях, сопоставимых с исследуемой по размеру). В результате такой диагностики при выявлении отклонений существенных индикаторов от среднеотраслевых значений компания получает конкретные цели, над которыми ей следует работать в предшествующие Due Diligence периоды для повышения своей инвестиционной привлекательности.

Таблица 1

**Коэффициенты для анализа финансового состояния
и эффективности компании в ходе Due Diligence**

Группа показателей	Название показателя	Формула расчёта показателя
финансовая независимость (устойчивость)	Коэффициент финансового рычага (financial leverage ratio)	Активы/акционерный капитал
	Доля долгосрочных заёмных средств в капитале (LT Debt ratio)	Долгосрочная задолженность/капитал
	Working capital/Equity	(Оборотные активы – краткосрочные обязательства)/акционерный капитал
	К-т покрытия процентов (Interest coverage)	прибыль до уплаты налогов и % (ЕБИТ)/общая сумма % по кредитам
финансовая платёжеспособность (ликвидность)	К-т текущей ликвидности (Current ratio)	текущие активы/текущие обязательства
	К-т срочной ликвидности (Quick ratio)	(текущие активы-запасы)/текущие обязательства
	Доля заёмных источников в капитале (Debt/Equity ratio)	Все обязательства/весь капитал

Окончание табл. 1

Группа показателей	Название показателя	Формула расчёта показателя
Рентабельность	ROE (return on equity, рентабельность акционерного капитала)	$ROE = Net Profit / Equity$ (чистая прибыль/акционерный капитал)
	ROA (return on assets, рентабельность активов)	$ROA = Net Profit / Assets$ (чистая прибыль/активы)
	ROIC (return on invested capital, рентабельность инвестированного капитала)	$ROIC = (EBIT * (1 - ставка налога) / (долгосрочные кредиты + собственный капитал)) * 100\%$
	Gross Margin	Валовая прибыль/выручка
	Pre-Tax Margin	Прибыль до уплаты налогов/выручка
	Net Profit Margin	Чистая прибыль /выручка
	EBITDA margin	EBITDA(прибыль до выплаты процентов, налогов и вычета амортизации)/выручка
Деловая активность	Receivable Turnover	Продажи в кредит/средняя дебиторская задолженность
	Inventory Turnover	Выручка/запасы
	Asset Turnover	Выручка / внеоборотные материальные активы
Эффективность управления (management efficiency)	Income/Employee	Прибыль /количество сотрудников
	Revenue/Employee	Выручка /количество сотрудников

Источник: разработана автором на основе зарубежной практики использования показателей в финансовом Due Diligence)

Литература:

1. Фрейзер-Сэмпсон Г. Инвестиции в частные компании как класс активов. 2-е изд. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013. – 496 с.
2. Майерс С. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов. – М.: ЗАО «Олимп-бизнес», 1997. – 1120 с.
3. Корпоративные финансы. Учебное пособие под ред. М.В. Романовского, А.И. Вострокнутовой. – Спб.:Питер, 2011, 592с.
4. Глазов, М.М., Диагностика промышленного предприятия: новые решения.
5. Rahmati S. Private equity company due diligence. – London: PEI Media Ltd. – 2012
6. Due Diligence Techniques and Analysis: Critical Questions for Business Decisions, Praeger, 1996.

М. А. Оспанова

СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»

к.э.н, профессор Добросердова И. И.

РОЛЬ ЗАЕМНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ

Заемный капитал является катализатором бизнес-процессов, дающим возможность предприятиям увеличивать прибыль и стоимость компании. Поэтому привлечение заемного капитала должно рассматриваться в комплексе со стратегией развития предприятия в целом.

Debt capital (liabilities) is a catalyst of business processes, enabling companies to increase profits and shareholder value. Therefore, debt capital should be considered in conjunction with the development strategy of the whole company.

Ключевые слова: заемный капитал, стоимость компании

Key words: value of the company, liabilities.

Политика привлечения заемных средств представляет собой часть общей финансовой стратегии, заключающейся в обеспечении наиболее эффективных форм и условий привлечения заемного капитала из различных источников в соответствии с потребностями развития предприятия.

На сегодняшний день прослеживается тенденция растущих требований к заемщикам, ведущих к растущим затратам компаний на привлечение заемного финансирования и, следовательно, большим влиянием этого фактора на рыночную стоимость бизнеса. В первую очередь влиянию вышеуказанных изменений подвержены компании, требующие существенных капиталовложений и относящиеся к капиталоемким отраслям экономики.

В частности, данная тенденция подтверждается динамикой изменений средневзвешенной процентной ставки по долгосрочным кредитам, предоставленным нефинансовым организациям коммерческими банками РФ, представленной в таблице 1.[1]

Согласно таблице 1, средневзвешенная процентная ставка по кредитам на протяжении 2013 г. демонстрировала снижение, однако, в январе 2014 г. данный показатель значительно вырос на 2,2% и продолжает расти.

Для выявления зависимости стоимости компании от величины заемного капитала проведем эконометрическое исследование.

В основу анализа, приведенного в таблице 2, были положены данные российских компаний нефтегазового сектора, в связи с тем, что именно они занимают наибольшую нишу в рейтинге крупнейших предприятий по капитализации.[2]

Таблица 1

**Средневзвешенные процентные ставки по кредитам,
предоставленным кредитными организациями нефинансовым
организациям в рублях**

Период	% по кредитам, предоставленным на срок более 1 года
янв.13	12,2
фев.13	12,2
мар.13	11,8
апр.13	11,9
май.13	11,8
июн.13	11,3
июл.13	11,3
авг.13	11,2
сен.13	11,2
окт.13	11,4
ноя.13	10,9
дек.13	10,6
янв.14	12,83
фев.14	13,5

Таблица 2

**Анализ зависимости капитализации компании
от величины заемного капитала**

№ п/п	Рейтинг "Эксперт-400"	Компания	Заемный капитал (млн. руб.)	Капитализация (млн. руб.)
1	1	Газпром	1922498	3128691,5
2	2	Роснефть	2925074	2598143,3
3	4	Лукойл	289200	1649837,5
4	5	Новатэк	161098	1100752
5	6	Сургутнефтегаз	65345	940236,7
6	11	Газпром нефть	431556	643584
7	15	Татнефть	77891	455520,7
8	16	Башнефть	112840	361022,2
9	49	Славнефть-Мегионнефтегаз	31714	48673

Окончание табл. 2

№ п/п	Рейтинг "Эксперт-400"	Компания	Заемный капитал (млн. руб.)	Капитализация (млн. руб.)
10	80	Славнефть-Ярославнефтеоргсинтез	20249	15736,8
11	92	Варьеганнефтегаз	5515	10062,3
12	93	Якутская топливно-энергетическая компания	3363	9897,8
13	102	Кузбасская Топливная компания	7335	6947,1
14	165	Ростовоблгаз	3272	1397,3
15	196	Черногорнефть	6	531,4

Таким образом, можно сделать вывод, что зависимость между показателями существует. Построим поле корреляции и определим линию тренда на рис.1.

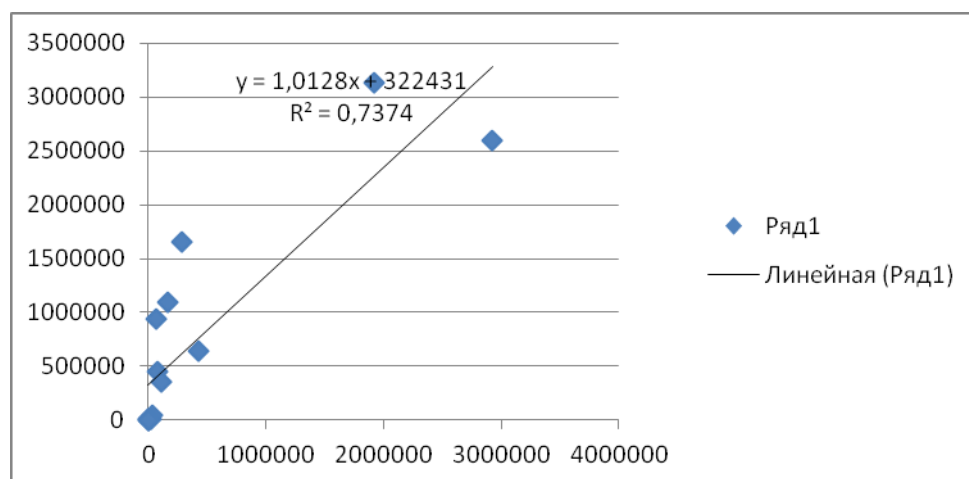


Рисунок 1. График зависимости капитализации компаний от величины заемного капитала

Коэффициент b уравнения тренда, являющийся показателем силы связи, подтверждает наличие прямой связи между показателем, а также показывает, что при увеличении суммы заемного капитала на 1 млн руб., величина капитализации компании в среднем возрастает на 1,01 процентных пункта. Коэффициент корреляции, равный 0,74, говорит о высокой степе-

ни связи показателей, что также подтверждает зависимость стоимости компании от величины заемного капитала.

Если же капитализация компании настолько зависима от величины заемного капитала, то возникает необходимость прогнозирования его стоимости.

Существует ряд отечественных и зарубежных методов определения затрат на привлекаемое заемное финансирование:

А) базирующихся на количественном анализе:

- модифицированная модель Блэка-Шоулза, модель Мертона: кредиторская задолженность и капитал в рамках данного подхода рассматриваются как требования, которые могут быть обращены на стоимость фирмы. При этом для определения справедливой цены применяется теория ценообразования опционов.

$$P = S \times N(d1) - X e^{-Rt-1} N(d2),$$

где S , X — соответственно стоимость активов и обязательств (т.е. цена акции и цена исполнения опциона), t — дюрация долговых обязательств $N(d1)$, $N(d2)$ — кумулятивные распределения вероятностей;

- расчет в соответствии с моделью CAPM с применением коэффициента бета для долга

$$k_i = K_{RF} + \beta_i (k_p - K_{RF}),$$

где k_i - ожидаемая норма доходности i -ой ценной бумаги;

K_{RF} - безрисковая процентная с

тавка;

β_i - бета-коэффициент i -ой ценной бумаги;

k_p - ожидаемая доходность рыночного портфеля.

Б) базирующихся на качественном анализе:

- определение на основе пороговых значений коэффициентов, связанных с обслуживанием кредитов и займов;

- расчет при помощи методики оценки платежеспособности, разрабатываемой рейтинговыми компаниями и включающей в себя анализ различных факторов финансового состояния компании, ее положения в отрасли и т.д.

Применение методов количественного анализа в практике оценки российских компаний ограничено в связи с низкими оборотами торговли долговыми корпоративными ценными бумагами.

Одной из важных проблем привлечения заемных средств является их эффективное использование. Заемный капитал должен способствовать повышению доходности собственного капитала, увеличению прибыли и рентабельности использования капитала в целом. Как правило, эффективность привлечения заемного капитала определяется посредством оценки эффекта финансового рычага. Его величина определяется индивидуально в зависимости от особенностей предприятия и отрасли в целом. Так в от-

дельные периоды жизни предприятия бывает целесообразно сначала прибегнуть к мощному воздействию на финансовый рычаг, а затем ослабить его, в других случаях следует соблюдать умеренность в наращивании заемных средств.

Литература:

1. По данным Банка России (www.cbr.ru)
2. Рейтинг «Эксперт 400» (www.raexpert.ru)

Е. С. Пашникова
СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»
к.э.н., профессор Добросердова И. И.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В данной статье рассматриваются вопросы стратегического управления финансовой устойчивостью малого предприятия, переживающего структурный кризис. Предлагаемый способ повышения финансовой устойчивости – реперофилитрование предприятия.

The subject of this paper is strategic management of financial sustainability of a small business, experiencing a structural crisis. The proposed method for improving the financial performance is conversion of an enterprise.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, устойчивый рост, малое предприятие, отраслевая специфика, риск-доходность, реперофилитрование.

Keywords: financial sustainability, sustained growth, small business, industry-specific, risk-return, conversion.

В рамках данной статьи под финансовой устойчивостью понимается способность предприятия наращивать его внутреннюю стоимость в допустимых границах уровня риска в постоянно меняющихся условиях внутренней и внешней среды, обеспечивая бесперебойную хозяйственную деятельность и сохраняя платежеспособность, как в настоящее время, так и в длительной перспективе.

Устойчивое финансовое состояние является результатом эффективного реагирования на взаимосвязанные факторы, воздействующие на стабильное развитие компании. По среде возникновения относительно компании факторы можно классифицировать на внутренние и внешние. В рамках данной статьи особое значение приобретает такой внешний фактор, как платежеспособный спрос населения. Именно этот фактор определяет стадию жизненного цикла всей отрасли и, как следствие, этап жизненного цикла самого предприятия. Уровень платежеспособного спроса

чрезвычайно актуален для малых предприятий, которые специализируются зачастую на монопродукции и обладают меньшей маневренностью при реагировании на изменение спроса потребителей.

Особенностями малого предприятия являются более высокая степень неустойчивости на рынке, обусловленная высоким уровнем риска, повышенная чувствительность к изменениям факторов внутренней и внешней экономической среды, недостаточность капитала, долгосрочность отдачи от вложений, и, как следствие, низкая инвестиционная активность, трудности в привлечении дополнительных финансовых ресурсов и получении кредитов. В этой связи особое значение приобретает необходимость стратегического управления финансовой устойчивостью на основании ключевых показателей.

К ключевым могут быть отнесены такие финансовые показатели, как EVA, рентабельность и оборачиваемость активов, рентабельность собственного капитала, рентабельность и темп прироста продаж. Каждый из этих показателей, в свою очередь, может быть декомпозирован настолько детально, насколько это нужно для эффективной оценки и управления. Например, важными показателями второго уровня являются рентабельность инвестированного капитала, средневзвешенная стоимость капитала, величина и динамика инвестированного капитала, чистой прибыли, совокупных активов, выручки, прибыли от продаж. Более подробная декомпозиция приводит к анализу структуры капитала и себестоимости. В разрезе издержек представляется интересным оценка доли затрат на исследование рынка, маркетинг, инновации и персонал. Именно эти расходы и их эффективность определяют продвижение товара на рынок, рост доли рынка и увеличение числа лояльных покупателей и, как следствие, финансовую устойчивость компании.

Управление финансовой устойчивостью компании, по сути, сводится к управлению факторами и рисками, на нее влияющими с целью достижения качественно нового финансового состояния. Таким образом, данный процесс цикличен, поскольку подразумевает постоянный мониторинг отклонений реального финансового состояния от желаемого с выяснением причин и факторов, а также непрерывную корректировку принимаемых мер.

Для того, чтобы компания могла экономически «расти», она должна иметь план реагирования на риски, который был бы ее конкурентным преимуществом. Простое представление об успешном использовании риска заключается в том, что организация должна расширять влияние на нее положительного риска и сокращать – отрицательного. Традиционно считается, что связь между риском и доходностью прямопропорциональная, однако, по мнению профессора Массачусетского технологического института Эдварда Боумана, связь между риском и доходностью обратная для определенных компаний. Он эмпирическим путем попытался доказать,

что более проблемные компании различных отраслей зачастую принимают на себя бóльшие и менее оправданные риски. В качестве меры доходности профессор использовал рентабельность собственного капитала (ROE), а в качестве меры риска – дисперсию. Граница между значениями «Высокое» и «Низкое» не является произвольной, а делит общий набор данных пополам.

Для оценки финансовой устойчивости малого предприятия могут использоваться следующие модели: модель на основе ключевых показателей, модель устойчивого экономического роста, модель EVA.

Одной из важнейших проблем, которые возникают при решении задач управления EVA, является определение соотношения между прибылью компании и требуемым ростом бизнеса. Дело в том, что высокое значение EVA и высокие темпы роста - разнонаправленные величины. Чем быстрее растет бизнес, то есть чем больше прибыли реинвестируется, тем ниже будет показатель экономической добавленной стоимости.

Для решения этой проблемы необходимо сбалансированное стратегическое управление компанией. При разработке стратегии всегда определяются приоритеты компании на данном этапе ее развития, что должно выражаться в определении допустимых границ данного показателя.

Методы повышения финансовой устойчивости условно можно разделить на количественные и качественные. К качественным методам относится и репрофилирование, финансирование которого может происходить при различном соотношении собственного и заемного капитала. Данное соотношение определяется допустимым уровнем риска, который устанавливается в соответствии с результатами проверки парадокса Бумана (в рамках данной статьи).

После оценки инвестиционного проекта по репрофилированию необходимо определить границы финансовой устойчивости.

В качестве основы для проведения анализа выбран индекс устойчивого роста. Для данной цели он было в незначительной степени модифицирован:

$$SGR = \frac{(1+gs)}{\sum_{l=1}^k (1+l)^k \left[(\Delta ROS_{i,t} - \Delta TPM_{i,t}) \times l_i(k) \times \sum_{l=1}^k \max[0, (\Delta ROCE_{i,t} - \Delta WACC_{i,t}) \right]}$$

где $(1 + gs)$ — средний темп роста продаж; k — количество лет наблюдений; l — количество лет, в течение которых сред доходности инвестированного капитала положителен.

$$1 + gs = \sqrt[k]{\prod_{i=1}^n (1 + r_i)}$$

где g_s - средняя геометрическая темпа прироста; g_i — годовой темп прироста; n — количество лет наблюдения.

Среднее значение темпа роста объема продаж, рассчитанное как средняя геометрическая величина позволяет отразить накопительный эффект увеличения выручки и капитализации.

Причины, по которым именно темп устойчивого роста был выбран для анализа финансовой устойчивости инвестиционного проекта:

1. Средний темп роста продаж — важнейший ключевой фактор роста стоимости компании, особенно на стадии развития, так как именно платежеспособный спрос определяет привлекательность инвестиционного проекта.

2. Второй показатель отражает эффективность продаж, то есть превышение фактической рентабельности продаж над ее пороговым значением.

3. Третий показатель позволяет сравнить разные стратегические альтернативы, ведущие к росту. Чем больше количество лет, в которых наблюдается положительный спред доходности инвестированного капитала (I), тем выше устойчивость роста компании по критерию создания стоимости. Чем ближе I/k к единице, тем выше устойчивость роста компании.

4. Четвертый показатель выражает накопленную величину положительных значений спреда доходности инвестированного капитала за анализируемый период k . Как и показатель I/k , он предназначен для отражения мощности стратегической альтернативы по целому набору ключевых характеристик роста, обеспечивающих положительную величину спреда.

Индекс SGI позволяет, по сути, анализировать рост в координатах «продажи — подлинная стоимость». Фактор динамики продаж, столько важный для развития компании, определяется средним темпом роста продаж и спредом рентабельности продаж. Накопленная сумма положительных значений спреда доходности капитала отражает достаточность создаваемых потоков для покрытия инвестиционных рисков и поэтому фиксирует ключевую составляющую процесса создания стоимости компании.

Алгоритм определения границ, в рамках которых устойчивый рост компании имеет место быть:

1. Расчет прогнозного значения индекса SGR при оптимистичном сценарии. Полученное значение будет предельным значением роста (максимальный объем продаж, обусловленный уровнем платежеспособного спроса и загрузкой производственных мощностей).

2. Фиксирование значений показателей, входящих в состав формулы индекса устойчивого роста, при достижении максимально возможного значения SGR . Данные значения — это верхние границы для факторов устойчивого роста.

3. Приравнивание каждого множителя уравнения к нулю, так как нижнее предельное значение для индекса устойчивого роста – ноль.

4. Решение мини-уравнений, когда каждый множитель равен нулю, с последующей его декомпозицией и выявлением нижних границ показателей, обязательных к контролю и управлению.

Литература:

1. Bowman E. H. A Risk/Return Paradox for Strategic Management // Sloan Management Review. – 1980. – p. 17 – 31.

2. Bowman E. H. Risk Seeking by Troubled Firms. // Sloan Management Review, vol. 23. – 1982. - p. 33–42.

3. Damodaran, Aswat Strategic risk taking: A Framework for Risk Management / Aswat Damodaran / Wharton School Publishing. – 2008. – 452 p.

4. Ивашковская И.В. Устойчивый рост компании: финансовый подход // Российское предпринимательство. — 2008. — № 3 Вып. 1 (107). — с. 100-104

Д. Н. Плаксина

СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»

к.э.н., профессор Самонова И. Н.

МЕТОД РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ В ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Метод реальных опционов является относительно новым подходом в рамках оценки инвестиций, призванный более справедливо оценить инвестиционные проекты в условиях неопределенности. В статье рассмотрена методика оценки с помощью биномиальной модели.

Real options method is a relatively new approach in the assessment of investments designed to more fairly evaluate investment projects under uncertainty. The article describes the method of valuation using the binomial model.

Ключевые слова: биномиальная модель, инвестиционный проект, неопределенность, реальный опцион.

Key words: binomial model, the investment project, uncertainty, real option.

Широко применяемым в практике оценки инвестиций является подход, который базируется на концепции временной стоимости денег, а также подразумевает пассивность инвестиционного менеджмента, а именно: денежные потоки проекта заранее определены; начатый проект развивается по ожидаемому сценарию без проявления гибкости в управлении. Однако в силу неопределенности экономической среды возникает необходимость проявления активного менеджмента, то есть возможности изменять решения в ходе реализации проекта. В отличие от традиционных подхо-

дов, которые подразумевают статическую способность принятия решений, реальные опционы предполагают возможность их изменения в будущем. Таким образом, традиционный метод не позволяет оценить возможность гибкости управления, что и стало толчком для развития теории реальных опционов, задачей которой стали выявление и стоимостная оценка управленческой гибкости менеджмента в принятии решений.

Впервые данное понятие было предложено С. Майерсом в 1977 году, который определили реальный опцион как «право, но не обязанность, произвести действие или принять меры (отсрочка, расширение инвестиций, сокращение или отказ) по заранее определенной стоимости, называемой ценой исполнения, в определенный период времени или срок исполнения опциона» [3, с. 5].

Оценить реальный опцион можно с помощью одной из моделей: модели Блэка-Шоулза, биномиальной модели. Модель Блэка-Шоулза в основном служит для оценки финансовых опционов и отдельных реальных опционов. Биномиальная модель, авторство которой принадлежит Коксу-Росу-Рубинштейну, обладает некоторыми преимуществами: моделирует изменение цены базового актива во времени; способна оценить любой вид опциона; более наглядна в исполнении; результаты более просты в интерпретации [4, с.201].

В основе биномиальной модели лежит принцип установления цены опциона, при котором актив в каждый период времени может двигаться к одной из двух возможных цен, а инвестор нейтрально относится к риску.

Более подробно методику оценки проекта с помощью биномиальной модели можно рассмотреть на примере. В качестве примера использования данного метода можно привести проект фармацевтической компании, которая занимается выпуском нового препарата против раковых заболеваний, при этом у компании существует два варианта развития событий.

По оптимистичному сценарию препарат успешно завершит тестирование, выйдет на рынок и начнет генерировать прибыль. При этом стоимость проекта по DCF составляет около 48 млн. дол. По второму, базовому сценарию тестирования препарата потребуют больше времени, и запуск будет осуществлен на год позже. В таком случае стоимость проекта по DCF составит около 23 млн. дол.

С помощью сценарного анализа можно оценить чистую приведенную стоимость проекта по модели DCF с учетом вероятностей прохождения им каждой стадии допуска, и в результате его стоимость составляет 28 млн. дол.

Однако в силу высокой неопределенности и специфики отрасли, а также, если предположить, что менеджмент имеет возможность отказаться

от реализации проекта при неблагоприятной ситуации, имеет смысл провести альтернативную оценку.

Оценка стоимости проекта с учетом опциона проводится с помощью биномиальной модели. Входными данными для модели будут:

- Текущая стоимость инвестиционного проекта NPV (S);
- Цена исполнения опциона (X), в качестве которой принимают дисконтированную величину вложений;
- Волатильность денежных потоков (σ) или дисперсия стоимости базового актива;
- Срок исполнения опциона (T);
- Количество шагов дерева;
- Безрисковая ставка (r_f), т.е. процент по безрисковому активу, например государственным облигациям с периодом обращения аналогичным сроком действия опциона;
- Математический аппарат модели: параметры повышения (u), снижения цены актива (d), риск-нейтральная вероятность (p).

Значения параметров модели для каждого из сценариев представлены в табл. 1.

Таблица 1

Входные параметры модели

Параметр	Optimistic	Basic
Текущая стоимость NPV, тыс. \$ (S)	48 015	22 838
Цена исполнения опциона, тыс. \$ (X)	15 000	15 000
Волатильность (σ)	46 %	28%
Срок исполнения (T)	11	12
Безрисковая ставка (r_f)	2,5%	2,5%
Параметр повышения цены актива (u)	2,154	1,554
Параметр снижения цены актива (d)	0,465	0,6433
Риск-нейтральная вероятность (p)	0,359	0,462
Временной шаг (δt)	2,75	2,5

Расчет производится для каждого сценария и основан на двух биномиальных деревьях, первое из которых отражает возможные изменения стоимости проекта в каждом периоде, а второе – стоимости опциона. Расчет ячеек первого дерева производится путем умножения текущей стоимости актива на соответственно фактор повышения или снижения цены (Рис.1). Заполнение ячеек второго дерева начинается с конца по принципу, какая из величин больше – ликвидационная стоимость, т.е. цена исполнения опциона, или стоимость продолжения проекта на данном этапе.

Рисунок 1. Биномиальное дерево стоимости проекта

				133 345
			85 782	
		55 185		55 185
	35 501		35 501	
22 838		22 838		22 838
	14 692		14 692	
		9 451		9 451
			6 080	
				3 911

Таким образом, в итоге NPV проекта с учетом опциона для базового сценария в размере 24 920 тыс. дол. (Рис.2). Аналогично производится расчет для оптимистичного сценария, в результате которого проект был оценен в 51 202 тыс. дол.

Рисунок 2. Биномиальное дерево стоимости проекта с учетом опциона

				133 345
			85 782	
		55 185		55 185
	36 216		35 501	
24 920		24 254		22 838
	18 198		17 495	
		15 175		15 000
			15 000	
				15 000

В завершении на основе произведенных оценок проводится сценарный анализ стоимости проекта с учетом опционов. При этом в случае провала на одной из стадий его реализации наличие опциона позволяет покрыть часть потерь в сумме стоимости исполнения опциона (дисконтированной величины затрат).

По итогу сценарного анализа проекта с учетом опционов его стоимость составила 34 556 тыс. дол. Таким образом, сравнивая стоимость

проекта, оцененную традиционным методом, а также с учетом управленческой гибкости, можно выявить стоимость самого опциона (Табл. 2). Так с учетом двух сценариев оценка согласно опционному подходу превышает первоначальную на 6370 тыс. дол. или величину стоимости опциона.

Таблица 2

Результаты оценки стоимости проекта и опциона

Метод оценки	Оптимистичный сценарий	Базовый сценарий	С учетом двух сценариев
DCF	48 015	22 838	28 186
ROV	51 202	24 920	34 556
Стоимость опциона	3 187	2 082	6 370

Таким образом, метод реальных опционов можно считать существенным дополнением к традиционной оценке. Он позволяет количественно оценить заложенные в проекте возможности (опционы), которые при традиционном подходе оцениваются только качественно, а также включить их в стоимость проекта. Такой подход призван сформировать новый взгляд менеджмента на принятие инвестиционных решений, изменяя при этом роль менеджера: не контроль за реализацией проекта, а активный менеджмент. Кроме того, опционный подход позволит оптимизировать инвестиционную стратегию и сформировать оптимальный портфель инвестиционных проектов, обеспечив компанию как стабильными источниками дохода, так и стратегическими преимуществами в будущем. Поэтому внедрение такого подхода позволило бы компаниям оперативно реагировать на изменения рыночной конъюнктуры, при этом, не упуская возможностей для своего развития.

Литература:

1. Баев Л. А., Егорова О. В. Проблемы и возможности практического применения теории реальных опционов в оценке и управлении инвестиционными проектами // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2010. №39 (215). С.37-41
2. Закиева Н.М. Реальные опционы как методическая основа управления инновационным проектом // Известия КГАСУ, 2012, №3(21). – с. 183-192.
3. Copeland T., Antikarov V., Real Options: A Practitioner's Guide, 2003.
4. Mun, Johnathan. Real options analysis: tools and techniques for valuing strategic investments and decisions/Johnathan Mun., 2002.
5. Enea G., Lo Nigro G., Morreale A. A user friendly real option based model to optimize pharmaceutical R&D portfolio - 2013. Режим доступа: <http://www.tad-bir.ca/jaor/archive/v5/n3/jaorv5n3p83.pdf>
6. Huan Ran Zhang. Application of real options valuation to R&D investments in pharmaceutical companies. – 2006. Режим доступа: http://edissertations.notttingham.ac.uk/458/1/06MA_Finance_and_Investment_lihrz.pdf

М. В. Савченко
СПбГЭУ, программа «Корпоративные финансы»
к.э.н., доцент Панфилова О. В.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БАНКРОТСТВА БАНКОВ

Своевременное обнаружение проблем в деятельности кредитной организации является очень актуальным вопросом, что связано с последствиями краха банка - ведь от него страдают в первую очередь вкладчики, их благосостояние.

Отсюда вытекает важность прогнозирования банкротства банков.

Detecting problems in the performance of a credit institution timely is a very actual issue because it is connected with the consequences of bank's collapse when suffers the investors' welfare.

So, this implies the importance of forecasting bankruptcy of banks.

Ключевые слова: банк, банкротство, кредитная организация, прогнозирование, Уралсиб

Key words: bank, bankruptcy, credit institution, forecast, Uralsib

Активная социальная политика банка является фактором, повышающим его конкурентоспособность. Сегодня российские банки вынуждены расширять спектр конкурентных стратегий, причём среди конкурентных методов на первое место выходят неценовые, такие как повышение качества работы с клиентами.

Банкротство представляет собой объективно обусловленный и неизбежный результат развития рыночных отношений. Несостоятельность и разорение организаций создают препятствия нормальному развитию экономики и напряжённость в обществе.

К основным факторам, вызывающим банкротство банка, относят недостаточность собственного капитала, низкое качество активов, нестабильность депозитной базы и низкий уровень менеджмента

Интересной является процентное соотношение причин, вызывавших несостоятельность банков в последние годы:

- «55,88 % - неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам.
- 44,12 % - недостоверность отчетных данных.
- 17,65 % - нарушение соответствия величины капитала и собственных средств.
- 17,65 % - задержка предоставления отчетности.
- 11,76 % - неоднократное нарушение требований Федерального закона №115-ФЗ «О противодействии легализации доходов, полученных преступным путем».
- 2,94 % - достаточность капитала ниже 2%» [2, с.162].

Диагностика банкротства коммерческих банков — один из наиболее эффективных инструментов антикризисного управления.

Существуют различные методы прогнозирования банкротства коммерческих банков:



Рисунок 1. Методики прогнозирования банкротства банков [2, с.163]

Из рисунка следует, что все методике по происхождению можно разделить на российские и зарубежные, а также на количественные и качественные, что позволяет применить наиболее разносторонний подход к прогнозированию.

Статистические модели прогнозирования банкротства базируются на предположении, что в поведении банков в период перед банкротством можно выделить общие черты. Я считаю такого рода модели наиболее эффективными, так как они, в отличие от рейтинговых, не обобщают, а рассматривают каждый банк с его показателями по отдельности, учитывая особенности его развития и функционирования, что позволяет давать более точные прогнозы.

В работе оценена вероятность банкротства банка «Уралсиб» на основе методики, предложенной российским исследователем Александром Александровичем Шеметевым.

Процент вероятности банкротства Шеметев предлагает определять по следующей формуле:

$$ВБ_{общ} = \frac{1}{1 + e^{-(A+C)}}$$

«где параметры А и С рассчитываются следующим образом:

$$A = 84,8494053 + 75,46537318 * AU1 + 1,478083059 * AU2 - \\ - 45,31418523 * AU3 - 422,1610932 * AU4 - 199,9847711 * AU5$$

где AU1 — это отношение денежных средств банка к сумме активов.

АУ2 — это отношение собственного капитала банка к сумме обязательств.

АУ3 — это отношение фондов переоценки собственных средств к собственному капиталу банка.

АУ4 — это отношение нераспределённой прибыли текущего года к сумме обязательств.

АУ5 — это отношение нераспределённой прибыли прошлых лет к сумме активов.

$$C = 1,0474608 - 106,2871692 * AM1 + 165,5254372 * AM2 + 268,2025817 * AM3 + 75,29507382 * AM4$$

где AM1 — это отношение суммы активов к сумме обязательств.

AM2 — это отношение фондов переоценки собственных средств банка к обязательствам.

AM3 — это отношение собственного капитала к сумме активов.

AM4 — это отношение суммы нераспределённой прибыли прошлых лет и текущего года к сумме обязательств» [3, с.41].

Для всех банков, не ставших банкротами, результат не превысит 25%. За год до банкротства результат примет значение свыше 90% вероятности, за два года — свыше 80%.

Также А. Шеметев разработал формулу для оценки чистой достаточности собственных средств банка, которые могут быть использованы для погашения обязательств с целью определения вероятности банкротства.

Если кредитная организация имеет показатель $H1(\Phi)$ свыше 40%, то она имеет все шансы на сохранение своей платежеспособности в кризисных условиях. Банки, имеющие небольшой данный коэффициент, могут потерять платежеспособность либо быть поглощены.

$H1$ фактическое определяется по следующей формуле:

$$H1(\Phi) = \frac{1}{1 + e^{-AT}}$$

«в которой AT рассчитывается следующим образом:

$$\begin{aligned} AT = & -55,25 - 1,03635 * Af1 + 0,468777 * Af2 - 12,2651506 * Af3 + \\ & 3,925621 * Af4 + 0,687027 * Af5 + 12,47758 * Af6 - 0,00789 * Af7 - \\ & 0,00666 * Af8 - 0,042903 * Af9 - 0,19779 * Af10 + 1,539766 * Af11 \\ & + 1,888308 * Af12 + 530,4697 * Af13 + 0,786398 * Af14 - 3,1396 * Af15 - \\ & 0,75368 * Af16 - 6,68568 * Af17 + 2,13042 * Af18 + 3,108512 * Af19 - \\ & 1,93021 * Af20 - 1,05627 * Af21 + 2,085746 * Af22 - 3,24607 * Af23 + \\ & 1,74646 * Af24 + 2,303192 * Af25 + 5,261111 * Af26 + 86,23883 * Af27 + \\ & 0,878808 * Af28 - 3,11271 * Af29 - \\ & - 12,8332 * Af30 + 15,90706 * Af31 - 0,04225 * Af32 \end{aligned}$$

где Af1 — это отношение собственного капитала и активов.

Af2 — это отношение активов и обязательств.

Af3 — это отношение фондов переоценки собственных средств к обязательствам.

Af4 — это отношение основных средств и обязательств.

Af5 — это отношение денежных средств и собственного капитала.

Af6 — это отношение собственного капитала и обязательств.

Af7 — это отношение чистой ссудной задолженности и вкладов физических лиц.

Af8 — это отношение нераспределённой прибыли прошлых лет к нераспределённой прибыли текущего года.

Af9 — это отношение безотзывных обязательств к сумме выданных гарантий и поручительств, безотзывных обязательств и сумме средств акционеров.

Af10 — это отношение резервного фонда к сумме средств акционеров.

Af11 — это отношение суммы средств кредитных организаций в ЦБ РФ к активам банка.

Af12 — это отношение прочих активов и активов.

Af13 — это отношение суммы инвестиций в дочерние общества и активов.

Af14 — это отношение разницы нераспределённой прибыли прошлых лет и текущего года и обязательств.

Af15 — это отношение суммы обязательных резервов к собственному капиталу.

Af16 — это отношение суммы переоценки по справедливой стоимости ценных бумаг и собственного капитала.

Af17 — это отношение суммы резервов на возможные потери по обязательствам кредитного характера и собственного капитала.

Af18 — это отношение выпущенных долговых обязательств и обязательств.

Af19 — это отношение прочих обязательств и активов.

Af20 — это отношение суммы кредитов, депозитов и прочих средств Центрального Банка России и обязательств банка.

Af21 — это отношение имеющихся у банка средств кредитных организаций и средств клиентов.

Af22 — это отношение эмиссионного дохода и собственного капитала;

Af23 — это отношение суммы чистых доходных вложений в ценные бумаги в наличии для продажи к активам.

Af24 — это отношение суммы средств банка в других кредитных организациях к активам.

Af25 — это отношение суммы чистых вложений в ценные бумаги, удерживаемых до погашения и активов.

Af26— это отношение суммы чистых вложений в ценные бумаги, оцениваемых по справедливой стоимости через прибыль к активам.

Af27— это отношение обязательств к активам.

Af28— это отношение активов к собственному капиталу.

Af29— это натуральный логарифм от суммы активов, выраженной в тысячах рублей.

Af30 — это натуральный логарифм от суммы обязательств, выраженной в тысячах рублей.

Af31 — это натуральный логарифм от собственного капитала, выраженного в тысячах рублей.

Af32 — это косинус от размера фонда переоценки собственных средств, выраженного в тысячах рублей» [3, с.45].

Полученные результаты свидетельствуют о достаточном уровне финансовой устойчивости и надёжности рассматриваемого банка, так как вероятность его несостоятельности составляет всего 17 процентов, а показатель фактической достаточности - почти 79 процентов, что свидетельствует о независимости банка от внешних источников финансирования и прочности его положения на рынке.

Таким образом, в работе был приведён пример оценки вероятности банкротства кредитной организации. Банк должен уметь оценивать собственную платёжеспособность, а также определять степень угрозы несостоятельности в рамках защиты интересов своих вкладчиков.

Литература:

1. Годовая отчетность на 1 января 2013 года. Открытое акционерное общество БАНК УРАЛСИБ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/credit/a2012.asp?regnum=2275>.
2. Плещицер М.В. Методологические аспекты прогнозирования банкротства банков в период финансового кризиса // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 2. – С. 161-166.
3. Шеметев А.А. Управление банковскими рисками в региональных банках в условиях экономической нестабильности / СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. - 84с.

СЕКЦИЯ 10. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА: НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАКТИКИ

П. А. Андреев

СПбГЭУ, программа «Международная экономика»

к.э.н., доцент Славецкая Н.С.

ПРОБЛЕМАТИКА ИЗМЕРЕНИЯ БЕДНОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена вопросу измерения уровня бедности. Автор приводит сравнительный анализ существующих подходов к измерению уровня бедности в России и за рубежом, а также приводит результаты измерения масштабов бедности в России на основе абсолютного, относительного и субъективного подходов.

Paper is devoted to question of measurement of level of poverty. The author carries out the comparative analysis of existing approaches to measurement of level of poverty, gives the results of measuring poverty in Russia by absolute, relative and subjective approaches.

Ключевые слова: абсолютная бедность, относительная бедность, субъективная бедность, многомерный индекс бедности

Key words: absolute poverty, relative poverty, subjective poverty, multinational index poverty

Бедность существовала на протяжении всей разумной истории человечества, но по-настоящему остро проблема бедности возникла лишь на рубеже двадцатого и двадцать первого веков. Процесс глобализации и развитие информационных технологий, с одной стороны, позволили осознать населению масштабы бедности и отнести себя к числу бедных или богатых, с другой стороны, заставили правящую элиту задуматься о назревающем расколе в обществе и необходимом проведении соответствующей политики.

Разумеется, разработка конкретной политики должна быть подкреплена соответствующей статистикой и достоверными данными, что обуславливает потребность в эффективных методах измерения и анализа уровня бедности.

На сегодняшний день все существующие подходы к измерению бедности условно можно разделить на три крупные группы [1]. В первую группу входят традиционные подходы к измерению уровня бедности. К ним относятся абсолютная концепция бедности, относительная концепция бедности и субъективная концепция бедности [2]. Ко второй группе подходов относят показатели международной черты бедности. В зависи-

мости от региона такой черта может быть установлена на уровне 1\$, 1,25\$, 2\$, 5\$, 10\$. К бедному населению в данном случае будет относиться та часть населения, денежные доходы которой ниже установленной границы. В третью группу методов количественной оценки бедности входят показатели хронической и многомерной бедности. К ним можно отнести Многомерный Индекс Бедности (МНБ), который предложили Программа развития ООН и центр экономических исследований ОРНИ. Основной целью создания индекса стало рассмотрения бедности как многомерного фактора путём перемножения уровня бедности на её интенсивность. Кроме того, к комплексным методам третьей группы относится предложенный в 2010 году индекс бедности Амартии Сена, включающий абсолютную и относительную оценки бедности, а также степень её распространённости.

Каждый из существующих подходов имеет свои достоинства и недостатки [3, с.2]. Так, например, абсолютный подход к измерению бедности позволяет проводить относительно простые расчёты, а также может эффективно использоваться для регулирования адресных социальных программ для бедных. Но в то же время базовые потребности при таком подходе определяются политиками, а не предпочтениями самих бедных. В связи с этим более высокий стандарт бедности устанавливается при относительном подходе к измерению бедности – учитываются не только физиологические потребности населения, но и возможность поддерживать тот образ жизни, который признаётся нормальным в данной стране. Однако в практическом плане возникают определённые трудности в установлении относительной линии бедности. Что же касается субъективного подхода, то несомненным плюсом является обобщение мнения населения о собственном материальном положении, что позволяет проводить адресные государственные программы по сокращению доли бедного населения [4, с.152]. Но одной из основных проблем становится определение выборки, её состава и структуры. Кроме того, достаточно часто возникают проблемы с отказами со стороны домохозяйств в предоставлении достоверной информации.

Важно отметить, что многие страны определяют границу бедности по-разному. Большинство европейских стран используют относительную концепцию бедности, в России – основным является абсолютный подход [5, с.87]. Так, например, если в России за порог бедности принят прожиточный минимум, то в Финляндии нижний порог дохода определяется социальной помощью. Схожая ситуация в Германии и Швеции, в этих странах так же не существует официального порога бедности. В Германии условно граница бедности представлена порогом предоставления социальной помощи, в Швеции – величиной социального пособия. В Канаде оценка бедности осуществляется по трём показателям: границы низких доходов (относительный подход), показатель низких доходов (относительный подход) и метод потребительской корзины (абсолютный подход).

Другими словами, в зависимости от целей, которые ставит перед собой правительство той или иной страны, происходит выбор между абсолютным или относительным подходом. В основном, развитые страны придерживаются относительной концепции бедности, развивающиеся – абсолютной концепции.

Любопытно отметить, что применение подхода одной страны для измерения уровня бедности в другой стране может привести к неожиданным результатам [6]. Так, например, если сравнить по американским стандартам уровень бедности в США, России и Израиле, то в США этот показатель составит примерно 14%, в Израиле – порядка 40%, а в России – более 70%. Применение же российской методики укажет на полное отсутствие бедного населения в США, несущественное его количество в Израиле и чуть менее 11% - в России.

В связи с этим, на основе данных РМЭЗ (Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения), было проведено сравнение результатов измерения уровня бедности при помощи абсолютного, относительного и субъективного подходов [7].

Основу выборки составили 4000-4500 тыс. домохозяйств. Анализируемый период – с 1994 года по 2012 год. По результатам применения абсолютного подхода было выявлено, что доля бедных на протяжении восьми лет, начиная с 1995 года, составляла около 50% населения. Относительный подход выявил лишь 20% населения, которые находились ниже уровня медианного дохода. Что же касается субъективного подхода, то число респондентов, определяющих своё материальное положение как «ниже среднего», на протяжении всего анализируемого периода составило порядка 70%. Официально в 2013 году уровень бедности в России составил 11%, однако, по мнению ряда экспертов, эта цифра составляет 30%. Конечно, ряд показателей РМЭЗ смещён в сторону бедного населения ввиду слабодоступности наиболее богатых членов общества и склонности ряда респондентов к занижению реального дохода, но, тем не менее, общая картина достаточно хорошо просматривается.

Столь большая разница в полученных результатах позволяет сделать вывод о необходимости проведения дальнейшей работы в области разработки методов измерения бедности. В конечном итоге, достоверное знание о масштабах бедности и её структуре позволит более эффективно проводить адресные социальные программы и формировать государственный бюджет. Это особенно важно для России в сложившейся ситуации, когда наличие работы не страхует от бедности, а около 70% богатства страны сосредоточено в руках одного процента населения.

Литература:

1. James E. Foster. New frontiers in poverty measurement // George Washington University and OPHI, Oxford. – 2012.

2. Ишмуратова В.Г. Содержание категории «бедность» в новейшей истории России // Проблемы современной экономики. – 2010. - № 4.
3. Гусева М.С., Широкая О.С. Проблема измерения российской бедности: методологический аспект // Современные научные исследования. – 2013. – Выпуск 1. С. 1-8.
4. Воронкова О.В. Подходы к определению и измерению бедности // Экономический вестник ростовского государственного университета. – 2007. - № 3. – С. 147-154.
5. Батракова Л.Г. Статистический анализ бедности // Ярославский педагогический вестник. – 2012. - № 1. – Том I. – С. 86-91.
6. World Development Indicators [электронный ресурс]. – URL: <http://wdi.worldbank.org/tables> (дата обращения 15.04.2014)
7. «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом – Высшей школой экономики и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>)

А. А. Горбулева

СПбГЭУ, магистерская программа «Мировая экономика»

д.э.н., профессор Евдокимов А. И.

ЭВОЛЮЦИЯ СТРУКТУРЫ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ

В статье рассматривается трансформация структуры автомобильного рынка России за последние 20 лет. Проводится анализ структуры первичного и вторичного рынков, разных видов сборки, локализация предприятий. Исследуется деятельность дилеров, которая является актуальной проблемой развития этого рынка.

This paper considers the transformation of the structure of the automotive market in Russia for 20 years. Also it analyzes the structure of the primary and secondary markets, different types of assembly, localization companies, and the activity of the dealers, which are the actual problem of development of this market.

Ключевые слова: Структура автомобильного рынка, первичный автомобильный рынок, вторичный автомобильный рынок, промышленная сборка - OEM и ODM, автокомпоненты, trade-in, комиссионные продажи.

Key words: Structure of the automotive market, the primary car market, the secondary car market, industrial assembly - OEM and ODM, auto parts, trade-in, commission sales.

Структура автомобильного рынка России представляет собой систему предприятий разных видов услуг, производства и сборки. Поэтому для изучения трансформаций структуры рынка, необходимо иметь четкое представление о функционировании предприятий, работающих в автомо-

бильной промышленности. Как известно, на автомобильном рынке можно выделить первичный и вторичный его сегменты.

К первичному автомобильному рынку относятся предприятия, работающие в сферах: производство автомобилей, производство автокомпонентов и заводы по промышленной сборке автомобилей. Отличие промышленной сборки от производства автомобилей заключается в объемах поставок компонентов. На заводы по промышленной сборке автомобилей завозится почти 100% автокомпонентов. Такие заводы занимаются только последующей скруткой, сваркой и покраской. Для предприятий-производителей объем поставок незначителен, так как большинство компонентов делается самим предприятием.

Согласно английской классификации сборочные предприятия бывают двух видов: Original equipment manufacturer (OEM), Original design manufacturer (ODM).

OEM-производители, занимаются сборкой по типовой конфигурации, а затем продажей розничным покупателям под оригинальным брендом. То есть покупатель делает заказ только на изготовление, предлагая собственный дизайн и конфигурацию модели автомобиля. За счет меньших габаритов, минимальной комплектации и сниженных затрат производителя на маркетинговые решения OEM-автомобили становятся на 10-40% дешевле, чем обычные retail-товары. OEM-производитель самостоятельно контролирует сроки, качество и количество деталей, поставляемых его собственными поставщиками. [4].

Производство ODM автомобилей осуществляется по собственному оригинальному проекту ODM производителя, а не по лицензии заказчика. Такие производители позволяют фирмам с заслуженным именем производить в другом регионе существующие модели автомобилей либо уже новые модели без участия фирмы в организации или управлении производством. Многие из ODM-производителей сейчас работают на нескольких клиентов, часто обеспечивая большую часть общего объема производства. То есть заказчик размещает заказ не только на изготовление, но и на разработку модели автомобиля. Это главное отличие от контрактных производителей OEM. [5]

На российской территории в рамках промышленной сборки работают такие предприятия, как Volkswagen, General Motors, Toyota, Ford, Nissan, Renault, Citroen, Kia, Hyundai, Peugeot, Mitsubishi, Hyundai, Mazda, Skoda и пр, а также на территории России располагаются заводы ведущих мировых производителей компонентов такие, как LEAR, Magna, Johnson Controls International, DENSO, Faurecia, Bosch, Continental AG и другие.

Спрос и прибыльность производства автокомпонентов напрямую зависит от спроса на автомобили. Производство автокомпонентов может происходить на территории России и за рубежом. Зарубежные производи-

тели сталкиваются с таможенными ограничениями на ввоз автокомпонентов. В связи с вступлением России в ВТО ставки таможенных пошлин снижаются. Учитывая желание РФ повысить уровень локализации на сборочных предприятиях, следует найти способы стимулирования иностранных компаний на открытие предприятий по производству компонентов и предприятий по их сборке.

Существует несколько видов предложений автомобилей на вторичном рынке: сайты, авторынки, официальные и неофициальные дилеры, перекупщики - физические лица, знакомые - физические лица.

Важно помнить, что есть также несколько видов послегарантийного обслуживания: сервисы при предприятии OEM дилера, НСТО, белый сервис, сервисные услуги в так называемых гаражах, рециклинг и утилизация деталей и автомобилей. Послегарантийный сегмент (3-10 лет) самый быстрорастущий и самый перспективный на российском авторынке. [3]

Официальные и неофициальные дилеры могут предоставлять несколько видов услуг: выкуп и продажа подержанных авто, комиссионные продажи, автоломбард, trade-in, кредитные линии на покупку автомобиля в банках, помощь в оформлении документов для получения страхового полиса и другие услуги.[1, с.107]

Чаще всего дилеры работают на основе комиссионной торговли, где они являются посредниками между клиентами. Но также возможен и другой вид торговли – метод выкупа автомобиля в собственность компании. Из-за наличия сезонности автомобильного рынка, дилеры вынуждены брать краткосрочные кредиты на большие суммы один раз в год, для покупки необходимого числа автомобилей. При взятии большей суммы в кредит, чем возможно потратить на покупку машин на вторичном рынке, компания несет большие потери на выплатах процентов. Но при этом банковский сектор России пока не предлагает кредиты на маленькие суммы для юридических лиц. Для осуществления подобных закупок некоторые компании придумывают свои усложненные схемы, например, заключают кредиты с целым рядом банков на мелкие для ю. л. суммы.

Суть торговли с помощью метода trade-in заключается в том, что клиент продает свой старый автомобиль дилеру, доплачивает разницу и покупает другой новый автомобиль. Такой метод позволяет купить и продать автомобиль одному клиенту. Для клиента такой метод имеет ряд преимуществ: во-первых, клиент получает законодательно правильно оформленные документы на покупаемый автомобиль; во-вторых, клиент продает и покупает автомобили в сжатые сроки; в-третьих, этот автомобиль и выглядит, и иногда является немного обновленным (автомобиль осматривают специалисты при покупке, затем делают необходимый мелкий ремонт, устраняют незначительные дефекты, моют). [2, с.26]

Ознакомившись со структурой рынка, можно говорить о его реструктуризации, которая наблюдалась последние годы.

Исходя из вышеописанных видов автопредприятий, можно выделить четыре сектора рынка России:

- продажа машин отечественного производства;
- продажа иномарок российского производства;
- продажа ввезенных иномарок;
- перепродажа подержанных отечественных и иностранных машин,

рециклинг и другие дополнительные услуги.

Диаграмма эволюции российского рынка за последние двадцать лет наглядно демонстрирует трансформацию авторынка, а также изменение структуры и объемов продаж на авторынке России. Эту диаграмму Стенли Рут, партнер организации PWC, представил в отчете «Обзор рынка новых легковых автомобилей в России и прогнозы его развития» в январе 2012 года. Статистика была подобрана на основе источников: АЕБ, ГТК, АСМ-Холдинг, Автостат, данные PWC.

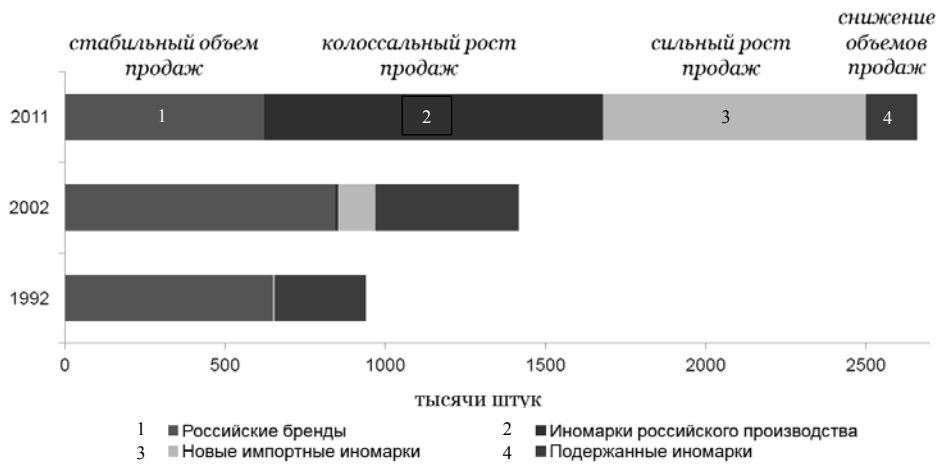


Рисунок 1 – Реструктуризация автомобильного рынка

На этапе развития российской автомобильной промышленности в девяностые годы экспорт новых автомобилей практически отсутствовал, вся продукция оставалась на территории России. Но через десять лет, в двухтысячные годы, после увеличения мощностей отечественных предприятий и появления их экспорта, роста продаж подержанных машин, появился импорт автомобилей зарубежных производителей. В две тысячи одиннадцатом году после введения двух автомобильных инвестиционных программ сократился объем продаж подержанных иномарок и увеличился спрос на иномарки российского производства. Рост продаж новых ввезенных иномарок вызван неконкурентоспособностью и маломощностью российских производителей.

В связи с вступлением России в ВТО и изменением таких показателей, как ослабление инвестиционных программ, снижение импортных таможенных ставок, увеличение мировой конкуренции, а также учитывая

близость географического расположения к мировым лидерам продаж автомобилей, отечественные автопроизводители будут полностью поглощены мировыми концернами, а использование подержанных иномарок будет сокращаться. И в итоге производители иномарок российского производства останутся конкурировать по объемам с ввезенными иномарками.

Литература:

- 1) Ратис Г.Ю. Особенности функционирования компаний в период кризиса на вторичном рынке автомобилей Тольятти на примере ГК «Карлайн»// Вестник Волжского Университета им. В.Н. Татищева 2012 №1(25), с 25-30
- 2) Кухаренков А.В. Особенности развития автомобильного рынка России //Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов 2013 №1(79), 105-108
- 3) Доклад Дмитрия Роткина, генерального директора компании "Белый сервис"// Послепродажное обслуживание автомобилей – как изменился рынок, за кем будущее? – одна из презентаций докладчиков конференции "Автомобильный рынок России. Итоги и прогнозы" - <http://www.autostat.ru/news/view/12789/>
- 4) Официальный отчет компании Оракл// How OEM Consumer Electronics Companies Can Dramatically Improve Profits Through Downstream Supply Chain Collaboration Directly With Retailers <http://www.oracle.com/us/industries/high-tech/039885.pdf>
- 5) Официальный сайт одного из крупнейших OEM - производителей - <http://rockleighindustries.com/oem-odm-manufacturing.html>
- 6) Доклад Стенли Рута, руководителя практики по оказанию услуг компаниям автомобильной отрасли// Обзор рынка новых легковых автомобилей в России и прогнозы его развития за 2012 год - http://www.pwc.ru/en_RU/ru/automotive/assets/automotive-review-2011.pdf

Р. Ю. Лыжин

СПбГЭУ, программа «Международная экономика»
к.э.н., доцент Балабина Л. А.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ КАДРОВ

Цель работы - анализ социально-экономических последствий международной миграции рабочей силы. Задача - выявление положительных и отрицательных моментов международной миграции кадров для стран-реципиентов и стран-доноров.

The aim is to analyze the socio-economic impact of international labor migration. Identified positive and negative aspects of international labor migration for the recipient countries and donor countries.

Ключевые слова: международная миграция кадров, международная миграция, экономически активное население, трудовые ресурсы.

Key words: international migration of personnel, international migration, the economically active population, labor force.

Важнейшим результатом последнего десятилетия является формирование нового экстраординарного подхода к миграции. В наше время мировым сообществом был принят тот факт, что последствия миграции в политических и экономических масштабах значительно разнообразнее, более многоплановые и взаимосвязанные, чем было принято считать.

С развитием глобализационных процессов мировой экономики также набирают обороты и процессы миграции кадров. На данный момент это процесс стал настолько мощным, что демонстрирует рост количества мигрантов в мире с 1990 г. по настоящее время более чем в 2 раза, причём наибольший рост был отмечен в первом десятилетии нынешнего века, ежегодный рост составлял 4,6 млн человек. Примерно 232 млн чел. (или около 3,2% населения земного шара) проживают и работают в тех странах, которые не являются их родиной [3, с. 3].

Исходя из статистики ООН, мы можем сделать вывод, что иммиграционные процессы имеют практически общую закономерность, но с небольшими отклонениями. Можно заметить, что и у развитых и развивающихся стран и даже у регионов общие тенденции роста и снижения миграционных потоков, общим моментом является то, что наибольший рост был в первом десятилетии нынешнего века, и затем спад во всех регионах. А если посмотреть зонально, то из общей тенденции выбилась только Африка, в которой присутствует стабильный рост миграционного потока.

Обратимся к некоторым развитым странам и их миграционной статистике за часть первого десятилетия 2000 гг. и сравним её с 1998 г. (см. рис. 1). Как уже было замечено, именно в этом десятилетии наблюдал мощный рост миграционных потоков, и цифры этой таблицы подтверждают это, но с небольшим отклонением по некоторым странам. Швеция, Швейцария, Канада, то есть страны, которые занимались ужесточением миграционного законодательства.

Теперь более подробно рассмотрим все плюсы и минусы для обеих сторон в этом обмене рабочей силой. Страна-донор (экспортер рабочей силы) получает от международной трудовой эмиграции определённые плюсы:

1. При выезде трудовых мигрантов отчасти решается проблема избытка рабочей силы. Исторический пример, на 1 января 2001 г. в Киргизии предложение рабочей силы превышало спрос в 40 раз [6, с. 42].

2. При нахождении в государстве, которое обладает более передовыми технологиями, более высокими требованиями, трудовыми стандартами, мигранты имеют возможность повысить свои общеобразовательные и культурные уровни.

3. Также эмигранты осуществляют инвестирование в экономику родной страны (могут закупать средства производства, землю, недвижимость).

4. Государству-экспортеру трудовой силы обеспечены налоговые выплаты с компаний-посредников, ведущих деятельность в этой сфере.

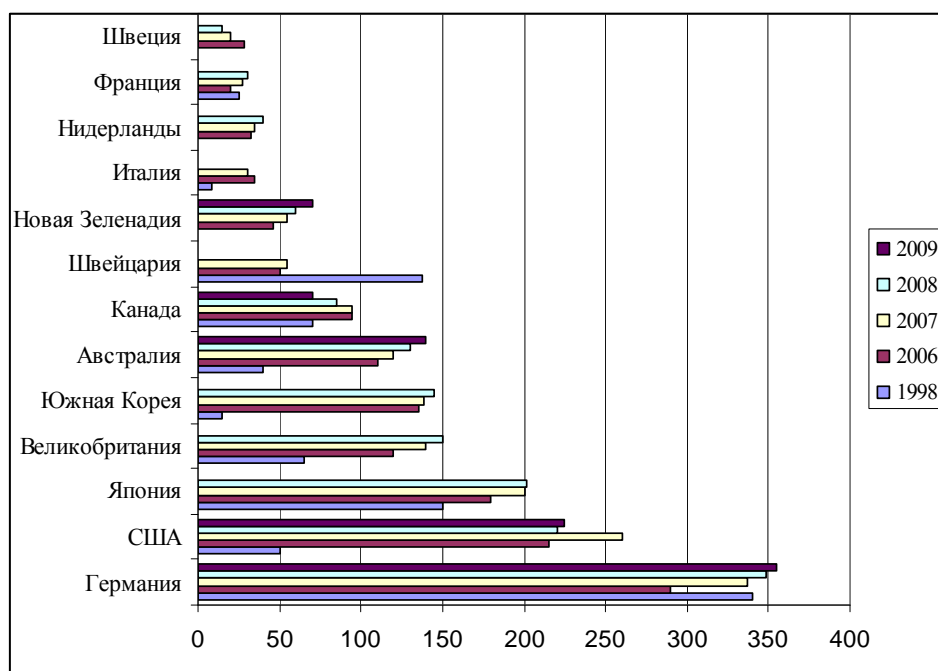


Рисунок 1. Количество временных трудовых мигрантов, въехавших в некоторые развитые страны в 1998 г., 2006-2009 гг., тыс. человек [5, с. 3]

5. Государства-доноры имеют финансовые поступления от государств-реципиентов кадров, которые в дальнейшем вкладываются в воспроизводство трудовых ресурсов, в образование и на социальные проекты.

6. Работая за рубежом, мигранты имеют возможность накапливать стартовый капитал для создания впоследствии малых и средних предприятий у себя на родине. Формируется средний класс.

7. Вследствие того, что трудовые мигранты в течение долгого периода времени пребывают в других странах, происходит углубление и расширение торгово-экономических связей с этими странами, растёт товарооборот между государствами.

Стране-реципиенту международная миграция кадров также приносит некоторые преимущества:

1. Приток рабочих из-за рубежа, облегчает структурные, отраслевые и иные трансформации национальной экономики.

2. Экономия на расходах на образование.

3. Приезжие расширяют емкость внутреннего рынка принимающей страны, создают дополнительный спрос на товары и услуги, стимулируют производство.

4. Рост конкурентоспособности продуктов принимающего государства из-за более низкой зарплаты.

5. Временно свободные средства приезжих, находятся на счетах в банках, и возможно будут использованы для финансирования экономики принимающего государства;

6. Улучшение демографической ситуации.

Но у трудовой миграции есть также и отрицательные последствия. Для страны-экспортера:

1. Эмигрировавшие граждане производят ВВП в принявшей их стране.

2. Из государств уходит лучшая, более конкурентоспособная и предприимчивая доля населения, ослабляя этим экономики своих стран. При больших объемах выезда возможно и падение валового внутреннего продукта. Это происходит по причине того, что выезжают в основном граждане в наиболее трудоспособном возрасте.

3. Массовый отъезд молодёжи, возможно, отрицательно повлияет на демографической ситуации в государствах-поставщиках, на отношения внутри семьи, преемственность народных традиций, это приводит к архаизации социума.

4. Объёмы финансовых переводов от мигрантов очень сложно определять и предсказывать. Со временем их денежные переводы уменьшаются, связь с родиной слабеет.

Для страны-импортера:

1. Средняя заработная плата в стране уменьшается с приездом мигрантов.

2. Возможна и потеря наименее квалифицированными кадрами работы и, соответственно, части прибыли, растут проблемы с жильём, транспортом.

3. Практически во всех таких государствах существует недовольство местного населения.

4. При большой численности общины мигрантов возникают социальные, этнические, экологические и религиозные конфликты, иногда крупномасштабные.

5. Размывание национальной идентичности, снижение качества рабочей силы, так как полная ассимиляция мигрантов наступает только в третьем поколении.

6. Дополнительная нагрузка мигрантов на инфраструктуру, особенно социальную, возможность использовать медицинские и благотворительные системы зачастую без адекватной трудовой отдачи.

Принимающие страны, в первую очередь развитые, имеют интеллектуальную, а за ней и финансовую выгоду от иммиграции. Отличный пример это всем известный интеллектуальный вклад иммигрантов в рост экономики США. На данный счёт имеются впечатляющие данные: в последнем десятилетии двадцатого века 40% из пришедших на рынок труда США докторов наук в области инженерных и компьютерных дисциплин были иммигрантами; также иммигрантами были и 25% преподавателей предметов технического цикла в ВУЗах.

Другим ярким примером в основном положительного влияния иммигрантов на экономическое хозяйство государства является Израиль, ко-

торые проводит стратегию привлечения иудеев со всей планеты. Благодаря притоку научных и высококвалифицированных мигрантов Израиль достиг уровня наиболее развитых стран в научно-технической и экономической сфере.

Западные исследования показывают, что миграция почти не оказывает отрицательного воздействия на уровень безработицы и на уровень оплаты труда в государствах-реципиентах [1, с. 7].

Также американские ученые, используя неоклассическую методологию, основанную на оценке соотношения «выгод и потерь» от миграции, утверждают, что общая выгода от либерализации миграционного режима будет примерно в 25 раз выше, чем эффект от либерализации международной торговли и финансовых потоков [2, с. 164]. Если правительства охотно признают мобильность капитала, товаров и идей, но попытаются ограничить свободную миграцию, то попытки в принципе не увенчаются успехом. Запреты будут способствовать расцвету её нелегальных форм.

Литература:

1. Herbert Brucker, The Employment Impact of Immigration: a Survey of European Studies, 2002. p. 7.
2. Rodrik, D. Feasible Globalizations, Kennedy School of Government, Working Paper Series RWPO 2029, July. 2002 цитата по: World Migration: Costs and Benefits of International Migration. IOM. 2005, p. 164.
3. UN International Migration Report 2013, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. United Nations. p. 1.
4. United Nations, Department of Economic and Social Affairs (2013). Trends in International Migrant Stock: The 2013 Revision-Migrants by Age and Sex, 2013. p. 4.
5. Цапенко И. Социально-политические последствия международной миграции населения. – МЭиМО, 2009, №3. с. 3.
6. Киргизская национальная стратегия сокращения бедности до 2003 г. Бишкек, 2001. с. 12.

Л. В. Радченко

СПбГЭУ, программа «Международная экономика»
к.ф.н., доцент Бондарев А.К.

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КАЗАХСТАНА И РОССИИ

Актуальность данной статьи заключается в раскрытии успешного экономического сотрудничества Казахстана и России и роли интеграционных процессов на современном этапе развития.

The relevance of this article is to reveal the successful economic partnership of Kazakhstan and Russia and the role of integration processes at the modern stage of development.

Ключевые слова: Экономическое сотрудничество, интеграция, торговля, Таможенный союз

Key words: Economic partnership, integration, trade, Custom Union

Республика Казахстан и Российская Федерация являются ядром интеграционных процессов во всем СНГ. Содружество независимых государств расширило существование для всех молодых стран-участниц возможности поиска новых форм и путей налаживания более эффективных связей. Вследствие чего и начали образовываться тесные интегрированные структуры в рамках СНГ. В это время в Содружестве налаживается процесс интеграции, гибкий механизм сотрудничества, который позволяет учитывать различную степень готовности и интересов к интеграции у государств-участников этого процесса.

В рамках СНГ сегодня имеется ряд интеграционных объединений, включая Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС), Таможенный союз России, Казахстана и Белоруссии и Единое экономическое пространство (ЕЭП). Также, к 2015 году планируется еще одно важное интеграционное объединение - Евразийский экономический союз. Безусловно, многие идеи о формировании Евразийского союза государств, принадлежат президенту Казахстана Н.А.Назарбаеву.

Во многом взаимоотношения Казахстана и России повышают уровень развития экономики двух стран в различных областях – в металлургии, топливно-энергетическом и агропромышленном комплексе, машиностроении, транспорте и др.

Экономическая интеграция двух стран на данный момент является самой высшей, максимально возможной формой тесного экономического сотрудничества в условиях самостоятельности и независимости двух стран-участниц интеграции

Республика Казахстан и Российская Федерация – крупнейшие по площади государства на территории бывшего Советского союза. Казахстанско-российская граница является самой протяженной сухопутной границей в мире и занимает 7,5 тысяч километров. На постсоветском пространстве отношения этих двух государств являются удачным примером развития эффективного экономического и политического сотрудничества.

На современном этапе экономическое сотрудничество Казахстана и России охватывает целый ряд сфер.

Сотрудничество в области топливно-энергетического комплекса имеет важное место в развитии казахстанско-российского экономического сотрудничества. Казахстан и Россия решают совместные вопросы о транспортировке казахстанского углеводородного сырья на мировые рынки, используя при этом магистральные трубопроводы России. Происходит процесс модернизации нефтегазодобывающих производств двух стран.

Основными акционерами Каспийского трубопроводного консорциума являются Казахстан и Россия.

Месторождения нефти и газа расположены на территории шести областей Казахстана - Мангистауская, Западно-Казахстанская, Атырауская, Актюбинская - Западный Казахстан; Карагандинская - Центральный Казахстан; Кызылординская - Южный Казахстан.

Наиболее разведанными запасами нефти обладает Атырауская область, на ее территории открыто более 75 месторождений с запасами в 930 млн. тонн.

На сегодняшний день Казахстан занимает 3 место по величине экспорта нефти на рынок Европейского Союза из числа стран-не членов ОПЕК после России и Норвегии. Согласно двустороннему договору, газ с Карачаганакского месторождения перерабатывается в России. Одним из важных направлений энергетического сотрудничества Казахстана и России является транзит туркменского и узбекского природного газа в Россию, а затем и на мировой рынок.

Самые развитые отношения с Казахстаном у Омской, Челябинской, Астраханской, Курганской, Оренбургской областями. На эти регионы приходятся основные показатели от общего товарооборота.

В приграничном сотрудничестве с Казахстаном, самым крупнейшим стратегическим партнёром является Оренбургская область.

Интеграционные связи Оренбургской области с сопредельными Актюбинской, Костанайской и Западно-Казахстанской областями развиваются на основе соглашений о сотрудничестве по торгово-экономическим, гуманитарным, научно-техническим и правоохранным вопросам. Наиболее эффективно идёт сотрудничество с Западно-Казахстанской областью [1].

Традиционно на приграничные регионы приходилось до 70% объёма товарооборота между Россией и Казахстаном. Образование Таможенного Союза и ЕЭП изменило ситуацию в лучшую сторону. Доля приграничной торговли снизилась до 45% при увеличении взаимного товарооборота: в 2011 г. - 20 млрд. долларов, в 2013 г. – 24 млрд. долларов [2].

В целом, после создания Таможенного Союза России, Казахстана и Белоруссии, выгода от создания этой «интегрированной кооперации» приходится России. В дальнейшем развитие этого союза приведет к образованию более развитой формы интеграции – единому экономическому пространству, которое обеспечит принцип четырех свобод: товаров, услуг, капитала и рабочей силы.

Казахстан и Россия решили вопросы, касающиеся разделения шельфа Каспийского моря. Была установлена модификация срединной линии, разграничивающая дно моря в целях недропользования, разработки месторождения «Хвалынское», а также структур «Курмангазы» и «Цен-

тральная. Был установлен ряд политических договоренностей, касательно шельфа Каспийского моря, которые имеют большое значение для дальнейшего развития стратегического партнерства России и Казахстана.

На момент создания Таможенного союза считалось, что этот союз может стать определяющим фактором в увеличении доли товарооборота Казахстана, России и Белоруссии уже в ближайшие несколько лет его существования. Особенно необходимо учесть и тот факт, что у Таможенного союза уже имеется удачный логичный процесс завершения, который носит название Единого экономического пространства (ЕЭП), принятого в январе 2012 года. В рамках ЕЭП планируется расширить возможность Таможенного союза и пустить в действие общий энергетический рынок, сформировать единое транспортное пространство и т.д.

На территории вместе взятых стран - Казахстана, России и Белоруссии проживает большая часть населения - около 180 миллионов человек. Эти страны имеют 83% экономического потенциала всего бывшего СССР. Их объединенная экономика может существенно возрасти за счет снятия таможенных ограничений в торговле [3].

Доля импорта товаров в Казахстан в общем товарообороте со странами ТС составляет около 70%. Казахстан значительно больше «отдает» экономикам России и Белоруссии чем «выручает» от реализации товаров в этих странах. При этом в Таможенном союзе основным партнером является РФ. Российская Федерация занимает около 97% в товарообороте Казахстана со странами ТС; Белоруссия – лишь 3 % [4].

Участие Казахстана в формировании Таможенного союза, прежде всего, направлено на ускоренную индустриализацию Казахстана и развитие промышленности. Это, в свою очередь, предполагает создание новых рабочих мест, расширение ассортимента и повышение качества производимой продукции. Данные шаги являются одними из мероприятий по реализации Программы развития фармацевтической промышленности Республики Казахстан на 2010-2014 годы, целью которой является увеличение доли отечественной фармпродукции в объеме рынка в натуральном выражении до 50%.

По рейтингу Doing Business на 2014 год, из стран Таможенного союза Казахстан занял лидирующую позицию, после идут Беларусь на 63 месте и Россия на 92 месте [5].

По оценке Всемирного банка, будущая ситуация в Таможенном союзе имеет пессимистическую и оптимистическую перспективу [6].

В первом варианте по оценкам Всемирного банка, Казахстан будет терять около 0,3 % реальных доходов в год в результате полного введения единого внешнего тарифа (по сравнению со своими тарифами 2009 года). То есть, устранение исключений к единому внешнему тарифу приведет к росту потерь. Это связано с тем фактом, что отмена исключений потребу-

ет, чтобы Казахстан еще больше увеличил ставки своего внешнего тарифа и довел его до уровня стран, не входящих в СНГ. Тогда реальная заработная плата и реальная доходность капитала упадут еще больше, затраты потребителей и коммерческих предприятий на их закупки повысятся больше. Изменения в секторах в отношении импорта и выпуска продукции будут аналогичны сценарию с текущими тарифами 2011 года. По оценкам, значительное изменение состава импорта из ЕС и остальной части мира связано с изменением импорта из стран таможенного союза и СНГ, а также внутреннего производства, особенно в сельском хозяйстве и химическом секторе. Опять же 0,2 % работников перейдут на рабочие места в другие секторы.

Во втором варианте дается оптимистическая оценка того, насколько Таможенный союз может снизить затраты на содействие развитию торговли в отношении импорта в Казахстан или экспорта из него (в страны Таможенного союза и в третьи страны). Особое внимание уделяется вопросу о том, какие выгоды Казахстан может получить от устранения нетарифных барьеров (НТБ) в Таможенном союзе. Существенными барьерами для экспорта из Казахстана в Россию считаются НТБ, среди которых выделяются требования по санитарному и фито-санитарному состоянию. Также делается предположение о том, что единый внешний тариф введен полностью. По оценкам, по этому сценарию реальные доходы Казахстана будут повышаться примерно на 1,5 % стоимости потребления в год.

Таким образом можно сделать вывод о том, что в стратегическом аспекте подобная интеграция в виде Таможенного союза будет очень полезна, и является закономерным продолжением и без того тесного сотрудничества с Россией.

Благополучие Казахстана и России, а также их тесное сотрудничество обусловлены такими обстоятельствами, как: будут ли сохранены годами сложившиеся отношения и тесные связи между странами двух народов; укрепится ли позитивный потенциал экономического и научно-технического сотрудничества; смогут ли на деле имеющиеся связи превратиться в широкомасштабное межгосударственное сотрудничество.

Литература:

1. Кузьмина, Е.В. Приграничные связи России и Казахстана и влияние на них Таможенного союза / Е.В. Кузьмина // Доклад. – М. – 2013.
2. Министерство экономического развития РФ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/mines/main>. См. также: Густов А.В. Взаимовыгодное экономическое сотрудничество как основополагающий фактор развития интеграционных процессов / А.В. Густов // Евразийская экономическая интеграция. – 2012. – №2(15).-116 с.
3. Султанов Б.К. Таможенный союз Беларуси, Казахстана и России: состояние, проблемы, перспективы: монография / Б.К. Султанов. - Алматы, 2011. - 355 с.

4. Саубетова Б.С. Влияние Таможенного Союза на экономику Казахстана/ Б.С. Саубетова// Научная статья. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rusnauka.com/19_AND_2013/Economics/2_142233.doc.htm

5. Рейтинг Doing Business: Казахстан поднялся на 50-е место. – [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://tengrinews.kz/markets/rejting-Doing-Business-kazahstan-podnyalsya-na-50-e-mesto-244468/>

6. Казахстан в Таможенном союзе: плюсы и минусы / Тематическая статья Всемирного банка. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.worldbank.org/ru/news/feature/kazakhstan-in-the-customs-union-losses-or-gains>

А. В. Струков

СПбГЭУ, программа «Международная экономика»

к.э.н., доцент Воронин М.С.

СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

В данной статье рассмотрены основные сценарии развития компаний мирового рынка нефтесервисных услуг. На основе проведенного исследования автором предлагается выделить уровень технологического развития нефтесервисной компании как ключевой фактор достижения конкурентного преимущества компании и развития мирового ТЭК.

This article describes the main scenarios of development of global companies provided oilfield services on the world market. On the basis of the conducted research the author revealed the role of oilfield services companies as an important factor of development of the global energy sector and proposed a notion to interpret the level of technological development of the oilfield service companies as the key factor in achievement of competitive advantage on the world service market.

Ключевые слова: нефтесервис, мировой ТЭК, нефть, М&А, сценарии

Key words: oilfield service, world energy sector, oil, M&A, scenarios

Нефтесервисная компания - компания, предоставляющая широкий спектр услуг, связанных с разработкой нефтяных месторождений. Будучи существенной частью комплексного процесса по разведке и добыче горючих минеральных ресурсов, сервисные работы могут выполняться как с использованием ресурсов специализированных подразделений нефтедобывающей компании, так и с привлечением опыта сторонней организации, оказывающей сопутствующие добыче нефти и газа услуги: геологоразведка, геофизические исследования скважин, сопровождение бурения, исследование скважин, ремонт скважин, интенсификация добычи нефти и другие. Широта ассортимента оказываемых услуг свидетельствует о том, что в том или ином виде нефтесервис представлен во всех нефтегазодобы-

вающих регионах мира. По своей значимости нефтесервисные компании выступают неотъемлемой частью и движущей силой развития мирового топливно-энергетического комплекса, выступая поставщиком новейших технологических и программных разработок, новых методов разведки, добычи и оценки запасов, подходов к менеджменту производства.

Исторически развитие нефтесервиса проходило главным образом по 4 сценариям:

- в рамках частного бизнеса, в основе которого лежали технологические инновации в области нефтедобычи;

- в рамках специализированных подразделений нефтяных компаний, которые могли выступать обособленно, но при этом были аффилированы с материнской компанией;

- через отделение специализированного подразделения (-ий) нефтяной компании в обособленную структуру;

- через объединение частных компаний, первоначально работавших на подрядах у нефтяных и других компаний.

Рассмотрим некоторые из вышеупомянутых сценариев подробнее. Сценарий: преобразование специализированных подразделений нефтяных компаний в обособленную структуру. Говоря о примерах реализации компанией того или иного сценария, прежде всего хотелось бы обратить внимание на присущую им специфику. Реализация рассматриваемого сценария во многом предопределялась страновой принадлежностью нефтесервисной компании и временным периодом. В качестве примера может послужить опыт российского нефтесервиса конца 1990-х гг., когда на первом этапе выхода из под юрисдикции нефтяных гигантов, «обособленные» сервисные подразделения фактически оставались аффилированными предприятиями, обслуживающими интересы материнских компаний. Через некоторое время нефтесервисные подразделения начали продавать стратегическим инвесторам. Так, на основе сервисных подразделений нефтяной компании ЮКОС 1 февраля 2000 года было создано ЗАО «Сибирская сервисная компания» [1, с.3]. Этот период можно считать началом формирования независимого национального нефтесервисного рынка России. До этого периода услуги для нефтегазовой отрасли оказывались только двумя способами: иностранными сервисными компаниями, либо предоставлялись в рамках отечественных нефтегазовых компаний [6, с.6].

Сценарий: инновации как основа развития компании. История развития французской компании Schlumberger является примером реализации сценария, в основе которого лежит технологическая составляющая. Открытие братьями Шлюмберже инновационного метода электроразведки-каротажа, позволившего исследовать литосферу методами создания специальных зондировочных скважин и проведения измерений при прохож-

дении электрических разрядов, выступило прекрасной альтернативой дорогостоящему отбору керна и сыграло немалую роль в экспансии компании на нефтесервисный рынок США [4, с.16]. В самом начале своего существования компания Schlumberger задала в нефтесервисной отрасли высокую планку технологического уровня. Существенный уровень инвестиций в собственное развитие, поддерживаемый на протяжении всех этапов развития компании: инновационные технологии и квалификацию персонала сделало из Schlumberger транснациональную корпорацию, конкурентное положение которой, целиком и полностью отражает уровень её технологического превосходства над конкурентами.

Сценарий: объединение частных компаний. Последний сценарий может быть отчасти проиллюстрирован историей развития компаний Halliburton и Brown & Roots. Компания Halliburton на раннем этапе своей деятельности занималась цементированием скважин, Brown & Roots строительством дорог, а затем дамб на реке Колорадо. Во время второй Мировой войны обе компании переориентировались под нужды оборонного заказа США: занимались строительством кораблей и военных баз, в том числе за рубежом. В начале 60-х Halliburton приобрел Brown & Roots, что позволило использовать политическое лобби Brown & Roots и технологии Halliburton в едином ключе [5, с.24]. В данном случае, объединение компаний несмотря на ожесточенное сопротивление руководства Brown & Roots совершать сделку выступило необходимостью для дальнейшего развития: сразу же после объединения компания заполучила многомиллиардный контракт, который по сути predeterminedил текущую конкурентную позицию Halliburton: 2 место в мире по занимаемой доле на мировом рынке нефтесервиса.

Анализ исторических этапов развития сервисных компаний позволяет сделать вывод о том, что конкурентное положение, занимаемое компаниями сегодня, было заложено ещё в середине 20 века. Немалую роль в становлении многих компаний сыграло политическое лоббирование и капитал. Кроме того, сделки M&A, количество которых в области энергетики и, в частности, нефтесервиса, является одним из крупнейших, уступая лишь сфере телекоммуникаций, по-прежнему выступают движущей силой развития нефтесервисных компаний [2, с.7]. Стремление к росту, достижению синергетического эффекта, диверсификации, монополии и повышению качества управления являются ключевыми мотивами нефтесервисных компаний к совершению M&A сделок [1, с.4]. M&A практику по объективным причинам реализуется в первую очередь ведущими компаниями отрасли. В частности, Schlumberger ведет активную работу по консолидации активов, работающую как на традиционных рынках компании, так и на новых направлениях, чему свидетельствуют заключенные в нача-

ле 21 века сделки: покупка Cameron International (технологии подводного бурения), Geoservices (технологии мониторинга качества бурения, оценки пласта), поглощение Smith International (крупный нефтесервисный конгломерат), слияние с Geotech Oil Services Holding (кандидат на роль одного из ведущих мировых игроков по оказанию услуг по сейсморазведке). Все проведенные сделки отражают четкую позицию компании, реализуемую через рыночную стратегию ведения бизнеса на международном рынке нефтесервисных услуг: ориентацию на расширение ассортимента предлагаемых услуг, что более эффективно по сравнению с альтернативой построения нового бизнеса. Отметим, что процесс интеграции для нефтесервиса столь же важен, как уровень технологической развитости ведущих компаний мирового энергетического комплекса для мирового ТЭК во многом благодаря специфике нефтесервисной отрасли: ярко выраженным технологическим и инновационным характером развития.

В настоящее время истощаемость и объективная сложность добычи минеральных ресурсов из вновь открываемых месторождений, выражаемая в чрезвычайной капиталоемкости и трудозатратности, характеризует уровень научно-технического прогресса как важнейший фактор, определяющий возможность добычи и, как следствие, объемы использования минеральных ресурсов во всем мире. В связи с чем, роль конкурентоспособности нефтесервисных компаний, ориентированных на повышение эффективности применяемых технологий, методов разведки, разработки, эксплуатации месторождений и уровня технического обслуживания, является принципиальной как в вопросе обеспечения общества необходимым ресурсным объемом, так и в установлении мирового энергетического баланса. Выступая в роли локомотива развития, инструмента повышения отдачи от нефтедобычи, генератором инноваций и качественно новых решений в добывающей отрасли, нефтесервис способствует развитию мирового ТЭК и множества смежных с ним отраслей.

Литература:

1. Презентация Чуева Д.Э. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.oil-gas.ru/userfiles/obzor_rinka_Chuev_D_E\(1\).pdf](http://www.oil-gas.ru/userfiles/obzor_rinka_Chuev_D_E(1).pdf)
2. Institute of mergers, acquisitions and alliances [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://www.imaa-institute.org/statistics-mergers-acquisitions.html#M&A_Ind_Energy & Power](http://www.imaa-institute.org/statistics-mergers-acquisitions.html#M&A_Ind_Energy_&Power)
3. MAI Energy report [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://mergers.net/fileadmin/MAI/public_documents/MAI_Energy.Report_2012_Print.pdf
4. Our history 1870-1910: An early passion [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.slb.com/about/history.aspx>
5. Dan Briody. The Halliburton Agenda, The Politics of Oil and Money. - Wiley éd, - 2004. - С. 1-115
6. Russian Market of Oilfield Services. Analytical Review // RosBusinessConsulting / Department of Consulting. – Moscow, 2010. – с.7.

Д. В. Тулупова

СГЭУ, программа «Внешнеэкономическая деятельность»

д.э.н., доцент Абрамов Д.В.

ПОЗИТИВНЫЕ И НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ

Раскрывается влияние прямых иностранных инвестиций на экономику, том числе выявление наиболее важных эффектов от иностранного инвестирования. Рассматриваются участники инвестиционного процесса, их взаимоотношения и их роль. Так же представлен пример влияния прямых иностранных инвестиций на экономику России.

In this article reveals the impact of foreign direct investment on the economy, including the identification of the most important effects of foreign investment. Participants of investment process, their relation and their role are considered. The example of the influence of direct foreign investments on economy of Russia is also provided.

Ключевые слова: Прямые иностранные инвестиции, иностранный инвестор, страна-реципиент

Key words: Foreign direct investment, foreign investor, country recipient

В современном мире никто не отрицает то факт, что иностранные инвестиции оказывают существенное влияние на экономики всех стран. И это влияние с каждым годом имеет тенденцию к увеличению. Но вот какое именно влияние, положительное или отрицательное, вызывает споры, так как иностранные инвестиции могут иметь разнополярный эффект.

В случае положительного воздействия, приток иностранных инвестиций способствует непрерывным потокам капитала в экономику реципиента, тем самым увеличивая объём производства в стране и накопление капитала. Так же с приходом инвестиций, вместе с капиталом приходят новые технологии, методики современного менеджмента. Всё это увеличивает спрос на высококвалифицированную рабочую силу и размер заработной платы. Ещё одним важным плюсом от иностранного инвестирования, считается увеличение качества производимой продукции, а значит и рост её конкурентоспособности на рынке. Все эти положительные последствия считаются наиболее важными для развития экономики реципиента.

Однако, невзирая на значительное количество положительных факторов, существуют так же и ряд отрицательных. Это может быть как захват внутреннего рынка, так и сильная конкуренция с местными компаниям. Также негативным фактором может выступать ухудшение экологической обстановки в регионе в связи с размещением экологически вредного производства или оборудования.

Говоря о положительных и отрицательных факторах воздействия на экономику нельзя не отметить, кто именно оказывает влияние, и как это влияние будет проявляться.

Главной действующей силой в данном вопросе можно назвать иностранного инвестора, так как именно он владеет инвестиционным капиталом, и он имеет право диктовать свои условия. Но существуют и другие участники, которые прямо или косвенно могут воздействовать на инвестиционный процесс. К прямому воздействию можно назвать влияние государства - реципиента и принимаемая политика в отношении иностранных инвестиций. Так же на данный процесс может воздействовать, но уже косвенно государство – экспортёр. Немало важными факторами, оказывающие влияние, в настоящее время можно отнести всеобщие интеграционные процессы и международное правовое регулирование движения иностранных инвестиций.

Взаимоотношения между участниками инвестиционного процесса рассматривается через призму соотношения их интересов. В случае совпадения интересов, положительный эффект от инвестирования только усиливается.

Рассматривая отношения инвестора и принимающей стороны нельзя прийти к единому мнению, так как принимающие страны часто принципиально отличаются друг от друга, в основном их различие заключается, к какой группе стран они относятся развитые, развивающиеся, страны с переходной экономикой и др.

В случае развитых стран, редко возникают сложности, так как в основном они являются и экспортёром и импортёром инвестиций. Экономик данных стран достаточно интегрированы между собой и их уровень развития примерно одинаков. И иностранные инвестиции не воспринимаются как нечто чужеродное для экономики развитой страны-реципиента.

Если идёт речь о развивающихся странах и странах с переходной экономикой. Здесь иностранные инвестиции вступают в противоречие с национальными компаниями, как частными, так и государственными. Так более слабые местные компании не всегда могут конкурировать с компаниями с иностранным капиталом, что приводит к негативным последствиям в данной экономике.

Отношения иностранного инвестора и страны-экспортёра в основном складываются удачно, так как оба участника чётко понимают выгоду от полученного инвестирования. Государство-экспортёр часто поддерживает инвестора различными программами поддержки и стимулирования иностранного инвестирования.

Международная экономическая интеграция ежегодно усиливает и упрощает процесс иностранного инвестирования. Россия активно участвует в данных процессах, являясь участником таких группировок как BRICS

и G8. Сравнивая объём притоков прямых иностранных инвестиций в Россию за последние 12 лет, можно отметить, положительную динамику, с начала 2000-х объёмы инвестиций увеличились с 2 714 млн. долларов до 51 416 млн. долларов в 2012 году. Однако Россия далеко не является лидером по объёмам инвестиций как в BRICS, так и в G8.



Рисунок 1. Приток прямых иностранных инвестиций в страны БРИКС, млн. долл.(2000-2012 гг.) [1, с.346-350]

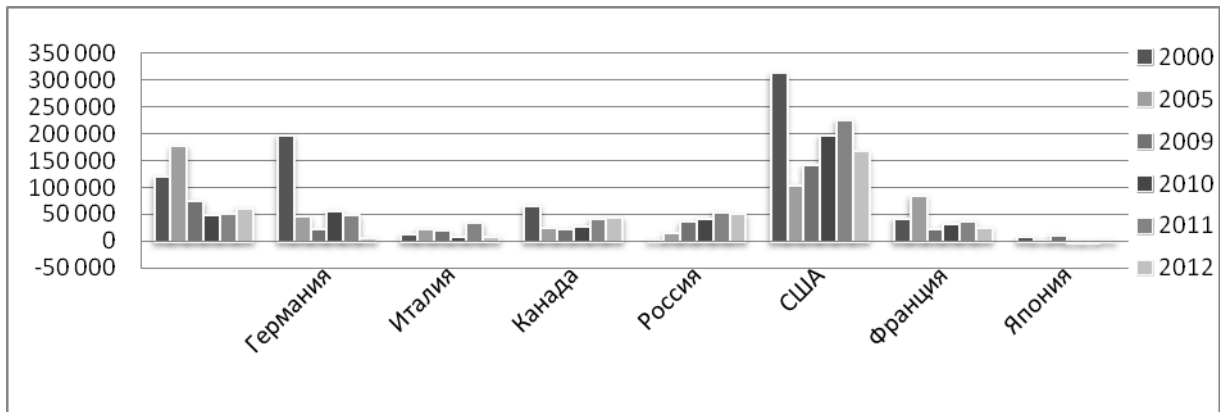


Рисунок 2. Приток прямых иностранных инвестиций в страны G8, млн. долл.(2000-2012гг.) [2, с.350-352]

Сравнительно низкие объёмы притоков прямых иностранных инвестиций связаны с неразвитостью инфраструктуры, низкой заинтересованностью местных властей в иностранных инвестициях, длительным административным процессом и таких факторов значительное количество.

Несмотря на большое количество негативных моментов при инвестировании в Российскую экономику, мне бы хотелось рассмотреть пример позитивного влияния. Завод «Комацу Мэнүфэкчуринг Рус» в Ярославле один из ярчайших примеров. В 2008 году японская машиностроительная компания Komatsu заключила инвестиционное соглашение о строительстве завода строительной техники в городе Ярославле. В 2010 году строительство завода было завершено, и предприятие приступило к работе.

Любое инвестирование будет иметь как положительные, так и отрицательные моменты. Рассматривая отрицательные стороны нельзя не отметить, проблемы с оформлением документов, так, по словам экс-президента Komatsu, ныне главы Государственно-частного совета по развитию японско-российских отношений Масахиро Саканэ документы на строительство завода в Ярославле составили в высоту четыре метра [3, с. 8-9]. Данное обстоятельство негативно сказывается на притоке инвестиций в российские регионы. Отсутствие слаженной системы работы администрации регионов, длительная процедура оформления документов отталкивает потенциальных инвесторов, в частности и японских.

Отмечая позитивные стороны от инвестирования в строительство завода Komatsu, то, несомненно, можно говорить о значительных притоках денежных средств в экономику Ярославской области. Создание нового предприятия влечёт увеличение занятости, в настоящий момент в Komatsu работает двести тридцать три сотрудника. Количество работников не измеряется в тысячах, но это так, же отражает многие положительные стороны, такие как инновационность производства, а значит, от сотрудников требуется высокая квалификация, что способствует в увеличении и развитии профессиональных качеств работников данного завода. Компания Komatsu активно способствует профессиональному развитию своих сотрудников, открыв в базе Ярославского государственного технического университета свой учебный центр.

Как отмечалось ранее вместе с приходом иностранного инвестора, приходят и новые технологии, так на заводе Комацу применяются роботы исключительно оригинальной конструкции и собственного изготовления. С помощью современных компьютеров и высокопроизводительных моторов промышленные роботы Комацу позволяют производить высококачественную продукцию.

Каждый завод, который занимается производством, неминуемо осуществляет свою работу с поставщиками, компания Komatsu не исключение. Появление столь крупной компании хороший повод для развития местных поставщиков. К сожалению, в настоящее время основные компоненты и детали для производства поставляются из Японии, тем не менее, в ближайшем будущем Komatsu планирует постепенно увеличивать местную скорость подачи компонентов.

Особенность работы завода Komatsu заключается в его открытости и прозрачности. На заводе проводятся экскурсии для клиентов, которые могут оценить качество своими глазами и увидеть, как происходит процесс производства экскаваторов и карьерных самосвалов[4].

Работая в Ярославле, Комацу участвует не только в жизни своего завода, но и в жизни Ярославской области. Так вместе с открытием завода, компания Комацу подписала меморандум о сотрудничестве с прави-

тельством Ярославской области в социальной сфере. В первый же год сотрудничества, Комацу выделило инвестиций на развитие промышленности и образования 20 млн. йен и на поддержку и пропаганду спорта 8 млн. йен [5].

Подводя итог, хочется отметить, что прямые иностранные инвестиции способствуют росту экономики и её развитию. Эффект от инвестиций не всегда имеет положительный характер. Однако на примере компании Комацу, можно сделать вывод, что российская экономика, в частности экономика Ярославской области, получила большое количество выгод. Сотрудничество с иностранным инвестором Комацу, послужило стимулом для дальнейшего сотрудничества и развития отношений с иностранными инвесторами.

Литература:

1. Unctad handbook of statistics // UNCTAD. – 2013. - С. 346-350
2. Unctad handbook of statistics // UNCTAD. – 2013. - С. 350-352
3. Губский А. Документы на строительство нашего завода составили в высоту четыре метра // Ведомости. – 2014. №32. – С. 8-9.
4. http://www.komatsu.ru/news.xgi?&news_id=918470&year_id=914990
5. http://www.komatsu.ru/news.xgi?&news_id=900860

СЕКЦИЯ 11. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ И ЛОКАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

О. А. Викторова

СПбГЭУ, программа «Национальная экономка»

д.э.н., профессор Селищева Т.А.

ФАКТОРЫ СТРУКТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ЭКОНОМИКИ

Существует большое число факторов, которые влияют на трансформационные процессы в экономике. В данной статье перечисляются основные из них, и отдельно рассматривается такой фактор, как цикличность экономики.

There are many factors affecting transformation processes in the economy. This article describes the major ones, and separately considers the factor of economical cyclicality.

Ключевые слова: трансформация структуры экономики, цикличность, факторы трансформации

Key words: structural transformation of the economy, transformation factors, cyclicality

Категория «трансформация» в общепринятом понимании означает модификацию или изменение формы либо структуры чего-либо на разных фазах жизненного цикла. Более емким определением является «изменение (преобразование) объекта (процесса), субъекта (индивида, фирмы, организации, государства), экономической системы и общества в целом, дифференцируемое по глубине и направленности изменений, обусловленное эндогенными и экзогенными факторами» [1]. Масштабность и продолжительность трансформаций не одинаковы для различных экономических и социальных систем и для разных циклов их динамики.

Ю.В. Яковец предлагает исчерпывающую классификацию трансформаций. Они могут охватывать общество в целом, его подсистемы или составные части этих систем; по длительности и глубине трансформации могут быть краткосрочными (длятся год или два), среднесрочными (в пределах среднесрочных циклов, не затрагивают основ преобладающего уклада), долгосрочными (при смене долгосрочных кондратьевских циклов, сопровождающиеся сильными кризисными потрясениями и серьезными изменениями в структуре экономики), и сверхдолгосрочными (при смене вековых циклов); по пространству распространения выделяются точечные (в рамках отдельного предприятия), локальные (в пределах одной местности), региональные (в пределах одного региона страны), национальные (в пределах национальной экономики страны), межстрановые (охватывающие группу взаимосвязанных стран или цивилизаций) и глобальные (охватывают все пространство земного шара) [4, с. 16-18, 21].

На структурные сдвиги и структурную перестройку экономики оказывают воздействие ряд факторов. Среди них можно выделить природно-географический фактор, в составные элементы которого входят ресурсы, природно-географическая среда, климатический фактор, экология. Также следует отметить человеческий фактор (демографическая ситуация, структура экономически активного населения, человеческий капитал и его качество, интеллектуальная собственность и проч.), производственно-технический (НТП, производственно-технический потенциал, уровень развития науки и НИОКР, структура и эффективность инвестиций), информационный (различные виды информации), институциональный (наличие развитых рыночных институтов, законодательная база, которая необходима для структурной перестройки экономики, степень развития теневой экономики, существующие формы собственности), степень развития рыночного механизма (монополизация экономики, наличие конкурентных преимуществ, развитие конкуренции, мобильность факторов производства и проч.), глобализационные процессы, экономическую деятельность государства и политические факторы [2,3].

Любая экономика развивается периодически, заранее неравномерно, волнообразно. Периоды высоких темпов экономического роста на повышательных волнах цивилизационных, кондратьевских и среднесрочных экономических циклов сменяются периодами падения темпов роста на понижательных волнах, сокращением производства во время экономических кризисов, тем более в периоды, когда совмещаются во времени и резонируют кризисные фазы среднесрочных, долгосрочных и сверхдолгосрочных циклов.

Н.Д. Кондратьев объяснял периодичность «длинных волн» массовым обновлением основного капитала на основе крупных технических изобретений и открытий, глубоких изменений техники производства и обмена. То есть смена сверхдолгосрочных (цивилизационных) и долгосрочных (кондратьевских) циклов характеризуется трансформацией экономического строя системы экономических укладов, изменением их соотношения, а иногда и формированием новых укладов.

Технологические трансформации являются исходным пунктом формирования и развертывания технологических циклов различной длительности и неразрывно взаимосвязаны с экономическими циклами, образуют единую систему прогресса общества, его движения от ступени к ступени. Подобные трансформации не происходят одновременно во всех отраслях и странах. На каждом этапе выделяются лидирующие отрасли и страны - эпицентры технологической трансформации, которые первыми берут на себя риск и затраты по первоначальному освоению нового технологического цикла; но зато они вознаграждаются максимальной массой и нормой инновационной сверхприбыли (технологической квазиренды) в фазе рас-

пространения нового технологического цикла. Вслед за авангардными волну нововведений подхватывают догоняющие отрасли и страны, где инновации носят уже более имитационный характер, связаны с меньшим риском, но приносят меньше эффекта. Наконец, следует выделить группу отстающих отраслей, стран и цивилизаций, которые не имеют ресурсов для освоения нового технологического цикла и где преобладают уклады и поколения техники давно прошедших циклов.

Говоря о структурных изменениях в экономике, нельзя не упомянуть о сдвигах в воспроизводственной структуре. Под воспроизводственной структурой понимается «соотношение групп отраслей и производств (как товаров, так и услуг), выполняющих разные функции в воспроизводстве, в удовлетворении потребностей населения и производства» [4, с. 248-249]. Воспроизводственная структура экономики подвижна во времени и неодинакова в пространстве.

Согласно концепции, предложенной Ю.В. Яковцом, выделяются четыре воспроизводственных сектора различного функционального назначения:

1. *Потребительский сектор*, включающий в себя товары и услуги, служащие удовлетворению потребностей населения (с/х, легкая и пищевая промышленность, жилищно-коммунальные, бытовые услуги, услуги транспорта, связи и информации, социальные услуги).

2. *Инновационно-инвестиционный сектор*, направленный на использование инвестиций для инновационного обновления экономики (наука, машиностроение (в том числе вооружения), химия, нефтехимия, строительство).

3. *Энергосырьевой сектор*, использующий природные ресурсы для удовлетворения потребностей населения и экономики в энергии, сырье и материалах (топливная промышленность, электроэнергетика, металлургия, производство лесных и строительных материалов, природовоспроизводственные и природоохранные отрасли).

4. *Сектор инфраструктуры*, обеспечивающий обращение произведенных товаров, функционирование рыночной экономики и управления (грузовой транспорт, банки, биржи, страховые компании и проч.).

В рамках экономических циклов соотношения секторов изменяются по фазам цикла. Кризис приводит к более резкому падению инновационно-инвестиционного и инфраструктурного секторов, тогда как потребительский и энергосырьевой сектор более устойчивы, меньше склонны к резким колебаниям. В фазах оживления и подъема инновационно-инвестиционный и инфраструктурный сектора развиваются энергичными темпами, когда происходит рост деловой активности и инновационное обновление экономики [4, с. 255-257, 281-282].

В последней четверти XX и в начале XXI в. в воспроизводственной структуре произошел ряд негативных структурных сдвигов, выразивших-

ся в снижении удельного веса потребительского сектора (особенно агропродовольственного комплекса), чрезмерном разбухании сектора инфраструктуры (особенно торговли, финансов и управления) и оборонно-промышленного комплекса в инновационно-инвестиционном секторе.

Литература:

1. Роцин А.А. Научно-технологические трансформации в современной экономике: феномен перманентной цикличности [Текст] / А.А. Роцин // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2012. - № 5 (44). - С. 59-64.

2. Селищева Т.А. Трансформация структуры российской экономики. – СПб.: СПбГИЭУ, 2005. – 303 с.

3. Селищева Т.А. Проблемы формирования модели инновационного экономического роста в России// Вестник ИНЖЭКОНа., 2013. - № 3(62).

4. Яковец Ю.В. Глобальные экономические трансформации XXI века. [Текст] / Ю.В. Яковец.- М.: Экономика, 2011. – 382 с.

О. В. Винокуров

СПбГЭУ, программа «Национальная экономика»

д.э.н., профессор Селищева Т.А.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

Данная статья посвящена исследованию особенностей формирования финансового капитала в современной экономике России. Были выявлены и проанализированы следующие особенности: значительное опоздание в формировании финансового капитала; незначительная роль носителей банковского капитала в исследуемом процессе; значительное воздействие со стороны государства на данный процесс.

The article focuses on exploration the features of formation of financial capital in the modern economy of Russia. The following features were identified and analyzed: significant delay in the formation of financial capital; minor role of bank capital holders; significant impact from the state.

Ключевые слова: финансовый капитал, формирование, особенности, интеграция, экономика России.

Key words: financial capital, formation, features, integration, economy of Russia.

Важным направлением современной отечественной экономической мысли является изучение формирования финансового капитала в целом и особенностей данного процесса в экономике России в частности. Во многом это обусловлено значительным влиянием как на национальную, так, зачастую, и на мировую экономику со стороны форм реализации финансового капитала.

В соответствии с терминологией экономической науки, финансовый капитал представляет собой интегрированный банковский и промышленный капитал, изначально представленный в денежной форме. Данный вид капитала функционирует на финансовом рынке, где он вкладывается в разнообразные финансовые инструменты в целях получения дохода [1, с.49; 5]. Основными формами реализации финансового капитала выступают: финансово-промышленные группы, транснациональные корпорации и транснациональные банки.

Развитие финансового капитала включает три стадии: (1) зарождение; (2) становление; (3) качественное преобразование. На стадии зарождения происходит постепенное взаимопроникновение интересов крупных банков и носителей промышленного капитала, что и обуславливает необходимость переплетения их капиталов. Под становлением понимается процесс окончательного слияния капиталов и формирования на этой основе одного из комплексных объединений, перечисленных выше. В рамках качественного преобразования происходит изменение содержания финансового капитала, возникновение новых, более сложных его форм. Соответственно, предметом настоящего исследования являются отношения, складывающиеся на первой и второй стадиях развития финансового капитала.

Мы полагаем, что основными особенностями формирования финансового капитала в современной экономике России являются:

- процесс формирования финансового капитала в России, по сравнению со странами Запада, происходит со значительным опозданием;
- незначительная роль носителей банковского капитала в процессе формирования финансового капитала;
- значительное воздействие со стороны государства на данный процесс.

Рассмотрим каждую из перечисленных особенностей. Значительное опоздание процесса формирования финансового капитала находит свое отражение в том, что данный вид капитала формируется в РФ в условиях глобализации. Соответственно, отечественным компаниям необходимо конкурировать не только с российскими, но и с западными игроками, присутствующими на рынке.

Более того, формирование финансового капитала в России происходит, по сути, одновременно с его первоначальным накоплением, в то время как в странах Запада эти два процесса разделены значительным временным интервалом. Так, источником первоначального накопления капитала в нашей стране явились предприятия, которые в результате проведения приватизации перешли во владение частных предпринимателей. Именно к тому времени относится появление первых интегрированных структур, подконтрольных небольшой группе собственников [4, с.28].

Незначительная роль носителей банковского капитала проявляется в том, что многие отечественные банки не в состоянии предоставить крупным промышленным компаниям необходимые для их дальнейшего развития инвестиционные ресурсы. По мнению многих ученых, потребности крупных корпораций в инвестиционном кредите значительно превышают возможности российских банков, у которых просто нет таких средств. Данная тенденция находит свое отражение в увеличении корпоративного кредитования крупных российских промышленных компаний со стороны зарубежных банков и финансово-кредитных институтов, о чем свидетельствуют данные Таблицы 1.

Таблица 1.

**Динамика внешнего финансового долга некоторых госкомпаний,
млрд. долл.**

№ п/п	Компания	Доля государства в капитале компании, %	2009	2010	2011	2012
1	Газпром	50	37.6	37.0	40.6	40.4
2	Роснефть	75.16	18.8	20.7	20.6	24.7
3	Транснефть	100	13.5	9.8	8.7	13.0
4	РЖД	100	3.4	3.1	3.6	5.7
5	РусГидро	58.1	0.4	0.4	1.0	1.3
Всего			60.4	71.3	75.0	85.7

Источник: [3]

Следует отметить, что работа по преодолению сложившейся ситуации все же ведется. К примеру, в последнее время в России большее распространение получили синдицированные кредиты – крупные кредиты, предоставляемые двумя или более банками одному заемщику. Центральный Банк РФ, в свою очередь, в целях концентрации банковского капитала последовательно проводит политику увеличения минимального размера капитала для действующих и создаваемых коммерческих банков. Однако переломить тенденцию доминирования внешнего корпоративного кредитования, по мнению экспертов, на сегодняшний день не представляется возможным.

В итоге, присутствие банков в отечественных интегрированных структурах зачастую носит формальный характер и ограничивается осуществлением финансово-спекулятивных операций [2, с.169], [5, с. 10-11].

Касательно последней особенности, можно отметить, что государство сыграло весьма заметную роль в становлении многих отечественных интегрированных структур. К примеру, в период приватизации правитель-

ством в целом ряде секторов (нефтегазовый сектор, инфраструктурные монополии и т.д.) были сохранены такие структуры.

Среди исследователей нет единого мнения о данном явлении. Так, многие зарубежные авторы полагают, что это было обусловлено проявлениями активного поиска ренты в условиях слабости государства. Другие ученые, в свою очередь, считают, что благодаря этим шагам был ограничен доступ иностранных инвесторов к наиболее привлекательным российским производственным активам, и удалось фактически оставить их под контролем национального капитала. Не оспаривая, ни одну из перечисленных точек зрения, мы полагаем, что неформальные механизмы взаимодействия между собственниками частных интегрированных структур и отдельными представителями государства существуют в России и по ныне.

Литература:

1. Додонова И.В. Сущность и факторы развития современного финансового капитала // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2004. - № 8. – С. 48-52;
2. Капитал финансово-промышленных корпоративных структур: теория и практика / И.Ю. Беляева, М.А. Эскиндаров. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 399 с.;
3. Матовников М.Ю. Проблема российского внешнего корпоративного долга намного сложнее, чем кажется // Деньги и кредит. – 2013. - № 9. – С. 39-47;
4. Савельева Н.Е. Финансовый капитал и его становление в России. – Н. Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии государственной службы, 2004. – 64 с.
5. Селищева Т.А. Трансформация форм капитала и механизма их функционирования в глобальной информационной экономике// Вестник ИНЖЭКОНа, 2013. - № 5(64). – С. 4-11.

Я. П. Комиссаренко

СПбГЭУ, программа «Национальная Экономика»

к.э.н., доцент Нещерет Н.В.

РАЗРАБОТКА И ТРАНСФЕР НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РОССИИ

Статья посвящена проблемам трансфера технологий в России. Рассмотрены вопросы состояния отечественной системы поддержки ТТ, выявлены проблемы России в этой области и предложены пути их решения на основании анализа опыта мировых лидеров в этой сфере.

The article is devoted to the problems of technology transfer in Russia. Reviewed the issues of the status of the national support system TT, identified problems of Russia in this area and proposed ways of their solution on the basis of the analysis of the experience of world leaders in this sphere.

Ключевые слова: трансфер технологий, инновационная политика инновационная экономика, государственное регулирование, управление инновационной деятельностью, стимулирование развития

Key words: technology transfer, innovation policy, innovation economy, state regulation, management of innovative activities, stimulation of development

Научно-технический прогресс и усовершенствование технологического процесса становятся фактором углубления международного разделения труда. В такой среде создаются благоприятные условия для интенсивного научно-технического и технологического обмена между странами. Этот опыт позволяет, в свою очередь, повысить степень развития тех или иных промышленных отраслей или народного хозяйства в целом, решить вопросы расширения экспортного направления и сокращения импорта, а также обуславливает создание прочных технико-экономических связей.

В последнее время мировой обмен технологиями и научными разработками развивается интенсивнее, нежели торговля товарами. Это особенно характерно для развитых капиталистических стран, которые ясно видят связь между развитием инновационных технологий и ускорением темпов экономического развития.

Ведущими странами в области экспорта технологий являются США, Великобритания, ФРГ, Франция, Япония, а так же Бразилия и Аргентина. Лидерами по импорту технологий являются такие представители, как Япония, Италия, Аргентина, ФРГ, Франция, Таиланд и др.

В то время, как большинство передовых стран мира наращивают научно-технологическую базу, Россия по-прежнему остаётся страной, ориентированной на экспорт ресурсов. Чем подобный путь экономического развития чреват, давно известно. Вот только несколько негативных факторов, отражающихся на экономике страны:

- 1) нестабильные цены на нефть на мировом рынке;
- 2) устаревающий производственный фонд и старение производственных технологий – следовательно, потеря конкурентоспособности российских нефтепродуктов;
- 3) постоянные ужесточения требований к качеству – повышение себестоимости производства.

В связи со складывающимися обстоятельствами с каждым годом растёт необходимость перехода России с сырьевой экономики на инновационную. Однако затраты на НИОКР в России остаются низкими [1, 57]. После развала Советского Союза этот показатель сократился с 2,03% ВВП (1990 год) до 1,08% ВВП (2012 год) (рис.1). Важно также отметить тот факт, что в России доля государственного финансирования исследований и разработок остаётся высокой, в то время как в развитых странах преобладает инвестиции частного бизнеса.

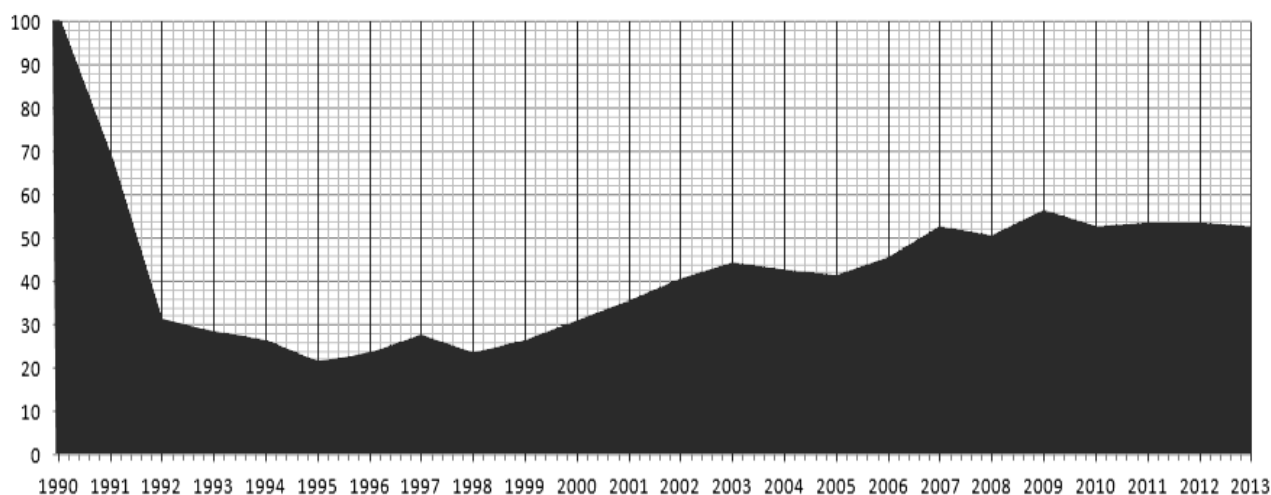


Рис.1. Внутренние затраты на НИОКР в российской экономике, в постоянных ценах, % к 1990 г

Поэтому уже теперь наша страна занимает низкие позиции в таких международных рейтингах, как Рейтинг конкурентоспособности IMD [2] (42 место на 2013 год) и Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума [3] (67 место на 2013 год).

Согласно данным Рейтинга стран мира по количеству заявленных патентов (World Intellectual Property Organization. World Intellectual Property Indicators 2013) [4], Россия занимает 6 позицию. Однако более показательным представляется Глобальный индекс инноваций [5], представляющий собой соотношение затрат и эффекта, что позволяет объективно оценить эффективность усилий по развитию инноваций в той или иной стране.

По данным исследований международной бизнес-школы INSEAD, Корнельского университета и Всемирной организации интеллектуальной собственности в этом рейтинге в 2013 Россия заняла 62 место в списке, что на 11 позиций ниже, чем в 2012 году (табл.1).

Но разве Россию может устраивать лишь роль отсталой страны, поставляющей дешёвые ресурсы?

В качестве позитивного примера для России автором рассматриваются такие страны как Япония и США. Системы поддержки соответствующего уровня трансфера технологий этих стран достаточно эффективны.

Для политики Японии в этой сфере характерны следующие элементы:

- Наличие чёткой системы планирования.
- Существование венчурных бизнес - лабораторий в 48 университетах страны.
- Реализация разветвленного механизма взаимодействия цепочки «промышленность – академическая наука — власть»
- Участие Научного Совета Японии в 48 международных научных организациях.

- Сотрудничество с разными странами путём активного участия в международных академических проектах и др.

Для политики США характерно:

- Наличие качественной и чётко проработанной законодательной базы в сфере трансфера технологий.
- Активная иммиграционная политика, которая призвана содействовать привлечению в США научных кадров
- Национальные расходы США на НИОКР превосходят подобные мировые показатели и намного опережают ближайших конкурентов – страны ЕС, Японию и Китай и др.

Таблица 1

Рейтинг стран мира по количеству патентов и глобальный индекс инноваций

	World Intellectual Property Organization. World Intellectual Property Indicators 2013.		The Global Innovation Index 2013.	
	Место	Заявки всего	Рейтинг	Индекс
США	1	490226	5	60,3
Китай	2	391177	35	44,7
Япония	3	344598	22	52,2
Южная Корея	4	170101	18	53,3
Германия	5	59245	15	55,8
Россия	6	42500	62	37,2
Канада	7	35449	11	57,6
Индия	8	34287	66	36,2
Швейцария	36	2043	1	66,6
Гонконг	14	11702	7	59,4
Сингапур	15	9773	8	59,4

Теперь обратимся к Российской системе трансфера технологий. У нас она по сравнению с лидирующими странами практически не развита. Хотя с 2000-х годов в России и начали создаваться центры трансфера технологий (ЦТТ), цель которых - стать связующим звеном между наукой и бизнесом, однако пока эта система не сформировалась.

Первый шаг по созданию ЦТТ был сделан в 2002 году, когда Минпромнауки разработало базовый документ — Концепцию развития венчурной индустрии в России. Тогда государство объявило о намерении создать благоприятные условия для того, чтобы в российскую инновационную сферу пошли деньги венчурных фондов. В Концепции было впервые прописано, что на базе ВУЗов, академических и отраслевых институтов должны создаваться специализированные структуры, которые условно были названы «центрами трансфера технологий». Именно они должны заниматься коммерциализацией результатов научных раз-

работок, в том числе, полученных за счет средств целевого государственного финансирования.

В 2003 году при поддержке Минпромнауки было запущено шесть таких Центров, один из них в Санкт-Петербурге. Хотя организационные схемы и принципы работы этих центров различны, у всех одна цель — создание новых бизнесов на основе технологических разработок, возникающих в научно-исследовательских отраслевых и академических институтах и ВУЗах.

Стоит отметить, что меры, принятые государством по созданию жизнеспособной системы поддержки трансфера технологий, являются обоснованными, однако система эта только начинает формироваться, основной же формой трансфера технологий в России на протяжении многих лет была посредническая форма.

Осуществляющих свою деятельность на территории России посредников можно подразделить следующим образом: специальные фонды и консалтинговые фирмы. Фонды занимаются поиском заказчиков, готовых вкладывать свои средства в инновационные исследования, т.е. инвесторов, а консалтинговые фирмы оказывают информационную поддержку, касающуюся норм правовой защиты ИС и вопросов маркетинга. Посредники в области трансфера технологий и торговли объектами ИС имеют две характерные черты:

1. не берут на себя никакие обязательства по затратам или управлению и разработке объектов интеллектуальной собственности;
2. сосредоточены в основном в крупных городах и не расширяют клиентскую базу дальше границ своего региона.

Для стабилизации российской системы трансфера технологий необходима детально продуманная государственная научная политика. С учетом мирового опыта и особенностей современного состояния экономики России такая политика должна включать несколько взаимодополняющих компонентов:

- Расширение и совершенствование законодательной базы в сфере трансфера технологий и защиты интеллектуальной собственности.
- Вовлечение российского бизнеса в сферу НИОКР, увеличение частных расходов на науку.
- Дальнейшее развитие и увеличение числа Центров Трансфера Технологий.
- Увеличение расходов на НИОКР на государственном уровне.
- Предоставление возможности научному сообществу самому выбирать направление исследований для актуализации разработок и повышения их востребованности на мировых рынках.

- Качественное совершенствование системы образования с целью подготовки высококвалифицированных кадров для развития и продвижения науки России.
- Создание благоприятной среды для сотрудничества и обмена опытом с зарубежными разработчиками.

Литература:

1. Финансирование исследований и разработок в России: состояние, проблемы, перспективы / Под ред. Л.Э. Миндели, С.И. Черных и др. М.: Институт проблем развития науки РАН, 2013. - с. 57.
2. Institute of Management Development: Рейтинг конкурентоспособности стран мира. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru>
3. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2013 года. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/07/01/6051>
4. Всемирный экономический форум: Рейтинг глобальной конкурентоспособности. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru>
5. Рейтинг стран мира по количеству патентов — информация об исследовании. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/rating-countries-patents/info>.

Д. А. Палатов

СПбГЭУ, программа «Национальная экономка»
к.э.н., доцент Спиридонова Н.В.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ГОСЗАКАЗА В РФ

Система государственных закупок в России имеет свои преимущества и недостатки. В данной статье перечисляются основные из них, основанные на законодательной базе Российской Федерации.

Public procurement system in Russia has its own advantages and shortcomings. This article lists the major ones, based on the legal framework of the Russian Federation.

Ключевые слова: государственные закупки, заказчик, контракт, федеральный закон.

Keywords: government procurements, customer, contract, federal law.

В условиях перехода к рыночной экономике концепция, принципы и механизмы размещения государственного заказа в России претерпели существенные изменения. Так, на уровне субъектов Российской Федерации и муниципальных образований сложилась отдельная система законодательства о закупках, т.е. законодательство РФ о закупках продукции для государственных и муниципальных нужд не имело единой системы.

За рамками реформы остались важнейшие этапы общего процесса обеспечения государственных (муниципальных) нужд: планирование и определение государственных (муниципальных потребностей); формирование заказов на закупки продукции; финансирование и стимулирование реализации государственных заказов; мониторинг выполнения контрактов.

Проблема формирования эффективной системы государственных закупок стала особенно актуальной в связи с активизацией роли государства в экономике страны (с устойчивой тенденцией роста объема расходов на государственные закупки, увеличения их доли в федеральном бюджете). По данным Министерства экономического развития и торговли РФ (МЭРТ), объем закупок для государственных нужд вырос с 230,9 млрд. руб. в 2000г. до 1092 млрд. руб. в 2005г. (почти в 5 раз). В 2006г. консолидированный государственный заказ достиг 2 трлн. руб., что составляло около 32% федерального бюджета. «В 2009г. Минобороны распорядилось бюджетными деньгами в размере 898,4 млрд. руб., из которых львиная доля пошла на госзакупки». В бюджете на 2009г. на тыловые закупки выделено 120,1 млрд. рублей (8,7% всего оборонзаказа): на ГСМ – 58,4 млрд. рублей, на продовольствие – 27,2 млрд. рублей, на одежду – 9 млрд. рублей.

Именно государственный заказ становится одним из инструментов распределения бюджетных средств для реализации приоритетных национальных проектов в области здравоохранения, образования, жилья, агропромышленного комплекса.

К преимуществам существующей системы регулирования государственных закупок можно отнести неидеальное, но довольно четко структурированное регламентирование самого процесса размещения заказа от этапа опубликования извещения о проведении того или иного способа размещения заказа до этапа заключения контракта. Таким образом, в существующей системе регулирования процесса размещения заказа довольно четко обозначены взаимоотношения государственных (муниципальных) заказчиков с участниками размещения заказа.

Стоит отметить, что с принятием ФЗ № 94, создалось единое экономическое пространство государственных и муниципальных заказов, а также появился единый регламент проведения размещения заказа для всех субъектов. Закон принимался для борьбы с коррупционной составляющей сферы государственного заказа, в результате чего процедуры размещения заказа стали жестко регламентированы, а также максимально упрощены применяющиеся правила и процедуры.

Однако проблемой ФЗ № 94, как основного регламента закупочной деятельности государства, является именно то, что законодательный упор сделан именно на процесс размещения заказа, и при этом слабо описано регулирование деятельности заказчиков в периоды до опубликования извещения и после заключения контракта.

Многие эксперты отмечают, что одним из недостатков ФЗ № 94 является отсутствие четкой регламентированной системы планирования закупок. Воробьева А.И. - старший аналитик юридической службы Центра исследования бюджетных отношений отмечает, что, несмотря на наличие такой законодательной нормы, как ч. 5.1 ст. 16 ФЗ № 94, которая гласит, что «заказчики, уполномоченные органы размещают на официальном сайте планы-графики размещения заказов в порядке и по форме, установленным нормативным правовым актом, указанным в части 7 настоящей статьи» и вступления в законную силу совместного приказа Минэкономразвития России № 761 и Федерального казначейства № 20н (от 27 декабря 2011 г.), утвердившего форму планов-графиков размещения заказов, а также их порядок размещения на официальном сайте, проблем не решило.

Причинами тому, по мнению Воробьевой А.И., являются следующие недостатки:

1. «планы-графики, разрабатываемые сегодня, не имеют привязки к целевым мероприятиям, поэтому обосновать целесообразность указанных в них закупок представляется крайне затруднительным», в связи с чем, размещение заказа проводится по завышенной начальной (максимальной) цене, а также это является причиной приобретения заказчиками товаров, подпадающих под категорию предметов роскоши;

2. «законодательно не регламентирована процедура внесения изменений в план-график»

3. «невнесение закупок в план-график фактически не несет правовых последствий, так как санкция за такое правонарушение в законодательстве отсутствует», что, по мнению автора статьи, способно приводить к злоупотреблениям со стороны заказчика в связи с тем, что широкий круг поставщиков не способен провести полномасштабную подготовку для участия в том или ином размещении заказа».

Кроме того, многие эксперты отмечают, что масштабной проблемой действующего закона о закупках является то, что основным критерием выбора победителя торгов является именно лучшие условия по цене контракта. В результате того, что выбор поставщика осуществляется по критерию «лучшие ценовые условия исполнения контракта», в том числе в результате объемного снижения начальной (максимальной) цены контракта (а снижение НМЦ, согласно законодательству, не имеет нижнего порога и снижение возможно вплоть до нулевой отметки) в случае проведения аукционов, то возможными последствиями подобного выбора могут быть поставки товара, оказание услуг и выполнение работ низкого качества. Позиция Минэкономразвития также заключается в том, что значение цены как критерия оценки конкурсных предложений в ряде случаев преувеличено.

Таким образом, серьезной причиной возможных поставок товаров, выполнения работ и оказания услуг низкого качества является отсутствие

нижнего порога снижения цены контракта, что создает определенные проблемы при реализации закона на практике и приводит к увеличению неэффективных государственных закупок.

Также выделяются проблемы отсутствия регулирования взаимоотношений заказчика и участника размещения заказа, с которым заключен контракт.

В своей статье Воробьева А.И. приводит пример ситуации, когда поставщиком в процессе исполнения контракта, поставляется товар ненадлежащего качества. Если поставщик не желает исправлять недостатки исполнения контракта, то у заказчика остается три варианта действий:

1. Обратиться в Арбитражный суд с иском о расторжении контракта;
2. Расторгнуть контракт по обоюдному согласию;
3. Совершить приемку товара с недостатками.

Автор статьи отмечает, что самым распространенным и удобным для заказчика вариантом является совершение приемки товара ненадлежащего качества ввиду продолжительных временных издержек при обращении в Арбитражный суд, а также сомнительности в том, что поставщик согласится на расторжение контракта по обоюдному согласию, что, в свою очередь, имеет отражение на социальной составляющей государственного заказа.

Согласно статье «94-ФЗ: экономия или распил бюджетных денег?» от 07.02.2012 по словам Эльвиры Набиуллиной, «94-ФЗ сделал процедуру госзаказа прозрачной, однако идеология закона не позволяет ответить на вопрос, какой результат получит заказчик. Среди недостатков 94-ФЗ министр называет фактор цены. По ее мнению, экономия часто бывает мнимой, так как зачастую начальные цены контрактов необоснованно завышаются».

В соответствии со статистическими данными, проведенных государственных закупок в 2012 году, Росстата было проведено всего 11 918 602 размещения заказа, из них 49 100 открытых конкурсов, 1 498 закрытых конкурсов, 625 165 открытых аукционов в электронной форме, 3 034 закрытых аукциона, 489 580 запросов котировок, 10 750 225 размещений заказа у единственного поставщика (из них 804 160 - без проведения торгов и запросов котировок, 9 946 065- закупки малого объема). Как видно из статистики, максимальное количество процедур государственных закупок были проведены в форме размещения заказа у единственного поставщика (10 750 225), то есть фактически без конкуренции.

На практике недостатки ФЗ № 94 приводят к тому, что имеет место осуществление закупок товаров, являющихся предметом роскоши и в то же время дешевого питания для образовательных учреждений и низкокачественных медикаментов и оборудования для учреждений здравоохранения.

Необходимо также заметить, что, исходя из практики контролирующего органа, включение сведений в реестр недобросовестных поставщи-

ков является довольно субъективным в том плане, что в ФЗ № 94 не прописаны конкретные обстоятельства, в связи с которыми тот или иной участник должен быть признан уклонившимся от заключения государственного контракта с заказчиком. Поэтому, по мнению автора, необходимо ужесточить регламент, конкретизируя по порядку случаи и условия, по которым участник признается уклонившимся.

Кроме того, в настоящее время широко распространена практика предоставления поддельного обеспечения исполнения контракта в виде банковской гарантии. В этой связи, необходимостью для настоящей системы государственного заказа, а взгляд автора, является введении реестра банковских гарантий, а также установления требования к заказчикам проверять обеспечение исполнения контракта, представленное участником размещения заказа, в обязательном порядке.

Таким образом, можно выделить следующие основные недостатки ФЗ № 94:

- отсутствует система планирования закупок;
- низкоквалифицированное выставление требований к продукции, в том числе к ее качеству;
- отсутствует регламентация требований к финансовому обеспечению контрактов;
- недостаточная регламентация ответственности за нарушения законодательства о размещении заказов;
- недостаточный контроль за стадиями исполнения контрактов и за конечным результатом, принимаемый товар во многих случаях не соответствует заданному качеству.

На устранение подобных недостатков направлен Федеральный закон № 44 (ФЗ-44) "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд".

Литература:

1. «94-ФЗ: экономия или распил бюджетных денег?» от 07.02.2012 [электронный источник]: <http://skatr.ru/94-fz-ekonomiya-ili-raspil-byudzhethnykh-deneg>.
2. Воробьева А.И. «Внедрение федеральной контрактной системы: ожидаемые изменения в сфере госзакупок» [электронный источник]: <http://goszakazchik.ru/Novosti.html?id=35>.
3. Федеральный закон Российской Федерации от 5 апреля 2013 г. N 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд".
4. Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2005 г. N 94-ФЗ "О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд".
5. Федеральный закон Российской Федерации от 8 мая 2010 г. N 83-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений".

Л. В. Свешникова

СПбГЭУ, программа «Национальная Экономика»

д.э.н., профессор Селищева Т. А.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Статья посвящена проблемам инновационного развития экономики России. В данной статье рассмотрена региональная инновационная система как важнейшая составляющая инновационной политики в целом, ее проблемы и пути решения.

Article is devoted to innovative development of Russia's economy. This article describes the regional innovation system as a critical component of innovation policy in general, its problems and solutions.

Ключевые слова: инновации, региональная экономика, инновационный процесс, государственное регулирование, управление инновационной деятельностью, региональная инновационная система

Key words: innovation, regional economy, the process of innovation, government regulation, managing innovation, regional innovation system

Осуществляемые в нашей стране экономические преобразования затрагивают все сферы жизнедеятельности. Традиционно важная роль в осуществлении этих преобразований и обеспечении экономического роста отводится научно-техническому прогрессу, поскольку наука не только ускоряет развитие общественного производства, но и, став структурообразующим фактором, является причиной возникновения прогресса и новых отраслей промышленности, что ведет к качественным изменениям характера общественного производства и всей жизнедеятельности людей.

Кардинальные стратегические изменения невозможны без формирования соответствующей рыночным условиям модели государственного регулирования, ориентированной на инновационный тип развития.

В настоящее время у большинства регионов и муниципальных образований России наблюдается тенденция к снижению темпов социально-экономического развития, что связано с устареванием технологий и оборудования в промышленности и жилищно-коммунальном хозяйстве, отсутствием необходимых финансовых средств для технического и технологического перевооружения производства. Вследствие этого территории теряют свои конкурентные преимущества, падает объем инвестиций, органы местного самоуправления не могут обеспечить высокий уровень качества жизни населения. Формирующаяся государственная и муниципальная политика остается фрагментарной, в ней отсутствует системность, обеспечивающая изменение самой структуры экономики, придание ей инновационных качеств [4, с 319; 6, с. 260-269].

Очевидно, что построить «структурно правильную» инновационную систему по образцу какой-либо из зарубежных стран не представляется возможным. Импорт данного института, под которым понимается сознательное копирование (не обязательно точное и даже не обязательно осознанное), воспроизведение известной нормы, а также учреждения для осуществления норм невозможен [1, с 2]. Дискуссия о том, как России преодолеть «ресурсное проклятие» и перейти на инновационный путь развития, ведутся уже более 10 лет. По нашему мнению, поскольку инновационные модели экономик других стран создавались в иных условиях, в основном на фоне отсутствия возможностей развития, связанных с наличием природных ресурсов, развитие инноваций в России должно осуществляться естественным путем и, прежде всего, в тех высокотехнологичных направлениях, где наша страна традиционно занимает лидирующие мировые позиции.

По словам директора НИЦ «Курчатовский институт» Михаила Ковальчука, в России потребность в инновациях существует там, где на них есть активный, платежеспособный спрос. Разведка, добыча, обогащение, переработка и транспортировка ресурсов – все это высокие технологии в области природопользования [2].

Однако, следует заметить, что формирование конкурентноспособной экономики должно опираться не только на имеющиеся в стране глобальные преимущества и ресурсы развития, но и на совокупность возможностей, средств и условий развития территориальных систем, составляющую экономический потенциал конкретной территории. Именно на региональном и местном уровнях управления зачастую сосредоточены механизмы реализации мер, применяемых федеральным правительством [4, с 319].

На сегодняшний момент можно выделить ряд причин, по которым сдерживается развитие региональной инновационной системы, среди них неравномерное распределение ресурсов, необходимых для формирования инновационного потенциала региона; неравномерное распределение институтов инновационной и научной деятельности; отсутствие четкой связи между научной и инновационной деятельностью во многих регионах; огромное цифровое неравенство в развитии российских регионов.[5]

Тем не менее, нельзя сказать, что вышеперечисленные причины являются неразрешимыми барьерами на пути преодоления отставания России от мировых инновационных лидеров. На сегодняшний момент, государством оказывается мощная поддержка территориальных кластеров в соответствии со следующими принципами:

– сосредоточение государственной поддержки на наиболее перспективных с точки зрения завоевания лидирующих конкурентных позиций и вклада в развитие экономики регионов территориальных кластерах;

- комплексность государственной поддержки по направлениям развития территориальных кластеров и формам поддержки;
- концентрация государственной поддержки на реализации наиболее значимых для развития территориального кластера проектах;
- координация поддержки и стимулирования развития территориальных кластеров на федеральном, региональном и муниципальном уровне;
- реализация механизмов государственно- частного партнерства в рамках реализации проектов развития территориальных кластеров [3].

На уровне Минэкономразвития России принимаются меры по активизации взаимодействия инновационных территориальных кластеров с институтами развития и крупнейшими компаниями с государственным участием. Разработаны и утверждены соответствующие методические рекомендации, проводятся совещания с целью снятия возникающих барьеров и налаживании конструктивного диалога. При Межведомственной комиссии по реализации Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года создана Рабочая группа по деятельности институтов развития на конкретных территориях, в том числе в инновационных территориальных кластерах.

Проводится работа по активизации участия кластеров в различных государственных программах, федеральных целевых программах, федеральной адресной инвестиционной программе. В рамках программы развития малого и среднего предпринимательства Минэкономразвития России проекты инновационных территориальных кластеров по ряду мероприятий рассматриваются в качестве приоритетных [3].

Таким образом, важный и сложный путь инновационного развития страны состоит из конкретных решаемых задач. Упор на внутрироссийской региональной активности, региональных проектах как никогда актуален.

Литература:

1. Садков В.Г., Машегов П.Н. Национальная инновационная система и ее региональные компоненты / В.Г. Садков, П.Н. Машегов // Региональная экономика: теория и практика – 2008. - № 23(80). – 84 с.
2. <http://ria.ru/nano/20140117/989859346.html#ixzz2zbnWg4gy>
3. <http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/556>
4. Инновационная экономика: опыт развитых стран и уроки для России : материалы науч.-практ. конф. 26 марта 2010 г.: Ч.2 / ред. кол. : Л. Г. Симкина (отв. ред.) [и др.] – СПб.: СПбГИЭУ, 2010. – 442 с.
5. Селищева Т.А. Пространственные диспропорции информатизации экономики России // Наука и практика. Научно-аналитический журнал РЭУ им. Г.В. Плеханова. – 2014. - № 1(13).
6. Селищева Т.А. Региональная экономика. Учебник. – СПб., 2012. – 470 с.

Н. В. Токарев

СПбГЭУ, программа «Национальная экономика»

к.э.н, доцент Гончарова Е. Н.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КАТОЛИЧЕСКОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ В КОНЦЕ XIX - НАЧАЛЕ XX В.

Опыт деятельности католических благотворительных организаций в России в предреволюционный период на сегодняшний день остается практически неосвещенным в научной литературе. В данной статье приводится краткое описание истории католической благотворительности на центральной территории царской России с постановкой проблем, актуальность которых проявилась в последние годы.

The experience of Catholic Charities in Russia in the pre-revolutionary period to date remains virtually unstudied in the scientific literature. This article provides a brief description of the history of Catholic Charities in the central area of Imperial Russia with the production problems, the importance of which emerged in recent years.

Ключевые слова: католическая благотворительность, НКО, социальная сфера.

Key words: Catholic charity, NGOs, social sphere.

Конец девятнадцатого века для России ознаменовался окончательным закреплением философии прогресса, как общепризнанной составляющей нового капиталистического общества. Экстремальным выражением этой философии стал марксизм, сторонники которого обрушивали на благотворительные организации всю тяжесть критики, подкрепленной тезисами о том, что помощь нуждающимся является де-факто деятельностью по сохранению несправедливого устройства общества и препятствием для решительных преобразований прогресса [1, с. 23-24].

Стоит отметить, что и законодательство того времени предусматривало ничтожно малую роль как общественных, так и частных учреждений, занятых филантропической деятельностью. Сейчас мы могли бы причислить подобные организации к числу НКО. В качестве яркого примера можно привести обязательное условие личного разрешения императора (после 1862 года – министра внутренних дел) на создание благотворительного общества. Благотворительная деятельность была полностью монополизирована государством, которое при этом не стремилось преуспеть в данном направлении [2, с.42-44].

В этой непростой обстановке, объединения католиков, т.е. в основном представителей покоренных наций, трактовали идею благотворительности отлично от положений государственной социальной политики. Позиция служения неблагополучной части общества и поддержки религиозной и национальной идентичности внутри централизованной империи накладывалась на невозможность (под угрозой обвинения в прозелитизме) оказания помощи представителям доминирующей конфессии, т.е. православным.

Подобно всем общественным объединениям Российской Империи, благотворительные организации созданные католиками проходили регистрацию и ежегодно предоставляли подробный отчет о своей деятельности. Именно эти сохранившиеся в архивах брошюры позволяют современным исследователям оценить масштаб гуманитарной деятельности, долгое время находившийся под угрозой исторического забвения. В качестве примера можно привести документ «Ustawa Towarzystwa Dobroczynosci pri kosciole sw. Katarzyny w Petersburgu» 1884 года описывающий филантропические мероприятия одного из старейших католически храмов России, прихода Св. Екатерины Александрийской. Данные этого и других подобных источников будут приведены ниже по тексту статьи [4, с.11-12].

Существовало два пути благотворительной(карикативной) деятельности. Первый - через создание гуманитарного учреждения, как например организованный усилиями баронессы Мейендорф «Дом-приют для бедных римско-католического исповедания в Санкт-Петербурге». Альтернативой было создание благотворительной организации или общества, которые в свою очередь инициировали открытие конкретных заведений. Второй путь представлялся предпочтительным, в силу того, что высокопоставленные члены правления (зачастую представители дворянства) имели более широкие возможности для преодоления бюрократических препятствий.

Как уже упоминалось выше, государство не проявляло действий по вовлечению общества в филантропическую деятельность. Кроме сложной процедуры оформления, власти предъявляли высокие требования к размеру учредительного капитала приютов и иных заведений [3, с.35-39].

Нельзя обойти вниманием роль Католической Церкви в деятельности ведущих европейских государств того времени, направленной на решение остросоциальных проблем. В первую очередь речь идет о Франции, Италии и Германии. В этих странах имело место возникновение такой неожиданной формы организации, как католический профсоюз рабочих. В католических университетах создавались специальные площадки для общественного обсуждения главных вопросов, а группы священников поддерживали требования сельского населения. Позже все эти мероприятия станут фундаментом создания «Христианской Демократической Партии». Основным документом этой эпохи можно назвать, вызвавшую небывалый резонанс, энциклику папы Льва XIII «*Rei agrarum*», в которой он решительно выступил за права рабочих, при этом осудив саму концепцию социализма [5, с.25-29].

Стоит ли говорить, что сама возможность беспрепятственного проведения таких инициатив в Российской Империи могла бы стать надежной защитой существования государства перед надвигающейся катастрофой октябрьской революции 1917 года. Однако об активном участии католиков-филантропов в общественной и тем более в политической жизни социума в официальной риторике не могло идти и речи.

Постараемся далее выделить основные вехи развития католической благотворительности в уже обозначенных тяжелых условиях. Первый этап можно охарактеризовать тенденцией появления национальных гуманитарных организаций. В их числе и Итальянское благотворительное общество в Одессе и Москве (занималось просветительской деятельностью), и «малое» Швейцарское в Тифлисе и Киеве (ежегодные расходы не превышали 1000 рублей), и, разбросанные по всей территории империи, немецкие межконфессиональные общества взаимопомощи (последняя перерегистрация устава – 1903 год).

Ситуация в корне изменилась с началом процесса координации благотворительных и гуманитарных инициатив католического сообщества при церкви св. Екатерины в Санкт-Петербурге [4, с.11-12]. Приход костёла был многонационален, что позволило изменить сложившуюся традицию. Устав нового объединенного общества стал образцом для создающихся новых учреждений по всей России. Филантропическая деятельность общества распространялась по всей столице, а перелом наступил лишь с началом I мировой войны в 1914 году.

Ограниченные рамки статьи не дают возможности дать подробную характеристику католической благотворительности во многих российских городах того времени. Кроме уже упомянутых организаций нельзя обойти вниманием благотворительные общества Харькова (228 членов), Пскова (194), Перми (144), Уфы (113) и многие другие [3, с.58-59].

Информация, представленная в данной статье не претендует на всеобъемлющий анализ по заданному направлению, но акцентирует внимание на вопросах взаимодействия государства и благотворительных некоммерческих организаций, значение которых в социальной политике трудно переоценить. В настоящее время в нашей стране наблюдаются тревожные тенденции подавления деятельности отдельных НКО, и данное исследование вносит свой вклад в обоснование значимости благотворительной частной инициативы, на примере конкретной социальной группы католиков Российской империи.

Литература:

1. BENEDICTUS PP. XVI Энциклика DEUS CARITAS EST Верховного Понтифика Бенедикта XVI. – Citta del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 2006. – 23 с.
2. Соколов А.Р. Благотворительность в России как механизм взаимодействия общества и государства (начало XVIII – конец XIX в.) [Текст] / А.Р. Соколов.- Спб., 2006. – 42 с.
3. Чаплицкий Б. Католическая благотворительность в России в 1860-1918 гг. [Текст] / Б. Чаплицкий.- Гатчина.: СИДБ, 2019. – XXX с.
4. Ustawa Towarzystwa Dobroczynnosci pri kosciele sw. Katarzyny w Petersburgu // Nasz Kraj. 2003. № 1(9). S. 11-12.
5. Энциклика RERUM NOVARUM Верховного Понтифика Льва XIII: официальный сайт государства-города Ватикан. [Электронный ресурс]. 2014. URL: http://www.vatican.va/holy_father/leo_xiii/encyclicals/documents/hf_l-xiii_enc_15051891_rerum-novarum_en.html (дата обращения: 15.04.2014).

СЕКЦИЯ 12. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИКЛАДНОЙ ИНФОРМАТИКИ В ЭКОНОМИКЕ

Е. М. Конакова

СПбГЭУ, программа «Прикладная информатика
в экономике»

к.э.н., профессор Ильина О.П.

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ АРХИТЕКТУРЫ

В работе рассмотрена история вопроса проектирования корпоративной архитектуры предприятия, проведён обзор основных стандартов и методологий в этой отрасли, приведены основные этапы EAP.

The paper describes the history of corporate architecture development, standards and methodologies in this area and main stages in Enterprise Architecture Planning (EAP).

Ключевые слова: корпоративная архитектура, TOGAF, методология.

Key words: enterprise architecture, TOGAF, methodology.

Сегодня многие предприятия все больше сталкиваются с необходимостью повышения эффективности бизнеса, обеспечения его управляемости. Эту проблему стараются решить за счет информационных ресурсов, повышения качества управляющей информации, создания ИТ-систем. Информатизация системы управления требует значительных инвестиций, но при этом рост экономического эффекта деятельности предприятия не гарантирован и даже «отдача» от вложений в сферу ИТ имеет тенденцию к снижению.

Одной из причин этого следует назвать отсутствие *архитектуры предприятия* - целостного подхода к рассмотрению бизнес-системы и ИТ-системы предприятия как единого механизма, обладающего определенной структурой, взаимозависимостью бизнеса и ИТ. Назначение архитектуры предприятия - определить функции компонентов, установить между ними интерфейсы и зависимости (бизнес-требования реализуются средствами ИТ, а ИТ изменяют бизнес-систему) таким образом, чтобы обеспечить экономический эффект бизнеса за счет ИТ в условиях непрерывных изменений и рисков. По прогнозам ведущих консалтинговых компаний, через несколько лет архитектура превратится в одно из главных средств управления изменениями на предприятии, под архитектурой предприятия (Enterprise Architecture, EA) понимается всестороннее и исчерпывающее описание всех ключевых элементов предприятия и межэлементных отношений. Согласно ISO 15704 («Industrial Automation Systems — Requirements for Enterprise-Reference Architectures and Methodologies») архитектура

предприятия - Enterprise Architecture (EA) должна включать роль людей, описание процессов (функции и поведение) и технологий на протяжении всего жизненного цикла предприятия.

История проблемы и подходов к ее решению

Понятие «архитектура предприятия» впервые появилось в 1987 г. и было предложено Дж.А. Захманом. В своей статье «Структура архитектуры информационных систем» он изложил свое видение архитектур предприятий и связанных с ними проблем, которое задавало направление развития на последующие 20 лет. В качестве проблемы было обозначено управление сложностью распределенных систем. Захман внес основной вклад в разработку архитектуры предприятия Министерством обороны США. Эта попытка была предпринята в 1994 г., а сама концепция получила название «Базовая архитектура технического обеспечения для управления информацией» (TAFIM). В значительной степени благодаря впечатлению, произведенному концепцией TAFIM, Конгресс в 1996 г. принял закон, известный как акт Клингера — Коэна от 1996 г.

В 1998 г. все наработки по TAFIM были преобразованы в открытую группу, а затем — в новый стандарт, известный в настоящее время под названием TOGAF (The Open Group Architectural Framework).

Построение архитектуры предприятия

EA отражает корпоративную миссию и стратегию, стратегические цели и задачи деятельности предприятия; организацию бизнеса и ИТ-системы и состоит из [TOGAF]:

- бизнес-архитектуры;
- архитектуры приложений;
- архитектуры данных,
- архитектуры ИТ-инфраструктуры.

Бизнес-архитектура определяет бизнес-процессы, бизнес-функции, поддерживающую их организационно-штатную структуру, ценности бизнеса для внешних пользователей-потребителей продукции, работ и услуг, а также необходимые для выполнения управленческих процедур требования к ИТ.

Системная архитектура охватывает три следующих типа архитектур, определяет совокупность методологических, технологических и технических решений для обеспечения информационной поддержки бизнес-архитектуры. Архитектура приложений определяет состав прикладных (программных) систем, поддерживающих исполнение бизнес-процессов, а также различного вида интерфейсы для взаимодействия с прикладными системами. Архитектура данных – это модельное описание информации, представляющей бизнес-системы и используемую приложениями. В первую очередь, это информация немашинной сферы (системы документа-

ции, системы классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации), а также структуры данных базы данных и хранилищ данных; политики в области доступа и использования информации в приложениях. Архитектура ИТ-инфраструктуры описывает состав и структуру информационно-вычислительной системы, включая компьютерные сети и аппаратно-программные платформы для архитектуры приложений и данных.

Для ЕА принята форма модельного представления. Каждая модель архитектуры обладает определенной семантикой и строится согласно принятым правилам (синтаксис языка моделирования, правила построения конструкций модели).

Для обеспечения высокой ценности и гибкости бизнеса необходим целостный подход к архитектуре предприятия, в рамках которого каждая существенная проблема рассматривается со всех точек зрения.

Эффективная архитектура предприятия должна обеспечивать целостный и всеобъемлющий взгляд на следующие аспекты:

- бизнес, включая движущие силы (ключевые факторы успеха), видение и стратегию;
- организационные структуры и бизнес-сервисы, которые требуются для реализации стратегий;
- информационные технологии (приложения, данные, ИТ-инфраструктура), которые требуются для эффективной реализации бизнес-сервисов.

Разработка архитектуры предприятия является сложным процессом, поскольку эта концепция включает в себя обеспечение взаимосвязи бизнес-системы и ИТ-системы в контексте всей организации.

Можно отметить следующие проблемы внедрения архитектурного подхода на предприятии:

- Отсутствие наработанного опыта внедрения архитектурного подхода. Практически 99% предприятий не используют архитектурный подход при проектировании ИТ-систем.
- Незрелость методологий для реализации архитектурного подхода (фреймворков), дефицит инструментальных средств для разработки различных видов моделей архитектуры предприятия.
- Неоднозначность оценок эффективности проекта реализации архитектурного подхода к построению ИТ-системы предприятия.
- ИТ-проект по разработке моделей архитектуры предприятия требует применения специальных процедур проектного менеджмента для оценки длительности проекта, требуемых трудовых и материальных ресурсов, планирования бюджета, учета и анализа рисков.
- Проблемы интеграции моделей архитектуры различных информационных систем.

Основные методологии построения архитектуры предприятия

К основным методологиям относятся:

- Таксономия Захмана для архитектуры предприятий
- Стандарт TOGAF (The Open Group Architectural Framework)
- Архитектура федеральной организации (FEAF)
- Методология консалтинговой компании Gartner.
- Методология планирования архитектуры предприятия (EAP) и др.

Эти методологии существенно отличаются друг от друга, как по целям, так и по подходам. Как правило, большинству организаций будет затруднительно выбрать одну методологию построения архитектуры предприятия. Для многих организаций оптимальный выбор заключается в использовании всех методологий, смешанных в пропорциях, которые наилучшим образом отвечают условиям организации.

Методология построения ЕА в соответствии с концепцией ЕАР (Enterprise Architecture Planning) предполагает:

1. Созданию архитектуры предприятия предшествует разработка бизнес-стратегии, включающей миссию, бизнес-цели и способы их достижения.

2. Основные этапы (табл. 1).

Название этапа	Результат
Инициация планирования	Цели, задачи, методология, инструментарий, команда, презентации, рабочий план
Предварительное бизнес-моделирование	Организационная структура, функциональная бизнес-модель
Формирование снимка предприятия	Полная функциональная бизнес-модель
Описание текущих систем и технологий	Каталог информационных ресурсов, системные схемы
Формирование архитектуры данных	Определение сущностей, ER-модель, матрица «сущности-функции», отчет по архитектуре данных
Формирование архитектуры приложений	Определение приложений, матрицы «приложения – данные», матрицы «приложения-бизнес-функции», анализ покрытия, отчет по архитектуре приложений
Формирование архитектуры ИТ-инфраструктуры	Распределение данных/приложений по узлам вычислительной системы, отчет по технологической архитектуре
Разработка плана реализации	План перехода, факторы успеха и рекомендации
Заключительное планирование	Окончательный отчет, презентация
Переход к реализации	Совершенствование политик, стандартов, процедур, детализация проектных планов

Общий вывод об актуальности и принципиальной возможности решения этой проблемы

Некоторые преимущества, которые можно получить при успешном внедрении архитектуры предприятия:

- Более эффективное использование информационных технологий, повышающее приспособляемость бизнеса;
- Более тесное сотрудничество бизнес- и ИТ-подразделений;
- Большая ориентированность на цели организации;
- Высокий моральный дух, поскольку больше сотрудников теперь видят прямую связь между их трудом и успехом организации;
- Сокращение количества отказов ИТ-систем;
- Упрощение существующих ИТ-систем;
- Более высокая адаптация новых ИТ-систем;
- Более тесная связь между ИТ-показателями и бизнес-требованиями.

Очевидно, что организация, эффективно работающая в этих ключевых областях, достигнет большего успеха, чем неэффективная организация. Это верно независимо от того, как оценивается успех: по материальным показателям, например, по доходности или рентабельности, или нематериальным, например, по степени удовлетворенности клиентов или текучести кадров.

Литература:

1. Архитектурные модели экономических систем: Монография / К.С. Дрогобыцкая, И.Н. Драгобыцкий. - М.: Вузовский учебник: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 301 с.
2. Институт по разработке архитектуры предприятия (IFEAD) URL: <http://www.enterprise-architecture.info/>.
3. Ведущий независимый консультант по архитектуре предприятия URL: <http://www.enterprise-architecture.com/>.

Т. А. Морозова
СПбГЭУ, программа «Прикладная информатика
в экономике и управлении»
к.э.н., профессор Ильина О.П.

РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследованы проблемы эффективности интеграции бизнес-процессов в СЭД при разработке корпоративной архитектуры предприятия.

Research of effective integration of business processes with EDMS (Electronic Document Management Systems) while developing EA (Enterprise Architecture)

Ключевые слова: бизнес-процессы, СЭД, интеграция бизнес-процессов

Keywords: business processes, Electronic Document Management Systems, integration of business processes

Основой для работ по разработке корпоративной архитектуры предприятия является разработка бизнес-архитектуры предприятия, в рамках которой происходит описание и оптимизация всех бизнес-процессов.

Работа с бизнес-процессами на любом предприятии разбивается на две стадии: моделирование бизнес-процессов, проводимое бизнес-аналитиком и учитывающее бизнес-параметры процесса; и разработку, во время которой детализируется построенная модель и создается конкретная реализация отдельных компонент. На второй стадии в работу включается специалист-разработчик. Эти две стадии обеспечивают плавный переход от бизнес-задачи к продукту информационных технологий.

Рассмотрим вопросы интеграции бизнес-процессов, связанных с документооборотом в компании.

В рамках каждого бизнес-процесса производится работа с внутренними документами: отчеты это или файлы, договора или протоколы. Часто процессы работы с документами пересекают границы типовых решений КИС (корпоративных информационных систем) и других приложений. Для электронного управления документами на предприятиях прибегают к внедрению дополнительно ИС - СЭД. Поэтому для эффективной работы бизнес-процессов очень важна высокая степень интеграции между всеми внедренными на предприятии КИС и приложениями.

Система Электронного Документооборота (СЭД) – автоматизированная многопользовательская система, сопровождающая процесс управления работой иерархической организации с целью обеспечения выполнения этой организацией своих функций. При этом процесс управления опирается на регламенты, содержащие инструкции для сотрудников организации, необходимые к исполнению.

Для любого предприятия важно снижение затрат времени на принятие решений, обработку и поиск документов с последующей передачей нужным сотрудникам. Сотрудники же привыкли распечатывать, подписывать, ходить из кабинета в кабинет, передавать документы из рук в руки, отлавливая и выжидая руководство и собирая их подписи, часто прикрываясь продолжительностью этой цепочки процессов во времени, поэтому для них внедрение электронного документооборота не становится желанным событием. Автоматизация делопроизводства в компаниях чаще всего бывает неэффективной без изменения уже сложившихся за десятилетия механизмов работы с информацией и документами[1]. По мнению экспертов, системы электронного документооборота имеют некую особенность: система либо должна быть внедрена повсеместно, на всех рабочих местах,

связанных с созданием, редактированием и хранением информации, либо эффективность от ее использования будет минимальной [2]. Проблема консерватизма персонала, обычно обусловленная нежеланием обучаться и переобучаться, а также, возможно, низкой квалификацией, завести в тупик весь процесс внедрения.

Основное назначение механизма интеграции бизнес-процессов по работе с документами в КИС – автоматизировать и оптимизировать такие процессы обработки данных (согласно смоделированным ранее бизнес-процессам), которые ко всему прочему будут пересекать границы различных информационных баз. Второе назначение механизма – сделать пересечение этих границ незаметным для пользователей.

Интеграция таких бизнес-процессов в КИС позволяет быстро и эффективно (с отслеживанием исполнительской дисциплины) решать многие, в первую очередь управленческие задачи. Например, в типовых СЭД уже есть заранее предложенные пользователю следующие бизнес-процессы и задачи: исполнение, ознакомление, поручение, рассмотрение, регистрация, согласование, утверждение, приглашение, комплексный процесс и др. По каждому процессу можно задать и отследить сценарий и время исполнения, с возможностью вложения любого необходимого количества рабочих файлов.

Примеры бизнес-процессов, пересекающих границы конфигураций:

- бизнес-процесс обработки заказа покупателя начинается в основной учетной КИС, продолжается в СЭД и заканчивается в основной учетной КИС
- бизнес-процесс согласования заведения новой номенклатуры в товарную матрицу начинается в СЭД, заканчивается созданием карточки номенклатуры в основную учетную КИС

Эффект от внедрения СЭД делят на прямой и косвенный. Прямой эффект связан с экономией средств на материалы, рабочее время сотрудников, повышением производительностью труда. Косвенный эффект связан с ускорением документооборота, прозрачностью управления, контролем и повышением исполнительской дисциплины, возможность накопления и передачи знаний и др. С одной стороны, система не является крайней необходимостью, а с другой, - требует определенных внутрикорпоративных изменений и расходов на внедрение и сопровождение. При планировании работ по интеграции бизнес-процессов по работе с документами следует всегда помнить, что в зависимости от размеров организации и степени доработок программного обеспечения под нужды организации (в зависимости от того, насколько требования организации отличаются от возможностей, уже заложенных в систему) эффект от внедрения может быть различным [3].

Литература:

1. Качановский Д.Е. Экономическая оценка внедрения системы электронного документооборота на промышленном предприятии (на примере ОАО «Подольский химико-металлургический завод») // Финансовый менеджмент. – 2008. – №3. – С. 28–33.
2. Пахчанян А. Внедрение систем электронного документооборота: проблемы и решения [Электронный ресурс]. – URL: http://www.iteam.ru/publications/it/section_64/article_2687.
3. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес-процессы: регламентация и управление: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 319с.

Д. А. Панкова

СПбГЭУ, программа «Прикладная информатика
в экономике и управлении»
к.э.н., профессор Ильина О.П.

МЕТОДИКА СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЫ ВИРТУАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

В статье рассмотрены стандарты и методологии для создания референтной модели информационно-технологической архитектуры виртуального университета. Для этого используется методология TOGAF, ГОСТ Р ИСО 15704-2008, модель APQC и ППП Archimate.

The article describes standards on building a model of information technology architecture of virtual university development. It based on TOGAF methodology, GOST R ISO 15704-2008, APQC model and Archimate software.

Ключевые слова: виртуальный университет, информационно-технологическая архитектура, референтная модель процессов.

Key words: virtual university, information technology infrastructure, reference model.

Архитектура предприятия — это обобщенное, многоуровневое и разноплановое представление предприятия, как хозяйствующего субъекта, с учетом бизнес-стратегии, включающей краткосрочные и долгосрочные цели основной деятельности, стратегии развития, внешних и внутренних ресурсов, необходимых для реализации бизнес-стратегии и достижения поставленных целей, а также нормативов и сложившихся правил ведения основной деятельности.

Виртуальный университет, как форма виртуальной организации, ставящей своей миссией удовлетворение потребности по повышению компетентности персонала, накладывает определённые требования к ИТ архитектуре [4].

Формальное описание архитектуры предприятия впервые было сформулировано в стандарте ГОСТ Р ИСО 15704-2008 «Требования к стандартным архитектурам и методологиям предприятия», где указано, что архитектура предприятия должна включать роль людей, описание процессов (функции и поведение), и представление всех вспомогательных технологий на протяжении всего жизненного цикла предприятия. Идея состояла в том, чтобы разработать максимально общую, так называемую эталонную (reference) модель архитектуры предприятия, которая охватывала бы дополнительно процесс развития предприятия во времени как проект, а также учитывала бы роль человеческого фактора. Референтная модель - модель эффективного делового процесса, созданная для предприятия конкретной отрасли, внедренная на практике и предназначенная для использования при разработке/реорганизации деловых процессов на других предприятиях. Референтные модели не рассматриваются как эталон для непосредственного применения, требуют адаптации к конкретному предприятию [1].

Методология описания архитектуры TOGAF (сокращение от The Open Group Architecture Framework) разработана некоммерческим объединением The Open Group, в которое входит ряд ведущих производителей информационных технологий, а также компаний из списка Fortune 1000. TOGAF позиционируется ее авторами не как некоторая эталонная модель, а как "средство для разработки архитектур информационных систем" [2]. Основное назначение – ускорить и облегчить процесс разработки архитектуры конкретной организации, обеспечивая при этом возможность будущего развития. В декабре 2011 года была опубликована версия 9.1 этой модели. Процессным подходом может называться применение для управления деятельностью и ресурсами предприятия системы взаимосвязанных процессов [3]. Ответственность за управление деятельностью, а также изменение планов, должна быть четко определена для каждого вида деятельности и каждого процесса.

В модели TOGAF архитектура предприятия подразделяется на четыре категории, что соответствует классическому представлению об архитектуре предприятия:

- Бизнес-архитектура, которая описывает принципы работы бизнеса: бизнес-стратегии и планы по переходу организации из текущего состояния в будущее. Как правило, бизнес-архитектура включает в себя следующие элементы: стратегические цели и задачи организации; перечень заинтересованных лиц; модели бизнес-процессов и бизнес-функций; модель организационной структуры и состава ролей.
- Архитектура приложений, включающая элементы, ориентированные на определенную аппаратно-программную платформу: автоматизированные службы, сервисы и программы, поддерживающие

бизнес-процессы; интерфейсы прикладных систем. Архитектура приложений описывает структуру приложения и механизм реализации в ней функциональных требований организации. К программной системе предъявляются эксплуатационные требования (надежность, управляемость, производительность, безопасность и возможности взаимодействия и т.п.).

- Архитектура данных, описывающая данные, необходимые для функционирования бизнес-процессов и реализации функций управления. Архитектура включает модели данных (инфологические, даталогические), политики в области управления данными; шаблоны (макеты) форм документов, систем классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации предметной области, схемы информационных потоков.

- Технологическая архитектура - логическое, не ориентированное на конкретную реализацию описание инфраструктуры и системных компонентов, требующихся для поддержки архитектуры приложений и архитектуры данных с учетом технологических стандартов и служб, необходимых для поддержки деятельности организации (ИТ-активы, среда обработки данных – вычислительная система, компьютерные сети и системное программное обеспечение). Технологическая архитектура реализует эксплуатационные (нефункциональные) требования архитектуры приложений и архитектуры данных.

Рассмотренные архитектуры тесно связаны. Так, эффективная технологическая архитектура разрабатывается для поддержки конкретных приложений, а эффективная архитектура приложений строится на базе технологической архитектуры, которая и обеспечивает необходимую производительность приложений в соответствии с эксплуатационными требованиями. Архитектура предприятия объединяет корпоративную информационно-технологическую архитектуру масштаба предприятия с бизнес-архитектурой и позволяет обеспечить достижение стратегических целей предприятия. Включение бизнес-архитектуры в контекст рассмотрения Архитектуры Предприятия поддерживает способность организации к изменениям, динамичность и синхронизацию информационно-технологической стратегии и бизнес-стратегии.

Более того, современная действительность диктует следующую модель развития предприятий: любые изменения должны проверяться на соответствие общей бизнес-стратегии компании, которая в свою очередь должна постоянно проходить сверку и выравнивание со стратегией ИТ. Причем ведущая роль отдается именно бизнес-стратегии, тогда как стратегия ИТ должна лишь дополнять и уточнять требования, предъявляемые бизнесом, в разрезе информационных технологий.

В подходах к моделированию корпоративных архитектур выделяют два различных направления. Одно подразумевает использование базовых

средств моделирования и стандартных графических пакетов, текстового редактора и электронной таблицы. Однако модели оказываются недостаточно полными, отсутствуют возможности связи между моделями архитектур разного уровня, выравнивания целей, стратегий и архитектур бизнеса, приложений, данных и инфраструктуры. Рекомендуется использование специализированных продуктов, разработанных для моделирования архитектур. Например, Archi - бесплатный, свободно распространяемое программное обеспечение, кросс-платформенный инструмент и редактор для создания моделей ArchiMate. Это открытый и независимый язык моделирования архитектуры предприятия. ArchiMate является одним из открытых стандартов, размещенных на The Open Group и полностью соответствует TOGAF.

Помимо выделения процессов внутрифункциональных (процессы подразделений) и сквозных (межфункциональных, выполняемый разными подразделениями), процессы организации могут быть разделены на три основных типа по характеру деятельности и создаваемому продукту. Классификация процессов [3]:

1. основные процессы:
 - а. процессы, которые создают продукт, представляющий ценность для внешнего потребителя
 - б. процессы, которые создают добавленную ценность продукту или услуге;
2. обеспечивающие процессы:
 - а. процессы, потребителями которых являются основные процессы
 - б. процессы, которые создают и поддерживают инфраструктуру организации;
3. процессы управления:
 - а. процессы, основной целью которых является управление деятельностью организации
 - б. процессы, которые обеспечивают выживание и развитие организации, регулируют её текущую деятельность
 - в. нерегулярные и инновационные виды деятельности по совершенствованию и развитию организации
 - г. виды деятельности, ориентированные на цели долгосрочной перспективы.

Вопрос описания бизнес-процессов настолько масштабен, что American Productivity & Quality Center опубликовала классификаторы бизнес-процессов для предприятий различных отраслевых принадлежностей. Референтная модель APQC типовых бизнес-процессов для коммерческих организаций [5]:

- i. операционные:
 1. . изучение рынков потребителей

2. разработка видения и стратегии
3. разработка продуктов и услуг
4. маркетинг и продажи
5. производство и поставка
6. выставление счетов и обслуживание клиентов
- ii. управляющие и обеспечивающие процессы:
 7. управление человеческими ресурсами
 8. управление информацией
 9. управление финансами
 10. охрана окружающей среды
 11. управление внешними отношениями
 12. управление улучшениями и изменениями.

Таким образом, при построении референтной модели информационно-технологической архитектуры виртуального университета необходимо учитывать международный опыт и стандарты, описанные в данной работе.

Литература:

1. ГОСТ Р ИСО 15704-2008 Промышленные автоматизированные системы. Требования к стандартным архитектурам и методологиям предприятия.
2. TOGAF (The Open Group Architecture Framework) - методология консорциума The Open Group [Электронный ресурс]. – URL: <http://pubs.opengroup.org/architecture/togaf9-doc/arch/>
3. Елиферов В.Г., Репин В.В. Бизнес-процессы: регламентация и управление: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 319с.
4. Панкова Д.А. Требования к информационно-коммуникационным технологиям виртуальных предприятий // Информационные технологии в экономике, управлении и образовании: Сборник научных статей / под ред. проф. В.В. Трофимова и проф. В.Ф. Минакова. В двух частях. Ч. 1. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2011. – 253 с. – 0.22 п.л.
5. Process Classification Framework [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.apqc.org/process-classification-framework>

А. С.Шпякина

СПбГЭУ, программа «Прикладная информатика
экономике и управлению»

д.т.н., профессор Минаков В.Ф.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ КАЗНАЧЕЙСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ SAP ERP

Исследовано применение архитектурного подхода в автоматизации казначейских процессов предприятия, организации, учреждения на базе ПО SAP ERP.

The use of an architectural approach to the automation of treasury processes of the enterprise, organization, institution is investigated.

Ключевые слова: казначейство, автоматизация бизнес-процессов, архитектурный подход.

Keywords: treasury, business process automation, architectural approach.

Казначейство предприятия – ключевое подразделение, отвечающее за обеспечение ликвидности, то есть проведение платежей, привлечение денежных средств при их дефиците или размещение свободных средств на финансовых (денежном, валютном, фондовом и иных) рынках по результатам основной деятельности.

Одним из важнейших показателей деятельности предприятия, организации, учреждения является прибыль. Ключевым условием для достижения прибыли является наличие соответствующих ресурсов - денежных средств. Поддержание количества денежных средств на необходимом уровне, оптимизация платежей способствуют устойчивому финансовому положению компании. Вот почему наиболее важной задачей на предприятии является создание эффективного механизма управления денежными средствами, своевременного выявления и предотвращения кассовых разрывов.

Проблема кассовых разрывов иллюстрируется 16-дневным вынужденным перерывом в работе 800 тысяч из 2,1 млн. государственных служащих США в октябре 2013 года. Результатом нарушения казначейских процессов стали ежедневные убытки для экономики США в объеме до 300 миллионов долларов в день.

Построение эффективного механизма управления денежными средствами невозможно без средств автоматизации. Предметом настоящего исследования является процесс информатизации казначейских процессов для обеспечения их бесперебойного исполнения и оптимизации.

Для решения задачи автоматизации управления финансовыми средствами целесообразно использовать отвечающий требованиям времени архитектурный подход, позволяющий комплексно оценить возможности, ограничения, риски и потенциал автоматизации бизнес-процессов казначейства в их взаимодействии со смежными процессами и внешней средой в соответствии с бизнес-стратегией предприятия.

Рассматриваемый объект данной работы – подразделение казначейства на предприятии, его бизнес-процессы, оказываемые им услуги, средства и инструменты внешнего и внутреннего взаимодействия со средой предприятия, комплекс взаимосвязанных процессов, правовых и регламентных ограничений.

Работа базируется на концепции сервисной архитектуры предприятия, подразумевающей взаимодействие подразделений в формате оказания услуг одним подразделением другому или всему предприятию в целом. С этой точки зрения в данной работе ключевыми являются сервисы,

оказываемые двумя подразделениями: казначейством (обеспечение финансовой устойчивости предприятия, гарантия своевременных расчетов) и отделом ИТ (обеспечение функционирования информационно-технологической инфраструктуры, гарантия стабильной работы ИС и ИТ).

Подход, основанный на архитектурных принципах, позволяет с одной стороны рассмотреть сервисные стратегии двух подразделений в их взаимосвязи, а с другой стороны – обеспечивает соответствие частных стратегий бизнес-стратегии предприятия в целом.

Вне зависимости от причин, которые заставляют задуматься руководство компаний о построении и/или оптимизации на своих предприятиях систем управления финансами, «тревожными сигналами», говорящими о необходимости принятия срочных мер в этом направлении, могут быть:

- отсутствие прозрачности распределения финансовых потоков;
- недостоверная или несвоевременная информация о финансовом состоянии компании (остатки по счетам, состояние дебиторской и кредиторской задолженностей и их структура, финансовые вложения и т.д.);
- отсутствие систематического контроля движения финансовых потоков, контроля над операционными расходами по управлению финансовыми потоками (расходы на расчётно-кассовое обслуживание банков, проценты по кредитам и т.д.)
- отсутствие единой политики в управлении финансовыми потоками (дублирование функций разными отделами, отсутствие или несоблюдение при платежах их приоритетности и т.д.)
- трудности прогнозирования движения финансовых потоков и финансового состояния компании (когда и в каком объёме поступят денежные средства от покупателей, достаточно ли будет этих средств для погашения платежей или есть необходимость привлечения дополнительного финансирования и т.д.)

Процесс управления денежными средствами предприятия, организации, учреждения предполагает ежедневное решение ряда сложно формализуемых комплексных задач, основной для принятия решения по которым зачастую служит экспертный опыт одного или нескольких ответственных лиц. В условиях экономики знаний объем информационного потока зачастую настолько велик, что для выбора из множества возможных своевременного и оптимального решения критически необходимо наличие формальной модели и автоматизированных систем поддержки принятия решения.

В реалиях инновационной экономики использование системы поддержки принятия решений в казначейских процессах перестает быть конкурентным преимуществом, переходя в категорию обязательных технологических решений, обеспечивающих выживание экономической системы в условиях повышения сложности внешней среды.

Для решения данной задачи рассматривается существующая модель казначейских бизнес-процессов производственного предприятия.

В цели автоматизации входит не только минимизация издержек на обслуживание текущей деятельности (ликвидация кассовых разрывов, поддержание неотрицательного сальдо), но и оптимизация управления денежными средствами с целью получения финансовой выгоды.

Автоматизация процессов казначейства на базе SAP ERP позволяет не только предоставить в распоряжение предприятия механизм по оценке и анализу денежных средств, но и воплотить систему управления финансовыми инструментами.

С точки зрения использования возможностей стандартной автоматизации большинство компаний применяет существующий функционал ERP или BPM-систем. В первую очередь подобные решения позволяют выстроить жесткую централизованную модель приема заявок на платежи — КИС обеспечивает оперативность информационных потоков от различных подразделений. Особенно это актуально для корпоративной структуры с множеством дочерних компаний с собственными расчетными счетами и последующей аккумуляцией денег на едином счете управляющей компании. Без помощи ERP для взаиморасчетов внутри структуры данные приходится собирать несколько дней.

Последующее развитие решения предполагает внедрение систем, позволяющих осуществлять сценарное планирование и планирование на разных временных горизонтах, а также системы и инструменты бизнес-аналитики.

Литература:

1. Данилин А., Слюсаренко А. Архитектура и стратегия. "Инь" и "янь" информационных технологий Интернет-университет информационных технологий – ИНТУИТ.ру, 2009. – 506 с.
2. Грекул В.И., Денищенко Г.Н., Коровкина Н.Л. Проектирование информационных систем Интернет-университет информационных технологий -2-е изд. – М.: Бином. Лаборатория знаний Интуит Серия: Основы информационных технологий, 2008. – 300 с.
3. Минаков В. Ф., Шпякина А. С. Принятие решений в системе автоматизации казначейских процессов // Наука и образование в жизни современного общества: сб. науч. тр. по мат-лам Междунар. науч.-практ. конф. 29 ноября 2013 г. – Тамбов. – 2013. – Часть 1. – С. 123-124.
4. Гвоздева Т.В., Баллод Б.А. Проектирование информационных систем. Серия Высшее образование. М.: Феникс, 2009. – 512 с.
5. ISO/IEC/IEEE 42010 «System and software engineering — Architecture description»
6. TOGAF ((The Open Group Architecture Framework) - методология консорциума The Open Group - <http://pubs.opengroup.org/architecture/togaf9-doc/arch/>;
7. Методология Захмана – <http://www.zachman.com/>

СЕКЦИЯ 13. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ: ВЫЗОВЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

С. Ю. Авдеева

СПбГЭУ, программа «Производственный
менеджмент в строительстве»
д.э.н., профессор Бузырев В.В.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье обозревается сложившаяся ситуация в строительстве, поднимаются актуальные вопросы управления инновационной деятельностью. Одним из ключевых резервов для современных строительных предприятий является совершенствование и инновационное развитие системы управления на основе стратегического менеджмента

In the article surveys the situation in construction, raised topical issues of innovation management. One of the key provisions for modern construction enterprises is to improve and develop innovative management system based on strategic management.

Ключевые слова: инновации, строительные предприятия, инновационный потенциал, строительство.

Key words: innovation, construction companies, innovative potential, construction.

Актуальность статьи заключается в том, что инновационная деятельность в строительстве находится на низком уровне, в то же автор доказывает о существующем научном потенциале в этой сфере деятельности. Это связано с тем, что строительство и эксплуатация ЖКХ консервативны с технологической точки зрения. Японцам, чтобы выбиться на передовые позиции в мире по стройматериалам и строительным технологиям, понадобилось принимать жесткие меры по минимально допустимому уровню вложений в НИОКР строительными корпорациями. Американские исследования показали, что национальная строительная индустрия в рейтинге инновационно активных отраслей занимает одно из последних мест.

Низкая активность строительства обуславливается длительной эксплуатацией зданий, а недостатки технологий выявляются не сразу. Проблема заключается в том, что ошибки в проектировании и возведении зданий не допустимы, так как связаны с жизнью людей. Даже наиболее успешные предприятия ведут себя консервативно при внедрении нововведений в технологии строительного производства.

Необходимость совершенствования системы управления развитием строительного производства, направленного на повышение эффективно-

сти использования производственного и инновационного потенциала строительных предприятий – актуальная задача в наше время. Стратегическим фактором в конкурентной борьбе за потребителя между организациями и предприятиями строительного комплекса является инновационный потенциал.

Инновационный потенциал строительного предприятия представляет собой возможность достижения поставленных инновационных целей, реализация которых в глобальных масштабах выступает как средство получения достаточно высокой прибыли в долгосрочной перспективе, укрепления и повышения конкурентных возможностей на рынке.

Составляющей инновационной политики строительного кластера является создание конкурентоспособных производств на внешнем и внутреннем рынках, освоение современных технологий и поощрение экспорта отечественной инновационной продукции. В современном строительном комплексе России, конкурентоспособность начинает только формироваться. Особенно это выявляется в процессе проведения тендерных торгов, являющихся по своему характеру и назначению инструментом отбора наиболее эффективных вариантов проектирования, строительства и последующей эксплуатации объектов недвижимости различного назначения.

Экономическая среда для реализации проектов инновационной и производственной деятельности в современной экономике строительных предприятий может быть оценена как неконкурентная и рискованная. Законодательная сфера недостаточно устойчива и эффективна. Таким образом, необходимо активно развивать эту деятельность, что позволит эффективно осуществлять крупные, высокорисковые проекты с высоким уровнем качества.

Формирование и эффективное использование инновационного потенциала в строительном комплексе представляет собой деятельность по проведению поисковых научных исследований, выполнению прикладных НИОКР, направленных на решение задач социально-экономического развития строительных предприятий.

Инновационная и производственная деятельность строительных предприятий может реализовываться с помощью определенной системы производственных, организационных и институциональных показателей. Современная политика строительного комплекса должна быть направлена на финансирование строительных проектов, имеющих минимальные сроки осуществления и способных принести максимальную прибыль при минимальных затратах [1].

Можно сделать вывод, что наиболее приоритетными окажутся инновационные проекты, которые при относительно небольших инвестициях смогут создать конкурентоспособную продукцию и реально увеличить инновационный и производственный потенциал строительной организа-

ции. К таким проектам можно отнести объекты энергетического комплекса, нефтехимической и газовой промышленности, современный транспорт, телекоммуникационные системы связи, а также жилищное строительство.

Конечный результат инновационной деятельности представляет собой технико-технологические инновации, получившие воплощение в виде нового, или усовершенствованного продукта или услуги, внедренных на рынке; нового или усовершенствованного технологического процесса и способа производства, используемого в практической деятельности.

Тенденции развития строительного производства сегодня свидетельствуют о том, что изменяется мотивация, определяющая тип стратегии строительных предприятий. Он характеризуется переходом от преобладающего стремления к максимизации прибыли и выживания к формированию потенциала развития и инновационной активности строительных предприятий. Поэтому в качестве новой самостоятельной составляющей строительного предприятия и необходимым фактором успешного существования и развития является инновационный менеджмент. Он является важнейшим и необходимым элементом перспективной стратегии строительного предприятия, с помощью которого должен формироваться научно-технический задел и новые параметры строительной продукции, выявляться новые секторы рынков сбыта.

Инновации в области строительства при создании нового продукта или услуги в случае успеха создают новый спрос, который вследствие эффекта замещения вызывает структурные изменения в отрасли, приводя в действие рыночные механизмы, еще более усиливающие конкурентные преимущества строительных предприятий.

В процессе инновационной деятельности строительных предприятий должны разрабатываться планы научных исследовательских разработок, являющихся основой формирования мероприятий по освоению новых видов продукции, строительных технологий, материалов, прогрессивных методов управления, созданию новых и перевооружению действующих производств. Оценка уровня развития инновационной деятельности строительных предприятий производится на основе показателей, отражающих интенсивность данного процесса. К таким показателям можно отнести следующие [2]:

- изменение уровня инновационной активности строительной отрасли и строительных предприятий, т.е. удельный вес затрат на технологические инновации в объеме текущих и капитальных затрат;
- коэффициент обновления строительной продукции, т.е. удельный вес выпуска инновационной строительной продукции в общем объеме производства строительного предприятия и в целом по отрасли;
- эффективность затрат на инновационную деятельность.

Рост объемов строительного производства, создание новых архитектурных объектов, высокий спрос на быстро возводимую жилую и коммерческую недвижимость – все это сопровождается интересом к инновационным материалам и технологиям.

Эти преимущества становятся особенно значимыми с наступлением последствий финансового кризиса: резкого сужения рынка, сокращения спроса, роста конкуренции. В выигрыше оказались предприятия, которые успели приступить к внедрению инновационных технологий.

Низкая себестоимость, как следствие применения экономичных технологий и эффективного управления, позволяет предприятию снижать точку безубыточности даже в период падения спроса и нехватки ликвидности.

Формирование передового технологического уровня производства и продукции является не только важнейшей задачей инновационной деятельности строительного предприятия, но и условием его дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности. Комплексный подход к решению задач эффективного функционирования инновационной системы и реализации государственной инновационной политики возможен только на основе эффективного использования инновационного потенциала и правильного и грамотного управления инновационными процессами на предприятиях строительного комплекса.

Литература:

1. Жук В.А., Ложко В.В. Инновационные подходы в системе обеспечения инвестиционно-строительной деятельности // Инновации. – 2006. – № 4.
2. Прихач А.Ю. Проблемы восприятия инновационных преобразований // Инновации. – 2005. – №4.

Ю. В. Батуева

СПбГЭУ, программа «Инновационный менеджмент»
д.э.н., профессор Краюхин Г.А.

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Данные тезисы представляют собой краткий обзор особенностей такого современного явления, как «инновационная экономика», а также дается краткое описание основного фактора, способствующего возникновению и развитию «инновационной экономики» - интеллектуального капитала.

These theses represent author's brief overview of specific features of modern phenomenon called «innovative economy» or «knowledge economy». Moreover, a succinct description of the «intellectual capital» as main factor influencing on origin and development of «innovation economy» is given.

Ключевые слова: инновационная экономика, знание, интеллектуальный капитал.

Key words: innovation economy, knowledge, intellectual capital.

В современном мире компании сталкиваются с изменением условий рынка, приобретающих в основном неценовой характер. Изменчивая внешняя среда, эффективные каналы дистрибуции новых технологий, растущее разнообразие потребительских предпочтений обуславливают необходимость инновационного развития предприятий для обеспечения конкурентоспособности.

Понятие «инновация» произошло от латинского слова «innovato», которое означает улучшение или обновление. На сегодняшний день существует множество трактовок понятия инновация:

- это процесс, в результате которого идея или изобретение приобретает экономическое содержание [1, с. 3];
- введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях [3, с. 11];
- любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего новатор и его компания получают преимущества перед конкурентами [2, с. 23];
- общественно-техничко-экономический процесс, приводящий путем практического использования изобретений к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, социальных отношений, а по экономической направленности — к увеличению доходности предприятия, государства, системы;

Вопрос перехода к инновационному развитию уже давно обсуждается на государственном уровне как приоритетное направление развития национальной экономики, поэтому огромное количество научных работ посвящено проблеме определения наиболее эффективных путей перехода к инновационному развитию. Однако, как в отечественной, так и в зарубежной науке отсутствует четкое определение самого понятия инновационного развития и, как следствие, инновационной экономики, так же как и не определены конкретные показатели, характеризующие сам момент перехода к инновационному развитию [1, с. 4].

Понятие инновационного развития тесно связано с термином «инновация» и с понятием инновационной экономики. Инновационная экономика наиболее общепринято определяется как тип экономики, основанной на потоке инноваций, на постоянном технологическом совершенствовании

нии, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с очень высокой добавочной стоимостью и самих технологий [1, с 3].

Однако в одном мнения ученых совпадают полностью: одним из наиболее заметных проявлений современной инновационной экономики является возрастающая роль знаний и их превращение в один из важнейших ресурсов для роста и развития – интеллектуальный капитал.

Анализ литературных источников свидетельствует, что интеллектуальный капитал активно исследуется зарубежными и отечественными специалистами. Тем не менее, остаются недостаточно исследованными вопросы, касающиеся определения сущности и эффективности использования интеллектуального капитала, который непосредственно связан с изучением закономерностей развития нематериальных активов.

В результате растущего осознания компаниями важности инвестирования в интеллектуальный капитал с точки зрения создания стоимости, повышается интерес компаний к созданию и внедрению систем по управлению интеллектуальным капиталом. Актуальность выбранной темы определяется тем, что среди исследователей нет единого мнения о структуре и методах оценивания интеллектуального капитала, обеспечивающих эффективное управление интеллектуальным капиталом компании.

Интеллектуальный капитал как фактор производства преобразует деятельность предприятий, позволяя при этом совместить две противоположные целевые установки: лучшее удовлетворение запросов потребителей и снижение издержек за счет уменьшения количества трансакций [2, с. 87]. Использование такой стратегии предполагает незамедлительную реакцию на изменяющиеся условия внешней среды и создание для сотрудников данного предприятия атмосферы творчества и сотрудничества с использованием соответствующих инструментов мотивации, организации и координации.

Таким образом, рост и развитие экономики связаны, с переходом от деятельности, основанной на рациональном поведении организации к деятельности, базирующейся на развитии и управлении интеллектуальным капиталом.

Литература:

1. Мага А.А. К вопросу об определении понятия инновационной экономики / Вестник-Экономист. Вып. № 3, 2012.
2. Мазур Н. З. Инновационная экономика: инновационные системы. Интеллектуальная собственность. Условия развития. - Самара: АНО «Издательство СНЦ РАН», 2006. – 180 с.
3. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation data, 3rd Edition//Пер. Государственное учреждение «Центр исследований и статистики науки», 2010. – 98 с.

Ю. С. Беляева

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»

к.э.н., ст.пр. Юдин Д.С.

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ РОССИИ. ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО И ЭФФЕКТИВНОГО СЕКТОРА СТРАНЫ, ИНТЕГРАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ СИСТЕМ ОСВЕЩЕНИЯ

Статья посвящена интеграции ресурсосберегающих технологий в энергетический сектор Российской Федерации, путем массового внедрения светодиодной светотехники в сферу жилищно-коммунального хозяйства и легкой промышленности, с целью преодоления дефицита генерирующих производственных мощностей и высвобождения потенциала экономического роста в микроэкономике и малом бизнесе.

This article is devoted to the integration of resources saving technologies into power engineering sector of the Russian Federation by mass inculcation of led-lighting engineering in the sphere of housing municipal economy and light industry to get over the deficit of productive generating supply and release potential of the economical growth in the microeconomics and in small business.

Ключевые слова: энергетическая стратегия России, ресурсосберегающие технологии, энергетический сектор, светодиодная светотехника, дефицит энергоресурсов, развитие экономических перспектив, энергосбережение, модернизация оборудования.

Key words: power strategy of Russia, resource-saving technology, energy sector, led-lighting engineering, energy shortages, development of economic potential, energy conservation, modernization of equipment.

Российская Федерация обладает существенным запасом энергетических ископаемых и потенциалом возобновляемых ресурсов, входит в десятку наиболее обеспеченных энергоресурсами государств. Развитие энергетического сектора страны напрямую отражает эффективность происходящих в ней экономических процессов. Сейчас трудно представить промышленную индустрию с производственными процессами, не потребляющими электроэнергию. В связи с нарастанием спроса на электропотребление и успешной реализации политики развития экономики наблюдается устойчивый рост производства электроэнергии (со средне годовым темпом в 102,6 процента)^[1]. Но не смотря на всю энергетическую мощь России, отрасль энергопроизводства характеризуется нарастанием дефицита генерирующих мощностей.

Нехватка энергии может стать существенным фактором сдерживания экономического роста страны. Обострение дефицита энергоресурсов, сдерживает развитие народного хозяйства, в целом, и промышленности, в частности, диктует необходимость перехода к ресурсосберегающим технологиям, коренной модернизации оборудования. Это делает актуальным вопрос о массовым и повсеместном внедрении инновационных техноло-

гий энергосбережении. Требуется изменить структуру спроса на электроэнергию и существенно повысить энергоэффективность. Это даст возможность использовать значительно меньшее количество энергии для поддержания того же уровня энергетического обеспечения зданий и технологических процессов на производстве.

Современный электроэнергетический комплекс России состоит из около 600 электростанций единичной мощностью свыше 5 мегаватт. Общая установленная мощность электростанций России 223,1 гигаватт большая часть из которых (68,4 процента) генерируются в структуре тепловых электростанций.^[2] По данным системного оператора Единой энергетической системы России электростанции ЕЭС за 2013 год выработали 1 трлн 023,5 млрд кВт*ч электроэнергии, где основную долю в поставках электроэнергии внесли тепловые электростанции (622,6 млрд кВт*ч)^[3]

Если углубиться в процесс производства электроэнергии на тепловой электростанции, то крупный паровой котел для производства 1 млн кВт*ч электрической энергии должен сгенерировать порядка 2,9 млн кг пара, для чего требуется сжигание 500 тонн пылевидного угля. Для обеспечения требуемого уровня энергопотребления на территории Российской Федерации за 2013 год каждый месяц сжигается 30 млн тонн угля, 45 млн тонн нефти, и более 65 тысяч кубометров природного газа.^[4] Таким образом интеграция технологий энергосбережения в энергетический сектор страны позволит не только компенсировать существенную долю прироста энергетических потребностей, но и сократить расходы на добычу, транспортировку и переработку не возобновляемых природных ресурсов нашей Родины, являющихся топливом при выработке электроэнергии.

Одним из динамично развивающихся секторов ресурсосберегающих технологий в электроэнергетики является массовое внедрение светодиодных систем освещения. Технология выращивания необходимых эпитаксиальных гетероструктур для изготовления светодиодов разрабатывается совместно Физико-Техническим Институтом имени А.Ф. Иоффе РАН и ЗАО «Светлана-Оптоэлектроника». По их статистической оценке повсеместное применение светодиодной светотехники обеспечит радикальное сокращение энергопотребления на освещение, до 18 – 20 процентов от всех затрат произведенной электроэнергии. Экономия от высвобождения такого количества энергетических мощностей составит не менее 124 млрд. рублей и обеспечит сокращение установленных мощностей электростанций более чем на 2,5 Гигаватт электроэнергии.^[5] Комплекс данных мер уменьшит нагрузки на энергогенерирующие станции, позволит снизить потребность в использовании природных ресурсов на миллионы тонн угля, нефти и газа, что существенно сократит выбросы CO₂ в атмосферу.

В соответствии с основными положениями энергетической стратегии России на период до 2020 года прогнозируется дальнейшее увеличе-

ние тарифов на энергоресурсы.^[6] В условиях роста стоимости топлива и электроэнергии, при острой нехватке финансовых средств микроэкономика Российской Федерации, а также малый и средний бизнес на ее территории сталкиваются с сложностями преодоления дефицита генерирующих мощностей энергопроизводственных компаний и нормирования потребления энергоресурсов, что существенно сдерживающее развитие экономических перспектив данного сектора. Например, как рассказывает генеральный директор Центра автоматизации зданий, при строительстве гостиничного сектора преодолеть ограничение энергоснабжения (2953,5 кВт при необходимых 5270 кВт) удалось путем интеграции экономичной системы светодиодного освещения с другими средствами систем автоматизации.^[7]

Основным направлением для внедрения осветительных приборов, на базе светодиодных технологий, является жилищно-коммунальное хозяйство и транспорт, складские девелоперы, крупные металлургические предприятия, и легкая промышленность, в том числе транспортное машиностроение и автомобильная промышленность, в частности освещение улиц и автомобильных магистралей, объектов общественного транспорта. В соответствии с законодательством Российской Федерации на любом промышленном предприятии и сфере ЖКХ, требуется принимать ресурсосберегающие технологии. По подсчетам компании ЗАО «Светлана-Оптоэлектроника» город Санкт-Петербург, используя инновационные технологии для освещения подъездов, мог бы сэкономить до 80 Мегаватт установленной мощности, что составило бы 35 процентов вырабатываемой электроэнергии и имело материальный эквивалент до десятка миллиардов рублей.^[8] Используя доступные в настоящий момент технологии суммарная сумма реконструкции системы освещения парадных составит около 2,5 млрд рублей, но никак не отразится на обычном платеже населения за обслуживание систем коммунального хозяйства, так как первоначальные затраты на монтаж оборудования уже через пару лет превратятся в экономию, учитывая снижение эксплуатационных затрат и увеличение ростов тарифов электропотребления.

Исходя из выше сказанного необходимо провести комплекс мер по развитию инновационных технологий энергопотребления, ориентировать направление энергетической стратегии России на внедрение ресурсосберегающих технологий, показывающих ощутимый экономический эффект при минимальных материальных затратах. Добиться этого можно путем создания соответствующих условий по привлечению внебюджетных инвестиционных средств для развития технологий систем энергосбережения. Проведение информационной пропаганды по преодолению барьера отсутствия культуры потребления светодиодной светотехники, путем практической иллюстрации действия государственных программ энергосбе-

режения. А так же накопление опыта производства, интеллектуальной собственности, профессиональных кадров и создание мощной инфраструктуры производства.

Обострение дефицита энергоресурсов, существенно сдерживает экономическое развитие России, диктует необходимость перехода к ресурсосберегающим технологиям, коренной модернизации оборудования, что требует значительных инвестиций и длительного периода времени. С другой стороны, огромные резервы кроются в энергосбережении, снижении затрат на производство и потребление энергоресурсов.

Литература:

- [1] Федеральный портал prowtown.ru. <http://protown.ru/information/hidden/4480.html>
- [2] Официальный Сайт Министерства энергетики Российской Федерации. <http://minenergo.gov.ru/activity/powerindustry/powersector/structure/>
- [3] Официальный сайт Системного оператора Единой Энергетической системы России. [http://soups.ru/index.php?id=press_release_view&no_cache=1&tx_ttnews\[tt_news\]=5514](http://soups.ru/index.php?id=press_release_view&no_cache=1&tx_ttnews[tt_news]=5514)
- [4] Статистическая информация официального Сайта Министерства энергетики Российской Федерации. http://minenergo.gov.ru/activity/statistic/?newssearch_posted=1&v2=Y&fday=1&fmonth=12&fyear=2013&sday=1&smmonth=1&syyear=2014
- [5] Официальный сайт Роснано. <http://www.rusnano.com/infrastructure/technology-platform/led>
- [6] Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р
- [7] Интервью генерального директора Центра автоматизации зданий Владимира Максименко для сайта СтройПлюс http://stroyplus.ru/vipusk/detail.php?article_id=30728
- [8] Заявление ЗАО "Светлана-Оптоэлектроника" зарегистрирован(а) на Facebook. <https://ru-ru.facebook.com/pages/331504960276830>

Р. И. Борисов

СПбГЭУ, программа «Инновационный менеджмент»
д.э.н., профессор Краюхин Г. А.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В КОРПОРАТИВНОМ СЕКТОРЕ

В данной статье рассмотрены основные тенденции развития мобильных приложений в качестве корпоративных информационных систем, проблемы их внедрения в современном бизнесе и мнение автора на тему будущего мобильных технологий в корпоративном секторе.

This article describes the main trends in the development of mobile applications as corporate information systems, problems of their implementation in today's business and the author's opinion on the future of mobile technologies in the corporate sector.

Ключевые слова: мобильные технологии, мобильные приложения, корпоративные информационные системы, смартфон

Keywords: mobile technology, mobile applications, corporate information systems, smartphone

В нашем современном мире трудно найти делового человека без мобильного телефона. При этом развитие телекоммуникаций достигло такого уровня, что с помощью обычного телефона можно не только звонить, но также проверять и отвечать на почту, найти нужную информацию в интернете, расслабиться за просмотром фильма или прохождением очередного уровня игры и многое другое. В связи с этим можно утверждать, что в существующей парадигме использования мобильных устройств, можно выделить два обязательных компонента: мобильное устройство, в качестве которого может выступать смартфон или планшет, и приложение.

Сейчас наблюдается тенденция информатизации и «мобилизации» всех существующих информационных ресурсов, иными словами доступа к необходимым данным из любой точки земного шара. Чтобы любой информационный ресурс при определенном доступе был всегда онлайн. Мобилизация затронет не только игровые консоли, телевизоры, а также производственные и непроизводственные сферы деятельности, где вместо обычного персонального компьютера может быть использована более удобная и легкая мобильная платформа.

Аналитическая компания Flurry, отслеживая работу 400 000 приложений, собирает статистику в 3,5 млрд. сессий в день и утверждает, что пользователи Android и iOS 86% времени проводят в различных приложениях (статистика основана на данных американских пользователей) [1]. Это уже говорит о том, что люди предпочитают смартфон или планшет, персональному компьютеру. В связи с этим, использование мобильных приложений становится все более и более актуальным в корпоративном секторе.

Одним из первых мобильных приложений, которое сотрудники корпораций стали использовать для рабочих моментов, стал обычный органайзер. Не все могут носить с собой толстый ежедневник со всеми телефонами, датами встреч, текущими делами и т.д., но если есть возможность поместить это все в одно устройство, помещающееся в карман телефона, то почему бы не использовать его на работе?

Основным плюсом мобильных приложений является их независимость от местоположения, где его используют. Менеджеры ежедневно принимают большое количество решений, которые так или иначе могут повлиять на будущее развитие компании, поэтому, когда руководитель имеет под рукой базу данных, к которой может в любое время обратиться и получить необходимую информацию, риск принятия неправильного ре-

шения становится значительно ниже. Также и с другой стороны, руководитель, не уверенный в принятии решения, не вынужден идти к рабочему компьютеру и проверять информацию, а может сделать хоть в машине по дороге домой.

Также использование корпоративных мобильных приложений сведет к нулю риск «испорченного телефона». Всегда есть вероятность того, что руководитель, отдавая распоряжение своему подчиненному, может сказать неверную информацию, или подчиненный услышать иначе, и такие ошибки могут, как снежный ком, повлечь за собой другие, что в итоге приведет к потерям для компании. Наличие возможности передать любую информацию человеку с помощью письменного текста исключает человеческий фактор и, что не маловажно, фиксирует все коммуникации и распоряжения, что в будущем при возникновении ошибки поможет найти виновных и предотвратить появление новых проблем.

Разработка приложения при нынешнем количестве компаний-разработчиков на рынке IT не будет стоить также много, как уже внедренная корпоративная информационная система, учитывая также, что приложение будет проще сделать на основе уже существующей модели. Но при этом, в случае не оптимальной архитектуры компании и её корпоративной системы, заказчики будут вынуждены тратить значительные суммы на поддержку приложения при необходимости внесения изменений.

Кроме этого, как мы все знаем, существует несколько мобильных платформ, и основными из них являются: iOS, Android и Windows. И на этом этапе стоимость проекта может вырасти в разы, т.к. или компании придется разрабатывать 3 программных продукта для каждой платформы, чтобы сделать её универсальной, или закупать смартфоны или планшеты на одной информационной базе для всех пользователей компании.

На данный момент не так много компаний используют это быстро-растущее IT-направление в связи с дороговизной проекта по внедрению данной технологии, а также консерватизмом со стороны руководства и доли штата компании. А именно, часть пользователей корпоративной информационной системы, привыкшая к обычному мобильному телефону, не сможет сразу начать пользоваться смартфоном или планшетом с сенсорным экраном. Это поначалу будет вызывать непонимание и раздражение со стороны пользователей, а как следствие появление ошибок в системе.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование корпоративных мобильных приложений возможно, но её внедрение займет намного больше времени и средств, чем внедрение очередной информационной системы управления для персональных компьютеров. Но прогресс не стоит на месте, стационарные компьютеры все меньше и меньше встречаются в нашей жизни, все больше людей адаптируются к использованию смарт-

фонов и вскоре волна развития мобильных технологий накроет корпоративный сектор вместе со всеми её пользователями.

Развитие рынка мобильных платформ и приложений изменило наш образ жизни точно также, как когда-то появление персонального компьютера и интернет. Поколение Y настолько привыкло к ежедневному использованию смартфонов, что сейчас между пользователем и мобильной платформой образована «неразрывная» связь, начиная от обмена ежедневными информационными потоками, заканчивая временем сна одного и подзарядки другого, а это время, как правило, совпадает.

Литература:

1. Корпоративный сайт Flurry: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.flurry.com/flurry-analytics.html> (Дата обращения: 31.03.2014)

М. К. Васильченко

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент
в отраслях и комплексах»
д.э.н., профессор Ершов В. Ф.

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЙ

Интернет технологии оказывают огромное влияние на рабочее время современного человека. На данный момент, чтобы работать не обязательно сидеть в офисе, можно находиться в другом городе, но при этом выполнять все обязанности в полном объеме. Такие изменения привели к появлению новых методов управления развитием организации на основе интернет технологий.

Internet technology has a huge impact on the working time of modern man. At this point, to work don't necessarily to be in the office, you can be in another city, but perform all duties in full. These changes have led to new methods of management development organization based on Internet technologies.

Ключевые слова: Интернет технологии, методы управления, развитие

Key words: Internet technologies, management methods, development

Развитие инновационной деятельности является неотъемлемой частью успешного производства. В связи с процессами глобализации и усложнением технологий, встаёт вопрос о привлечении квалифицированных специалистов из разных стран, но стандартные методы взаимодействия быстро устаревают и их заменяют интернет технологии, которые позволяют ускорить производственные процессы, минимизировать временные и финансовые затраты при разработке и создании нового проекта на всех этапах его жизненного цикла.

За последние 10 лет интернет технологии совершили большой скачок в развитии. Появились различные сервисы, которые помогают объединяться профессионалам из разных стран, для решения конкретных задач и целей, не выходя из дома. Интернет технологии позволяют решать сложные задачи, использовать накопленные знания и опыт конкретных людей в определённой области, не смотря на то, что они могут находиться в разных странах и никогда не встретиться при работе над одним проектом.

Использование интернет технологий позволяет инновациям быстрее развиваться и внедряться в повседневную жизнь. Сегодня интернет технологии являются инструментом управления при создании и разработки новых проектов.

Актуальность работы заключается в повсеместном распространении и использовании интернет технологий, как инструмента управления при выполнении поставленных задач и развитии инновационной деятельности, в развитии глобализации, при которой возрастает возможность быстрого поиска необходимого специалиста для решения конкретных задач, в повышении конкуренции и многое другое.

Интернет технологии уже изменили и методы управления. В современных условиях, работнику нет необходимости находиться весь день на рабочем месте и работать «от звонка до звонка». На данный момент сотрудник компании может быть на связи и принимать участие в работе компании, находясь в другом городе, при этом полноценно выполнять свои обязанности, проводить совещания и в режиме реального времени вести работу над проектом. Такие возможности повлияли на методы управления и на их развитие.

В основе современных методов управления лежит свобода действий сотрудника, при имеющейся поставленной задаче; большая ответственность за принятые решения, ведь сотрудник сам ищет пути достижения поставленной цели; сотрудник волен самостоятельно распоряжаться своим временем, но задача должна быть выполнена. При таком методе управления нивелируются различия ролей начальник и подчинённый, так как каждый голос в компании учитывается. Такой свободный метод управления позволяет талантливым людям, не имеющим высшего образования, достигать больших высот в карьере [1, с. 64-65].

Интернет технологии способствуют появлению новых методов управления развитием организации за счёт своего повсеместного распространения и установления взаимосвязей людей разных культур, которые приносят свои видения на управления, тем самым создавая новые методы управления, которые кардинальным образом отличаются от классических методов управления.

Основными определителями новых методов управления развития организации являются свобода передвижения сотрудников, повышенная ответственность за принимаемые решения, ускоренное перемещение по карьерной лестнице, постоянное развитие сотрудников на работе, приём на работу за знания, а не за диплом и многое другое. Методы управления, включающие в себя данные параметры в том или ином виде, позволяют сотрудникам реализовывать себя в полной мере, развить разные навыки, необходимые в работе и жить не в режиме «дом-работа», а жить полноценной жизнью.

Литература:

1. Ивлев А.Г. Использование ресурсов Интернета в управлении персоналом. – 2011.– С. 63-67.

А. С. Воронкова

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент в отраслях и комплексах»

д.э.н., доцент Юденко М.Н.

КОМПЕТЕНТНОСТЬ ПЕРСОНАЛА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В статье предлагается новая авторская методика расчета конкурентоспособности строительной организации, учитывающая влияние трех основных факторов – эффективности, финансовой устойчивости и компетентности персонала.

In the article the new author's way of counting construction firm's competitiveness is offered, that allowed an affect of the three main factors – effectiveness, financial sustainability and staff competence.

Ключевые слова: конкурентоспособность, компетентность персонала, строительная организация, конкурентное преимущество.

Key words: competitiveness, staff competence, construction firm, competitive advantage.

Целью данной работы является изучение фактора активизации деятельности персонала, как инновационного, в стратегии развития строительного предприятия, и способов математического анализа этого фактора в рамках усиления конкурентоспособности строительной организации.

О широком многообразии трактовки разными исследователями понятия конкурентоспособности организации, предприятия, фирмы свидетельствуют следующие характеристики, приводимые в экономической литературе:

- совокупность свойств, отличающих ее от других хозяйствующих субъектов более высокой степенью удовлетворения своими товарами (работами, услугами) потребителей, эффективностью деятельности, возможностью и динамикой адаптации к условиям рыночной конъюнктуры, способностью к экономическому развитию на основе разработки и реализации стратегий конкурентоспособности [1 с.28];

- совокупность свойств субъекта, имеющего определенную долю соответствующего динамичного рынка, которая характеризует степень соответствия вырабатываемых им объектов требованиям потребителей в условиях конкуренции на свободном рынке [2, с.28];

- способность фирмы, компании конкурировать на рынках с производителями и продавцами аналогичных товаров посредством обеспечения более высокого качества, доступных цен, создания удобства для покупателей, потребителей [3, с. 5].

Анализ состава элементов стратегического потенциала показывает, что конкурентное преимущество возникает за счет снижения издержек, дифференциации товара, разработки методов подбора и мотивации персонала. В статье будет уделено внимание компетентности персонала и способах оценки его конкурентного преимущества, имея в виду инновационный потенциал сотрудников строительных организаций.

Если рассматривать конкуренцию, как соперничество товаров, услуг и фирменных технологий, то основой конкурентоспособности будет отражение состоятельности персонала организаций. Именно персонал способен дать предприятию мощнейший экономический толчок при крайне незначительных первоначальных расходах и обеспечить эффект, недостижимый для стандартных методов при идентичных затратах.

Важно отметить, что основной по значимости должна признаваться та компонента труда, которая отвечает за творчество («Творчество – это способность интегрировать дискретные элементы знаний в новые комбинации, ранее не известные») [4, с. 239].

Как отмечал профессор Принстонского университета Фредерик Харбисон, человеческие ресурсы – главная основа богатства любой страны. При этом капитал и природные ресурсы – пассивные факторы, а люди – активная часть производства, увеличивающая капитал и продвигающая вперед процесс развития [5, с. 95].

Оценка компетентности персонала производится следующим образом:

В первую очередь, задается последовательность осуществления мероприятий при проведении оценки компетентности персонала (рис. 1) [5, с. 103].

Далее проводятся математические расчеты по формуле [5, с. 96–98]:

$$K_p = \sum_{s=1}^n (I_s W_s), \quad (1)$$

где K_p – уровень компетентности персонала;

W_s – весимость показателя s , определяемая числовым значением;

n – количество показателей, употребляемых для оценки компетентности персонала;

I_s – индекс значения показателя s по сравнению с его базовым значением.

Индексное значение будет определяться по формуле 2:

$$I_s = \left(\frac{P_{sf}}{P_{se}} \right)^a, \quad (2)$$

где P_{sf} – фактическое значение показателя, характеризующего s -ю компоненту персонала;

P_{se} – базовое (эталонное) значение s -й компоненты;

a – одно из значений $\{-1; 1\}$, принимаемое в зависимости от характера показателя. Отрицательное значение принимается, если увеличение значения s -го показателя считается негативным, положительное – в противоположном случае.

В соответствии с предложенным выше определением уровня компетентности персонала основным этапом оценки компетентности должно быть установление эталонных (базовых) значений компонент трудового потенциала.

За базовые значения экспертами могут приниматься следующие объекты сравнения:

- компетентность персонала организации, принимаемой за эталон (что является довольно сложной задачей, так как данные о персонале являются обычно закрытой информацией);

- компетентность персонала самой организации в какой-то момент времени, который определяется как исходный, с тем, чтобы проследить динамику изменения уровня компетентности персонала;

- компетентность персонала, которая определяется экспертами или менеджерами как эталонная или наиболее желательная.

Выбор показателей для оценки уровня компетентности персонала определяется тем, насколько значимы данные показатели для отождествления процесса реализации персоналом своего потенциала. Весимость таких показателей определяется экспертами с помощью попарной матричной оценки, ранжировки или балльной оценки.

Уровень компетентности будет определяться через отношение к числовому значению компетентности персонала, принимаемого за базу:

$$UK = \frac{K_p}{K_{pe}}, \quad (3)$$

где UK – уровень компетентности персонала;

K_{pe} – значение компетентности персонала, принимаемого за эталон (за базу).

Рассматриваемая категория компетентности персонала в некотором роде тождественна категории человеческого капитала, так как эти понятия предполагают взгляд с позиций ценности на человека и персонал.

С помощью приведенных выше методов расчета можно определить уровень компетентности персонала строительной организации, выявить фактор творчества, как компоненты труда в системе конкурентной стратегии строительного предприятия и на основе анализа полученных данных, скорректировать общую стратегию развития организации в ключе усиления инновационной составляющей и конкурентоспособности предприятия в строительстве.

На заключительном этапе необходимо фактор компетентности персонала увязать с конкурентоспособностью строительной организации. Это можно сделать в соответствии с предлагаемой автором формулой:

$$K = \sqrt[3]{UK \times UЭ \times UF}, \quad (4)$$

где K – показатель конкурентоспособности строительной организации;

UK – уровень компетентности строительной организации;

UЭ – уровень эффективности строительной организации;

UF – уровень финансовой устойчивости строительной организации.

Литература:

1. Асаул А. Н. Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности / А. Н. Асаул, Х. С. Абаев, Д. А. Гордеев; под ред. засл. строит. РФ, д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб: АНО «ИПЭВ», 2007. – С. 271.
2. Чепаченко Н. В. Теория и практика совершенствования методов оценки конкурентоспособности коммерческих организаций (на примере подрядных организаций регионов Рос-сии) // Актуальные проблемы управления экономикой региона: Материалы VIII Всероссийской науч.-практ. конф. 22 апреля 2011 г. / Редкол.: А. Г. Будрин (отв. ред.) [и др.]. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011.
3. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия: 4-е изд. – М.: ИНФРА – М, 2011. – С. 882.
4. Карлофф Б. Деловая стратегия: концепции, содержание, символы / пер. с англ. М.: Экономика, 1991. – С. 239.
5. Прихач А. Ю. Основы управления конкурентоспособностью / СПб: СПбГИЭУ, 2006, С. 86 – 140.

М. Л. Ефимова

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»

д.э.н., профессор Быстров В. Ф.

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО И МЕДИЦИНСКОГО КЛАСТЕРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Тенденции, проблемы фармацевтической и медицинской промышленности, задачи и концепция развития фармацевтического и медицинского кластера Санкт-Петербурга.

Tendencies, problems of pharmaceutical and medical industry, issues and concept of Saint-Petersburg's pharmaceutical and medical cluster

Ключевые слова: фармацевтическая и медицинская промышленность, кластер

Key words: pharmaceutical and medical industry, cluster

Фармацевтическая и медицинская промышленность являются одной из самых высокотехнологичных отраслей, где конкурентоспособность компаний определяется степенью инновационности продукции. По данным исследовательской компании DSM Group фармацевтический рынок России занял 7 место в мире в 2012 году, объем рынка составил 921 млрд. рублей в ценах конечного потребления, а по темпам роста рынка Россия находится на третьем месте [1]. Становление и развитие фармацевтической и медицинской отраслей промышленности может стать своего рода локомотивом для всей российской экономики.

Фармацевтический кластер – это группа географически локализованных взаимосвязанных компаний производителей и разработчиков лекарственных средств, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг. В кластер могут входить такие объекты инфраструктуры как научно-исследовательские институты, вузы, технопарки, бизнес-инкубаторы и другие организации, дополненные и взаимодействующие друг с другом.

Санкт-Петербург является привлекательным российским регионом для реализации проектов в сфере фармацевтики и медицинской промышленности. Стартовой площадкой для объектов инфраструктуры и производства фармацевтического и медицинского кластера стала территория промышленной зоны «Пушкинская». Поддержка правительства Санкт-Петербурга и активность инвесторов помогла запуску кластера в 2012-2013 годах. Хотя уже даже в конце 2011 года компания «Биокад» и «Герофарм» начали работу в своих исследовательских лабораторий на территории Санкт-Петербурга. На данный момент по сведениям российской кластерной обсерватории участниками кластера является 15 российских и иностранных компаний, и научно-исследовательских институтов [2]. Для кооперации усилий участников кластера в сфере разработки и производ-

ства в июле 2011 года была запущена работа некоммерческого партнерства «Медико-фармацевтические проекты XXI века» [3]. Работа в таких объединениях помогает достигнуть положительный синергетический эффект, обменяться важным опытом, выстроить диалог бизнеса и власти.

Концепция развития кластера разработана на основе стратегии развития фармацевтической и медицинской отрасли Российской Федерации до 2020 года. Целью проекта является:

- 1) создание и внедрение в медицинскую практику новых инновационных лекарственных препаратов;
- 2) усовершенствование уже существующих медицинских компонентов;
- 3) выпуск диагностического, хирургического и другого оборудования нового поколения;
- 4) увеличение экспортного потенциала отечественной продукции.

Наличие научных разработок, высококвалифицированного персонала и материально-технической базы помогают обеспечить развитие кластера при рациональном использовании бюджетных средств. Привлечение российских и иностранных фармацевтических компаний, расширение диапазона участников за счет опытных и специализируемых разработчиков лекарственных препаратов и медицинской техники лежит в основе концепции развития кластера.

Проблемы, которые предстоит решить кластеру:

- 1) Отсутствие ориентации на применение инновационных продуктов.
- 2) Технологическое отставание Российской Федерации от мировых исследований в медицинской промышленности.
- 3) Отсутствие прав на оригинальные лекарственные средства.
- 4) Низкая добавленная стоимость участия российских компаний в международных интегрируемых цепочках.
- 5) Отсутствие налаженного взаимодействия между разработчиками лекарственных средств, компаниями выпускающим их и внедряющими в практику.

Решение этих проблем является приоритетной задачей фармацевтического и медицинского кластера Санкт-Петербурга.

Для создания данного кластера и поддержки его конкурентоспособности требуется создание экспертного научного центра на базе высших учебных заведений Санкт-Петербурга. Создание такой конкурентной системы оценки поможет сократить сроки и стоимость регистрации лекарственных средств кластера и поможет эффективно внедрять продукцию в медицинскую практику. Продукция кластера обладает экспортным потенциалом и долгосрочными перспективами реализации, что гарантирует возврат инвестиций в разработку.

Для реализации концепции развития кластера используются:

- 1) Бюджет Санкт-Петербурга на обеспечение инфраструктуры кластера.
- 2) Федеральный бюджет на проведение научно-исследовательских работ.
- 3) Внебюджетное финансирование на подготовку и реализацию проектов и другие нужды участников кластера.

Развитие кластера увеличит инвестиционную привлекательность российских фармацевтических и медицинских компаний, способствует налоговым поступлениям в бюджет Санкт-Петербурга, обеспечивает национальную безопасность и повышает значимость российских предприятий на международном рынке. Данный кластер является драйвером роста отрасли и инструментом реализации концепции развития фармацевтической промышленности.

Литература:

- 1) Официальный сайт маркетинговой компании фармацевтического рынка России *DSM Group*// [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://www.dsm.ru/marketnews/1170_22.05.2013
- 2) Официальный сайт Российской кластерной обсерватории // [Электронный ресурс] /Режим доступа: <http://cluster.hse.ru/clusters/77/>
- 3) Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга // [Электронный ресурс] /Режим доступа: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_industrial/farmklaster/

Ю. Ю. Золотарева

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»
д.э.н., профессор Ершов В.Ф.

ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ТЕХНОЛОГО-ТЕХНИЧЕСКОГО И ОРГАНИЗАЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА С ЗАРУБЕЖНЫМ ПАРТНЕРОМ

В данной статье рассматривается необходимость технолого-технического и организационного сотрудничества с зарубежным партнером, дается определение этого понятия и раскрываются основные принципы его организации.

This article discusses the need for technological, technical and institutional collaboration with a foreign partner, the definition of this concept and main principles of its organization.

Ключевые слова: сотрудничество, инновации, синергизм, ключевые компетенции.

Key words: cooperation, innovation, synergy, key competences.

В XXI веке знания, выражаемые в таких понятиях как наука, технология и техника, становятся ключевым фактором экономического роста

большинства стран мира, чему способствует развитие научно-технического прогресса и усиление процессов глобализации.

Акцент на ключевых компетенциях и рост развивающихся рынков побудили фирмы сосредоточиться на сотрудничестве как внутри страны, так и с иностранными компаниями с целью повышения своей продуктивности и инновационности.

Технологическое и организационное сотрудничество с зарубежным партнером – это взаимодействие между двумя или более юридически и экономически независимыми друг от друга предприятиями и организациями, являющимися резидентами различных стран, осуществляемое на договорной основе или в форме объединения их капиталов с целью обмена или совместного создания технологии, техники и/или организационных методов производства и управления с целью повышения конкурентоспособности участников.

Сотрудничество позволяет перенять мировой опыт организации производства и управления, внедрить новые технику и технологии, сэкономить значительные средства на проведении совместных исследований и разработок по сравнению с самостоятельным проведением работ, привести выпускаемую продукцию к стандартам мирового уровня.

Для успешной реализации процесса сотрудничества с зарубежным партнером необходимо еще на этапе планирования разработать принципы его организации.

Первоочередным принципом организации сотрудничества, по мнению автора, является целеполагание. Цели сотрудничества должны быть четко определены для всех участников, они должны быть едиными или взаимодополняющими, раскрывать причины организации сотрудничества, направления его развития и результаты, которых планируется достичь. Отсутствие общих целей либо их неправильная интерпретация партнерами может помешать успешной реализации процесса сотрудничества между ними.

Принцип взаимной выгоды. Целью сотрудничества является удовлетворение технологических потребностей обеих его сторон, обеспечение доступа к возможностям для укрепления потенциала в сфере знаний и технологий через, например, межфирменное сотрудничество, совместные предприятия и лицензионные соглашения. Так, при возмездной передаче технологии покупатель получает выгоды от ее использования и экономию на самостоятельных исследованиях и разработках, а покупатель платит, компенсирующую его затраты на получение результата интеллектуальной деятельности.

Принцип эффективности. Выгоды от организации сотрудничества должны превышать затраты на его осуществление, т.е. сотрудничество должно приносить определенный экономический или другой полезный эффект.

Принцип синергизма, который означает, что совокупный эффект от совместной деятельности участников сотрудничества превышает сумму

эффектов от осуществления ими самостоятельных действий, что является существенным стимулом для его организации.

Принцип использования ключевых компетенций партнера. Именно владение компаниями ключевыми компетенциями, обеспечивающими им конкурентное преимущество, приводит к необходимости и экономической целесообразности сотрудничества между ними.

Наиболее успешными будут партнерства между участниками, которые не стремятся к получению сиюминутной выгоды, а настроены на длительные взаимовыгодные отношения, что можно определить как принцип ориентации на перспективу.

В связи с тем, что технолого-техническое и организационное сотрудничество предполагает совместное создание, использование или передачу продуктов интеллектуального труда, большое значение приобретает принцип защиты интеллектуальной собственности.

Принцип достоверной оценки. От достоверной оценки потенциальных партнеров, выгод и рисков сотрудничества зависит его успех. Для соблюдения этого принципа необходимо разработать ряд показателей оценки потенциального партнера и использовать их в процессе поиска. Еще на стадии заключения соглашения нужно оценить интеллектуальный вклад каждой из сторон в общий проект в денежном выражении и в соответствии с этим разработать механизм распределения прав на полученные результаты, а также доходов от их коммерческого использования. Компании-партнеры должны оценить свои финансовые, трудовые и иные требуемые для реализации совместного проекта ресурсы, учесть возможные внеплановые расходы.

Принцип цикличности. В мировой экономике постоянно происходят перемены, связанные с изменениями в предпочтениях потребителей, в продуктах, технике и технологиях, что выражается в непрерывном совершенствовании, появлении более нового и современного. Следовательно, и сотрудничество должно постоянно развиваться на всех этапах жизненного цикла продукта и технологии.

Принцип гибкости предполагает способность партнеров к быстрому изменению под действием внешних условий. Необходимо предусмотреть возможные изменения во внешней и внутренней среде предприятий, разработать несколько сценариев их развития, оценить негативные последствия изменений и возможные пути их снижения или устранения.

Принцип надежности. Для организации процесса сотрудничества необходимо выбирать надежных проверенных контрагентов, для чего нужно провести анализ потенциальных партнеров, включая оценку деловой репутации и платежеспособности, и оценку возможных рисков.

Принцип учета языковых, культурных и законодательных различий. При проведении переговоров с иностранным партнером и в процессе реа-

лизации сотрудничества необходимо учитывать национальные особенности ведения бизнеса в зарубежном государстве. Необходимо также выбрать язык, на котором будет заключен договор. Обычно в соглашениях между партнерами из разных стран оговаривается, что договор заключается на двух языках, имеющих одинаковую юридическую силу.

Принцип разработки механизма управления процессом и участниками. В процессе организации сотрудничества должно быть обеспечено четкое распределение обязанностей между партнерами и координация их действий. Необходимо определить организационно-правовую форму сотрудничества и степень интеграции его участников [2].

Принцип равноправия участников. Одним из факторов, обеспечивающих долгосрочные устойчивые партнерские отношения, является постоянное соблюдение взаимных интересов участников, а не концентрация каждого из них на своих собственных целях. Также необходимо сохранять равноправные отношения при любых условиях – как в случае успеха совместного проекта, так и в случае его провала. Необходимо справедливое распределение полученных в результате сотрудничества результатов в соответствии с понесенными сторонами затратами.

По мнению автора, соблюдение названных принципов позволит организовать процесс сотрудничества с иностранным партнером на взаимовыгодных условиях и обеспечить его долгосрочное устойчивое функционирование.

Литература:

1. Новые явления в мировом обороте технологий: место России/Под ред. Э.В. Кириченко – М.: ИМЭМО РАН, 2010. – 116 с.
2. Багиев Е.Г. Императивы стратегического планирования межфирменного производственно-технического сотрудничества / Е.Г. Багиев // Проблемы современной экономики. - 2009.- №1 (29).

И. Г. Климентьева

СПбГЭУ, программа «Экологический менеджмент»
д.т.н., профессор Масленникова И.С.

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ХИМИЧЕСКИХ МЕТОДОВ
ОБЕЗВРЕЖИВАНИЯ ЦИАНОСОДЕРЖАЩИХ СТОКОВ,
ОБРАЗУЮЩИХСЯ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ
МИКРОПОЛОСКОВЫХ ПЛАТ**

Данная статья посвящена проблеме обеспечения экологической безопасности на предприятиях радиоэлектронной промышленности на примере обезвреживания цианосодержащих сточных вод, которые образуются при производстве плат. Также

приведен анализ основных химических методов, используемых для обезвреживания цианосодержащих стоков.

This article is devoted to a problem of ensuring ecological safety at the enterprises of the radio-electronic industry on the example of neutralization the cyanide wastewater which are formed by production of printed circuit boards. The analysis of the main chemical methods used for neutralization the cyanide wastewater is also provided.

Ключевые слова: радиоэлектронная промышленность, цианосодержащие стоки, фотолитография

Key words: radio-electronic industry, cyanide wastewater, photolithography

Анализ ситуации обеспечения устойчивости эколого-экономической системы предприятий радиоэлектронной промышленности (РЭП) показывает, что наибольших успехов добились те предприятия, которые ориентированы на производство продукции для иностранного потребителя. Будучи географически расположенными в России, они вынуждены играть по западным правилам. На сегодняшний день только предприятия, имеющие эффективную систему менеджмента в области качества и экологии, могут рассчитывать на успех в бизнесе и общественное признание.

Одним из основных элементов стратегии развития предприятий радиоэлектронной промышленности должно быть стремление к обеспечению устойчивости эколого-экономической системы предприятия, выражающееся в непрерывном совершенствовании процессов и корпоративных возможностей.

Отечественные предприятия радиоэлектронной промышленности очень важны для обеспечения технической, экономической и военно-стратегической независимости России. Но при этом все они являются потенциально опасными предприятиями. Разбросанные по всей стране предприятия радиоэлектронного профиля стали потенциально опасными загрязнителями окружающей среды в эколого-экономических системах.

Важность учета экологических аспектов деятельности предприятий радиоэлектронной промышленности подтверждается следующим примером. В атмосферу, водоемы и почву в мире от деятельности промышленных предприятий и, в том числе, на предприятиях радиоэлектронной промышленности ежегодно выбрасывается более 3 млрд. т твердых промышленных отходов, 500 м³ опасных сточных вод и около 1 млрд. т аэрозолей, разных по крупности частиц и химическому составу [5].

Номенклатурный состав ядовитых загрязнений содержит более 800 веществ (в том числе мутагены, физические и химические факторы, вызывающие стойкие наследственные изменения, канцерогены — вызывающие раковые заболевания, и т.д.). При этом содержание этих веществ в ряде случаев во много раз превышает предельно допустимые концентрации.

Для изготовления интегральных микросхем, печатных плат, запоминающих устройств, высокочастотных приборов и другой продукции ра-

диоэлектронной промышленности наряду с другими видами микролитографии применяется фотолитография. Фотолитография — метод получения рисунка на тонкой плёнке материала, широко используется в микроэлектронике и в полиграфии. Для получения рисунка используется свет определённой длины волны. Процесс фотолитографии происходит так (рисунок 1):

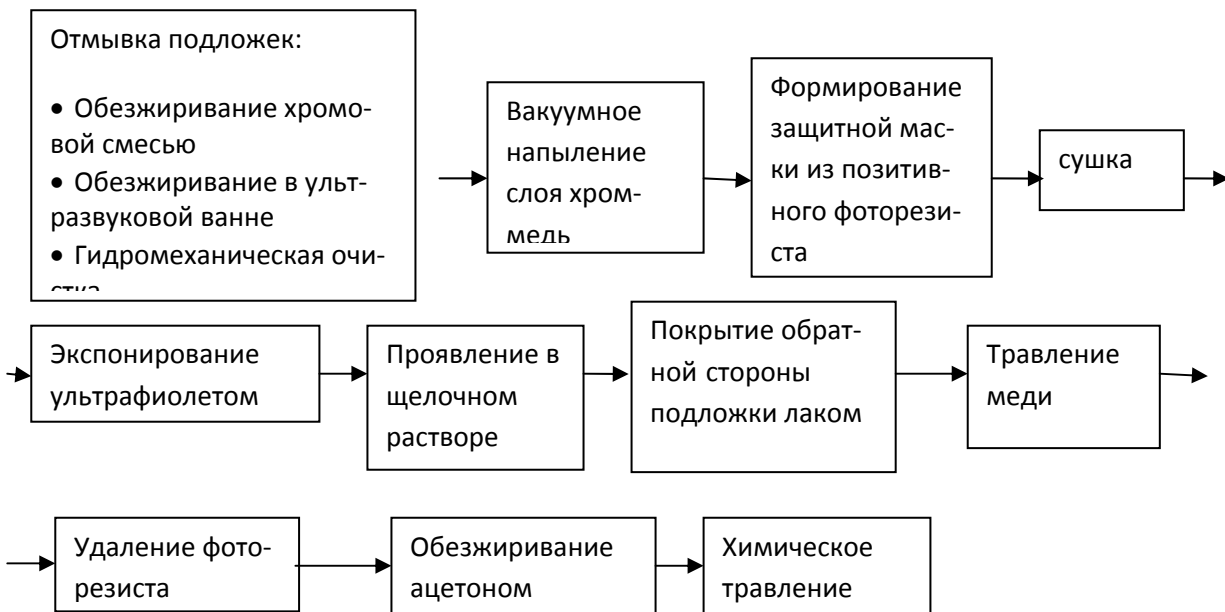


Рисунок 1. Схема процесса фотолитографии

На толстую подложку наносят тонкий слой материала, из которого нужно сформировать рисунок. На этот слой наносится фоторезист.

Производится экспонирование через фотошаблон.

Облучённые участки фоторезиста изменяют свою растворимость и их можно удалить химическим способом (процесс травления). Освобождённые от фоторезиста участки тоже удаляются. Заключительная стадия — удаление остатков фоторезиста.

Наиболее интересным представляется процесс травления хрома, поскольку в случае селективного травления при изготовлении микросхем с точно заданными размерами наилучшие результаты достигаются при травлении хрома в растворе красной кровяной соли. В состав травителя хрома входят: $K_3[Fe(CN)_6]$ - 30 г, 2% KOH - 100 мл.

Данный способ имеет как достоинства, так и недостатки. Скорость травления в указанном составе значительно ниже, чем в неорганических кислотах HCl и H_2SO_4 . Но, с другой стороны, при травлении в неорганических кислотах равномерность травливания и качество получаемого рисунка зависят от режимов напыления хрома. Чем выше температура на-

пыления, тем труднее добиться полного и равномерного травливания хрома с подложки. При травлении в составе с красной кровяной солью режимы напыления не влияют на полноту травливания и качество получаемого рисунка. Кроме того, травление в данном составе дает возможность использовать хром еще и в качестве защиты меди от атмосферного воздействия [4].

В результате данной операции образуются отработанные растворы, содержащие цианиды. И хотя есть данные, что раствор цианида, в конце концов, распадается на безвредные вещества под воздействием солнечного света и кислорода при нейтральном уровне pH [3], но для этого необходимы идеальные условия, которые не возможно создать на производстве. Кроме того, если раствор цианида кислотный, то может образоваться крайне токсичный цианистый газ, если - щелочной, то распад цианида на вышеупомянутые вещества никогда не произойдет [3].

Поскольку в соответствии с современным законодательством РФ слив цианосодержащих стоков в систему городской канализации не допустим, таким образом, остро встает вопрос утилизации таких стоков.

В этой связи, оценка эффективности существующих и разработка новых методов обезвреживания цианосодержащих стоков является актуальной задачей.

На сегодняшний день разработано около 20 различных методов очистки промышленных цианосодержащих стоков. В настоящее время применяются в основном химические методы, основанные на превращении высокотоксичных цианидов в нетоксичные, легко удаляемые продукты: окисление цианидов в щелочной среде до цианатов с последующим их гидролизом до карбонатов аммония. В качестве реагентов – окислителей могут быть использованы соединения, содержащие активный хлор (хлорная известь, гипохлорит кальция, гипохлорит натрия, жидкий хлор), а также озон, перманганат калия, перекись водорода [1,2].

Щелочное хлорирование самый дешевый распространенный из химических способов. Он заключается в окисление высокотоксичных цианидов в щелочной среде (pH 10,5 – 12,5) хлором или гипохлоритом до цианата, который в тысячу раз мене токсичный, с последующим их гидролизом до карбонатов и аммония. Способ позволяет достичь при очистке предельно допустимых значений по цианиду - 0.05 мг/л. Недостатками данного способа является то, что остаточное содержание хлора после обезвреживания составляет 15 -300 мг/л и превышает ПДК (0.5 мг/л). Также к недостаткам способа можно отнести большой расход реактивов, образование токсичных хлорорганических соединений в процессе обезвреживания, не возможность возврата воды в оборотный цикл из-за повышенного соледержания.

Использование перекиси водорода в качестве окислителя экономически целесообразно для обезвреживания относительно концентрированных стоков. Преимуществами применения в качестве окислителя перекиси водорода являются: обезвреживание цианидов до ПДК, самопроизвольное разложение избытка (остаточного количества) H_2O_2 в сточной воде, стабильность солесодержания обрабатываемого стока, протекание реакции без образования токсичных промежуточных соединений. Окисление цианидов перекисью водорода также имеет ряд недостатков, поскольку высокая окислительная способность перекиси водорода может привести к нарушению целостности трубопроводов, резервуаров и другого оборудования.

Окисление цианидов перманганатом калия целесообразно осуществлять в следующих случаях: при небольших объемах отработанных стоков любой концентрации цианидов. Основные преимущества данного метода: высокая степень очистки вод любой концентрации цианидов, возможность повторного использования очищенной воды, незначительное количество осадка. Недостатками являются высокая стоимость перманганата калия и необходимость удаления из воды токсичного MnO_2 .

Выбор конкретной технологической схемы обезвреживания должен базироваться на организационных и экономических факторах. В любом случае она должна осуществляться на серийном оборудовании с использованием доступных и недорогих реагентов при невысоких энерго- и трудозатратах.

Литература:

1. Гальванические покрытия в машиностроении. Справочник. В 2-х томах/ Под ред. М.А. Шлугера. – М.: Машиностроение, 1985 – Т.2. 1985. с 213-217
2. Виноградов С.С. Экологически безопасное гальваническое производство. / Под ред. проф. Н.В. Кудрявцева. – М.: Производственно-издательское предприятие «Глобус», 1998. – с 170-175
3. Лодейщиков В. М. Исследование процесса и разработка аммиачно-цианистой технологии переработки медистых золотых руд: автореферат дис. ... кандидата технических наук: 05.16.02 / Лодейщиков Василий Михайлович; [Иркут. НИИ благород. и редких металлов и алмазов]. - Иркутск: 2011. - 19 с.: ил.; 21 см.
4. Новый справочник химика и технолога. Общие сведения. Строение вещества. Физические свойства важнейших веществ. Ароматические соединения. Химия фотографических процессов. Номенклатура органических соединений. Техника лабораторных работ. Основы технологии. Интеллектуальная собственность. — СПб.: НПО «Профессионал», 2006. — с. 939-941
5. Садковская Н. Е. Научно-технические основы создания системы экологической безопасности на предприятиях радиоэлектронной промышленности: автореферат дис.... кандидата технических наук: 05.02.22 / Садковская Наталия Евгеньевна; [Место защиты: Московском государственном техническом университете радиотехники, электроники и автоматики].- Москва, 2012.- 35 с.

Ю. Г. Лондон

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»

к.э.н., доцент Карпунин А.А.

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА НА СМЕНУ «НЕФТЯНОЙ ИГЛЕ»

Сырьевая экономика Российской Федерации требует радикальных изменений и включения в глобальный инновационный процесс.

The raw economy of the Russian Federation demands radical changes and inclusion in global innovative process.

Ключевые слова: Российская экономика, природные ресурсы, «нефтяная игла», «голландская болезнь», инновации.

Key words: Russian economy, natural resources, «oil needle», «Dutch disease», innovations.

В 90-е годы 20 века после распада научно-технического комплекса СССР многие отрасли промышленности, такие как машиностроение, химическая промышленность и ряд других, пришли в упадок. «Россия, по-прежнему являясь крупнейшим по территории и запасам природных ресурсов государством в мире, признанной сверхдержавой, приобретала все больше признаков сырьевого придатка стран Востока и Запада». [1, с.8]

Современный этап развития современных международных экономических отношений, который обозначился с наступлением мирового финансового кризиса в 2008 г. поставил перед многими государствами мира вопрос о поиске новых инструментов обеспечения роста и развития.

С учётом вступления России во Всемирную торговую организацию развитие международной конкурентоспособности отечественного бизнеса становится по-настоящему стратегической задачей в системе действующих приоритетов Правительства РФ. Кроме того, её реализация является одним из базовых условий перехода российской экономики на инновационный путь развития.

«Российская экономика работает намного ниже своего потенциала и 3,1% производительности труда - недопустимо низкий показатель для страны, стремящейся стать крупнейшим игроком на Европейском рынке», - заявил Владимир Путин на 5-м инвестиционном форуме в Москве. [2]

И главным «узким местом» российской экономики является низкая энергоэффективность. С точки зрения ВВП, «мы готовы стать экономикой №1 в Европе и пятой по величине в мире», - отметил Путин. Тем не менее, производительность труда составляет сейчас менее половины от уровня наиболее развитых экономик. Нынешняя огромная пропасть между по-

треблением и производительностью - очень опасное явление. «Экономика, существующая за счет только лишь природных ресурсов, обеспечивающих более половины всего российского бюджета, не может быть стабильной в долгосрочной перспективе». [3]

Глава инвестиционного фонда Hermitage Capital Management Уильям Браудер сделал предположение, что российская экономика не сможет устоять, если цена на нефть опустится ниже 60\$ за баррель. «Вы удивитесь, насколько хрупка экономика России на самом деле», заявил Браудер журналистам на Всемирном экономическом форуме в Давосе. [4]

Такого же мнения придерживается ведущее российское брокерское агентство Ренессанс Капитал, которое предсказывает, что Россия вступит на путь рецессии уже в конце 2014 года.

Сравнительный анализ концептуальных основ предпринимательской деятельности российских и зарубежных компаниях, убедительно свидетельствует о том, что российская национальная экономика испытывает определенные трудности на пути своего развития. Так, явные различия между российскими и зарубежными компаниями обнаруживаются в сфере отраслевой специализации. Российские предприятия с начала 1990-х гг. продолжают сосредотачивать свою деятельность в отраслях, где можно добиться максимизации нормы прибыли (т. е. в сфере нефте- и газодобыче, добыче рудных полезных ископаемых), что олицетворяет собой хронический сырьевой характер российской экономики. В свою очередь, иностранные предприятия уверенно чувствуют себя как в сырьевом секторе, так и производстве товаров и услуг.

Наиболее типичный *modus vivendi* внешнеэкономической деятельности российских компаний (по крайней мере крупных) предусматривает в качестве первой базовой характеристики их устройство в качестве вертикально интегрированного холдинга, не восприимчивого к различного рода формам децентрализации (например, «аутсорсингу»). Напротив, организационная структура иностранных предприятий чаще всего оказывается гораздо менее унифицированной.

В-третьих, по структуре собственности для крупных российских предприятий характерна высокая доля государства, которая не опускается ниже 51% (что в значительной степени свойственно практике стран Персидского залива и Азиатско-Тихоокеанского региона). В западноевропейских и северо-американских компаниях для государственных игроков получение контрольного пакета акций не является вопросом первостепенной значимости и при наличии возможности они легко соглашаются и на роль миноритарного акционера.

Проблема зависимости России от энергоносителей может быть доведена до крайней степени, известной как «голландская болезнь» («термин

«голландская болезнь берет начала с кризиса в Нидерландах, имевшего место в 60-е года 20 века и возникшего из-за открытия месторождения природного газа в Северном море. Это открытие сделало несырьевые товары голландского производства неконкурентноспособными на мировом рынке»[5]).

«Голландская болезнь» влечет за собой следующие структурные проблемы, с которыми может столкнуться страна:

- снижение экспорта несырьевых товаров;
- увеличение импорта;
- недостаточное инвестирование обрабатывающих отраслей;
- ослабление банковского сектора;
- отрицательные демографические тенденции и проблемы здравоохранения.

Россия не попадает в двадцатку стран-лидеров инновационной экономики, где главенствуют США, Финляндия, Швеция, Сингапур и т. д. «Если весь рынок инноваций эксперты оценивают примерно в 1 трлн. долл., то доля России составляет меньше 1% от этого объема. В целом же доля наукоемкой продукции в ВВП России оценивается всего лишь в 0,3% (в США – 20%, в Китае – 30%), а большую часть – свыше 67% – приходится на сырьевой сектор (в Японии-1%, в Китае-4%, в Индии-11%)». [6]

В подавляющем большинстве случаев Российская Федерация внедряет новинки путем импорта зарубежных технологий. В июне 2010 г. Президент РФ Д. Медведев на очередном заседании Совета безопасности РФ, посвященном вопросам развития судостроения заявил о том, что иметь свои ноу-хау всегда лучше, но мы понимаем, что не всегда их легко самим подготовить. Зачастую это долгий, дорогостоящий процесс, поэтому нам просто необходима конструкторская и производственная кооперация с нашими зарубежными партнерами». [7, с.99]

Профилирующими формами взаимодействия российских предприятий с иностранными партнерами были выбраны механизмы слияний и поглощений и создания стратегических альянсов, так как с точки зрения российского руководства этот подход одновременно открывает отечественной промышленности доступ к новым технологиям, с которыми зачастую ассоциируется переход к инновационному пути развития национальной экономики.

Главная проблема, на наш взгляд, состоит в том, что российское государство за последние пять лет, взяв курс на построение инновационной экономики, в реальности не сделало практически ничего. За это время чиновники лишь успели принять основные нормативные акты, регулирующие отношения участников инновационной деятельности. «Подобного

рода законы на Западе существовали уже много лет, – отмечает директор департамента стратегии построения информационного общества Министерства информационных технологий и связи РФ Олег Бяхов. – В России же до сих пор не ясен вопрос с правами собственности на продукты интеллектуальной деятельности. Нет никакой нормальной юридической и налоговой среды для инновационных компаний. Если индийская компания, работающая в сфере инноваций, платит в виде налогов около 5-7% своей выручки, то добросовестная российская фирма – все 50%». [8]

В итоге, по словам Бяхова, отечественные компании вынуждены становиться нерезидентами и уходить под защиту более благоприятных налоговых режимов.

«В глобальном инновационном процессе российская экономика оказывается замыкающим звеном», поэтому «необходимы радикальные качественные и количественные изменения национального инновационного процесса, а также освобождение от симптомов «голландской болезни» и некоторых других проблем российского общества». [9, с.15]

Литература:

1. Бекетов Н.В. Формирование инновационной экономики России: попытка осмысления социально-политической эффективности. // Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2011 - №35. С.8.
2. Совещание Совета безопасности РФ, 9 Июня 2010 г. [Электронный ресурс] // Сайт Президента РФ. – URL: <http://kremlin.ru/news/8000> (дата обращения 23.04.2014)
3. Leon Aron. The political economy of Russian oil and gas [Electronic resource] // American Enterprise Institute [Official website]. URL: <http://www.aei.org/outlook/foreign-and-defense-policy/regional/europe/the-political-economy-of-russian-oil-and-gas> (accessed: 15.04.2014).
4. Там же.
5. Investopedia [Electronic resource] // URL:
6. <http://investopedia.com/terms/d/duchdisease.asp> (accessed: 24.04.2014)
7. Бендина Наталья. Россия пытается слезть с «нефтяной иглы» [Электронный ресурс] // РБК daily [Официальный сайт]. URL: <http://rbcdaily.ru/market/562949979062291> (дата обращения 15.04.2014)
8. Ключко О.А. Международные стратегические альянсы — путь к развитию отрасли // Проблемы современной экономики. - 2012. - № 4. - С. 99.
9. Ustyuzhanin Vladimir. Problems and challenges of the Russian economy [Electronic resource] // Radio The voice of Russia [Official website]. URL: http://voiceofrussia.com/2012_02_16/66193193/ (accessed: 15.04.2014)
10. Бекетов Н.В. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России. // Проблемы современной экономики: Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2010. - №26. С.15.

Н. А. Лужинская
СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент
в отраслях и комплексах»
к.э.н., доцент Волкова Л. В.

СИСТЕМА НОРМИРОВАНИЯ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

В данной работе рассматривается система нормирования негативного воздействия на окружающую среду. Значение его как для окружающей среды, так и для здоровья человека и общества.

This report is examining the system of environment standardization. Importance of this system for environment, people's health and society.

Ключевые слова: Охрана окружающей среды, производство, система экологического нормирования, инновации.

Key words: Environment protection. Industry. System of environment standardization. Innovation.

Вопрос охраны окружающей среды в последнее десятилетие остро стоит во всем мире. В России начиная с 90-ых годов 20 века произошло увеличение негативного воздействия на окружающую среду. По данным Министерства природных ресурсов наибольшее влияние оказывает производство и распределение электроэнергии, газа, и воды (47% выбросов твердых веществ); обрабатывающие производства (25,8%); добыча полезных ископаемых (20%). По данным Росгидромета, в 138 городах Российской Федерации (57% городского населения) уровень загрязнения воздуха характеризуется как высокий и очень высокий и только в 9 субъектах высокий и очень высокий уровень загрязнения воздуха городов не отмечен.

В данной работе рассматривается система нормирования негативного воздействия на окружающую среду как совокупность установленных ограничений негативного воздействия на окружающую среду, основанная на применении природоохранных, технологических и санитарно-гигиенических нормативов [10].

Законодательство в области природопользования, охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности формируется на основе нормативно - правовых актов РФ, субъектов РФ, международных договоров и соглашений с учетом специфики экологических, социальных и экономических условий региона, города.

Международное агентство «Transparensy International» присвоило России 3-е место по степени прозрачности и эффективности государственного управления природными ресурсами. Например, США по данному рейтингу занимают только 11-е место» [2].

Экологическая ситуация в Санкт-Петербурге, как и в других мегаполисах страны, далека от идеальной. Такие негативные факторы, как загрязнение воздуха автомобильными выхлопами и песчано-солевой пылью, перенаселённость - приводят к ухудшению качества жизни в городе и ухудшению состояния здоровья петербуржцев. Так например, загрязнение атмосферного воздуха в Петербурге приводит к постоянному росту аллергических и астматических заболеваний у детей и вызывает проблемы со здоровьем у пожилых людей [7].

Петербург в 2013 году признан одним из самых загрязнённых городов России, выбросы в атмосферный воздух составляют 488 тыс. тонн в год. По загрязнению атмосферы Петербург опережают лишь Норильск и Москва. Основным источником загрязнения являются автомобили, на их долю приходится 85,9% выбросов [7].

Высокий уровень загрязнения атмосферного воздуха отмечается вблизи крупных автомагистралей и промышленных зон. Загрязнение приземного слоя воздуха в большой степени зависит от погодных условий. В отдельные периоды, когда метеоусловия способствуют накоплению вредных веществ в приземном слое атмосферы, концентрации примесей в воздухе могут резко возрастать - возникает смог.

В настоящее время подготовлен проект постановления Правительства Российской Федерации об установлении критериев для разграничения объектов государственного экологического надзора, в котором говорится об установлении трех категории объектов негативного воздействия на окружающую среду:

1. экологически особо опасные объекты;
2. объекты, с умеренным уровнем воздействия;
3. объекты, с незначительным уровнем воздействия [3].

Данный законопроект предусматривает:

1. исключение практики установления лимитов выбросов и сбросов;
2. создание системы технологического нормирования с применением показателей наилучших доступных технологий (НДТ);
3. замену установлений индивидуальных разрешений для каждого предприятия декларированием (для объектов с незначительными и умеренными воздействиями) и комплексными разрешениями (для особо опасных объектов);
4. поэтапный переход к новой системе нормирования до 2020 г. [4].

Так же в целях предотвращения негативного воздействия на окружающую среду хозяйственной и иной деятельности для юридических и физических лиц - природопользователей устанавливаются следующие нормативы допустимого воздействия на окружающую среду:

нормативы допустимых выбросов и сбросов веществ и микроорганизмов;

нормативы образования отходов производства и потребления и лимиты на их размещение;

нормативы допустимых физических воздействий;

нормативы допустимого изъятия компонентов природной среды;

нормативы допустимой антропогенной нагрузки на окружающую среду;

нормативы иного допустимого воздействия на окружающую среду [1].

В настоящее время в России в целях внедрения новой системы нормирования согласно законопроекту требуется:

1. ликвидация института установления лимитов;
2. постановка предприятий на учет;
3. повышение экологических платежей за сверхнормативное воздействие;
4. реализация мер экономического стимулирования по переходу на НДС;
5. создание информационно-технических справочников и реестра;
6. внедрение технологического нормирования для предприятий по их желанию.

Внедрение данной системы нормирования требует материального обеспечения, которое формируется за счет установления платы за негативное воздействие на окружающую среду, и объединяет собой несколько платежей, взимаемых за различные виды вредного воздействия. Закон предусматривает следующие виды негативного воздействия: выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ и иных веществ; сбросы загрязняющих веществ, иных веществ и микроорганизмов в поверхностные водные объекты, подземные водные объекты и на водосборные площади; загрязнение недр, почв; размещение отходов производства и потребления; загрязнение окружающей среды шумом, теплом, электромагнитными, ионизирующими и другими видами физических воздействий; иные виды негативного воздействия на окружающую среду [1].

Несмотря на существующие программы по экологической безопасности, на сегодняшний день, ключом к решению экологических проблем является переход к экологически чистым технологиям, внедрению инноваций на производстве. Инновации появились как условие развития, конкурентоспособности и лидерства предприятий для того, чтобы обеспечить их стабильный и продолжительный рост. Возникает вопрос, как можно совместить явления постоянного роста и планетарного развития не учиты-

вая возможности нашей биосферы? В современном обществе ни для кого не секрет, что ресурсы нашей планеты не ограничены. По данным ученых, существующий темп потребления природных ресурсов приведет к их полному истощению уже к 2050 году [10]. Вышесказанное дает понимание того, что инновации должны быть стратегически устойчивы и помогающими решать проблемы XXI века. Поэтому, когда мы говорим об инновациях, которые ориентированы на экологию, мы имеем в виду продукцию, услуги, технологии, которые поддерживают и уменьшают давление на окружающую среду.

В течение последних десятилетий во многих странах происходит обширная наступательная экологизация. Создаются исследовательские центры, подготавливаются научно-технические программы, ориентированные на поддержание экологических инновационных технологий. Конечно, основное направление работ связано с глобальным потеплением и альтернативными источниками энергии. Ведь здесь во многом речь идет о будущем выживании и обеспечении безопасности своей территории. Например, к 2030 году Норвегия стремится стать страной с практически нулевым промышленным выбросом CO₂. Германия ставит перед собой цель к 2040 году перейти на 100% альтернативных источников. Швеция собирается уже в 2020 году перевести большинство домов на бестопливный режим. Правительство Исландии активно поощряет использование зеленых технологий [8]. Для понимания, за счет чего происходит активизация этого движения, следует отметить, что большую роль играет ужесточение норм природоохранного законодательства и субсидии государства. Россия должна разрешить эколого-экономический конфликт, который глубоко заложен в существующей системе и начать переход на новую модель хозяйствования, модель устойчивой экономики, основанной на принципах всестороннего развития и экологизации. Как это может работать? Эко-инновации должны быть частью национальной программы перехода на зеленую экономику. Это серьезный и ответственный шаг. Необходимо начинать инвестирование в энергоэффективность и возобновляемую энергетику, вводить рыночные механизмы, стимулирующие изменение потребительского поведения и продвигающие зеленые или эко-инновации, так как рост отныне должен происходить без интенсивного потребления ресурсов и энергии, то есть за счет зеленых отраслей. У России есть огромный потенциал, как интеллектуальный, так и природный, осталось их раскрыть и научиться применять с пользой для общества и страны.

Россия до сих пор отстает от Европы, так как все еще не может научиться использовать свой уникальный потенциал - человеческий и ресурсный одновременно. Необходимо решительно отойти от сырьевой за-

висимости и сфокусировать свое внимание на новых возможностях, истекающих из вызовов XXI века. Нужно признать тот факт, что от настоящих решений зависит весь курс исторического становления России как державы, заботящейся о благосостоянии своего народа, будущих поколений. Вопросы интеграции устойчивого развития в план национального развития должны рассматриваться одновременно с вопросами национальной безопасности, учитывать будущие неизбежные кризисы, вызванные нарастающей нехваткой воды и продовольствия, истощающимися природными ресурсами и накаляющейся демографической обстановкой в отдельных регионах. Развивая стратегически устойчивые направления, которые способны обеспечить экономическую и геополитическую безопасность, страна сможет укрепить нынешний и будущий потенциал человеческих потребностей. Как следствие, решения должны быть направлены на улучшение качества жизни людей через восстановление общей среды обитания, повышения уровня ответственности на уровне предпринимательства и бизнеса.

Литература:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 10 января 2002 № 7 «Об охране окружающей среды».
2. Доклад Министра природных ресурсов Ю.П.Трутнева в Государственной Думе РФ в рамках «правительственного часа» 17.11.2010 г.
3. Проект постановления Правительства Российской Федерации «Об установлении для целей государственного экологического надзора категорий хозяйственной и иной деятельности, осуществляемой юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями и гражданами, и критериев, на основании которых определяются категории».
4. Пояснительная записка к проекту федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части совершенствования законодательства в области охраны окружающей среды и мер экономического стимулирования хозяйствующих субъектов».
5. «Петербург занимает 3 место» [Электронный ресурс] // Деловой Петербург. – 2013. – 6 августа – Режим доступа: http://www.dp.ru/a/2013/08/06/Peterburg_zanjat_trete_me/.
6. «Топ 5 самых «зеленых стран мира» [Электронный ресурс] // XAGE. – Режим доступа: <http://xage.ru/top-5-samyih-zelenyih-stran-mira/>.
7. «Система нормирования негативного воздействия на окружающую среду» [Электронный ресурс] // "Модельный закон о предотвращении и комплексном контроле загрязнений окружающей среды". - Принят в г. Санкт-Петербурге 25.11.2008 Постановлением 31-8 на 31-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
8. Лямур Р. «Об устойчивом развитии и эко-инновациях» [Электронный ресурс] // Экоград Аркона. – 2011. – 13 апреля – Режим доступа: <http://eco-capital.ru/>.

Т. П. Ляпина

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»

к.э.н., профессор Быстров В. Ф.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ

Статья посвящена формированию стратегических альянсов – новой, мягкой формы интеграции участников инновационного процесса - исследовательских и научных учреждений, коммерческих предприятий, государственных и отраслевых структур с целью создания конкурентоспособных образований, способных успешно взаимодействовать на внутреннем и международных рынках.

The article is dedicated to strategic alliances – a new, soft integration form of innovation activity participants – research and scientific institutions, commercial entities, governmental and industrial bodies with the goal of creating competitive structures, which are capable to successfully co-operate on the domestic and international markets.

Ключевые слова: стратегические альянсы, кооперационные стратегические альянсы, альянсы на слиянии некоторых активов предприятий, мягкие формы интеграции предприятий, консорциумы, глобальные цепочки стоимости, технологические платформы.

Key words: Strategic Alliances, co-operation alliances, equity alliances, soft company integration forms, consortia, Global Value Chains – GVCs, Technology Platforms

В последнее время в России можно заметить активно проявляющийся интерес к роли инноваций при осуществлении экономической политики. В настоящее время осуществляется ряд мероприятий по развитию инновационной инфраструктуры в форме особых экономических зон, технопарков. Периодически проводятся конкурсные мероприятия среди образовательных учреждений, связанные с финансированием различных инновационных программ в рамках действующей инновационной политики. Делаются попытки изменить правовое регулирование результатов инновационной деятельности. На стадии проектирования сейчас находятся налоговые преференции, таможенное регулирование участников инновационной предпринимательской деятельности. Существенное внимание проявляется к обсуждению перспектив развития науки, к реформам в этой сфере. Вместе с тем не всегда принимаются к сведению особенности участников инновационного предпринимательства. Необходимо формирование четкой, сбалансированной и гибкой политики в сфере стимулирования и поддержки инновационной деятельности, как на уровне страны в целом, так и на уровне отдельных регионов. Эта политика должна исходить из существующего на данный момент потенциала у отечественных науки, образования, промышленных предприятий и малых наукоемких компаний [4, с. 13].

Для дальнейшего развития экономики страны необходима целенаправленная политика поддержки развития и использования наукоемких

технологий, инновационной предпринимательской деятельности, исходя из реального спроса на них. Необходимо всячески усиливать взаимодействие науки, бизнеса и образования. В частности путем формирования стратегических альянсов, консорциумов, государственно-частных партнерств, цепочек стоимости, инновационных кластеров и других мягких форм интеграции предпринимательства, науки, государства и отраслевых ассоциаций.

Уже в 80-90-х годах предыдущего столетия стало известно, что стратегические альянсы – это довольно неплохой вариант, способный обеспечить международное сотрудничество, учитывая обостренную конкуренцию и нестабильность на рынке [1, с. 27-28]. Исходя из характеристик, присущих стратегическим альянсам, можно сделать вывод, что на данный момент стратегические альянсы один из главных инструментов по обеспечению взаимосвязи и повышения конкурентоспособности компаний в современной предпринимательской среде.

Стратегические альянсы, в отличие от слияний и поглощений, - это мягкая форма сотрудничества между фирмами, которая способна позволить более эффективно использовать сильные стороны друг друга, решать стратегические задачи с помощью друг друга и различные вопросы, связанные с совместной деятельностью [1, с.30-31].

Благодаря альянсам компании могут быстрее ориентироваться в изменяющихся условиях, а также совершать прорывы в технологической сфере, свободно преодолевая границы стран и союзов. Это позволяет быстрее и качественнее осваивать иностранные рынки сбыта и делить между собой как риски, так и полученные выгоды.

К сожалению, в законодательстве России нет конкретной юридической формы для сотрудничества, что не позволяет четко регламентировать права сторон. Зато это дает почву для размышлений по поводу совершенствования инновационной деятельности

Формирование альянсов и других подобных структур с привлечением банков и других финансовых институтов, может позволить разрешить проблему в отношении эффективного использования материальных и нематериальных активов. Необходимо также обеспечить взаимосвязь стратегических альянсов, бизнеса и науки. Это позволит создать новые конкурентные преимущества, как для самих хозяйствующих субъектов, так и для территории, создания уникальных комбинаций комплементарных активов, развития технологий и экспансии на национальные и мировые рынки [3].

Ни для кого не секрет, что стратегические альянсы с западноевропейскими ТНК являются важным звеном в международных отношениях в целом. По данным ЮНКТАД и ОЭСР сформировано около 40 % альянсов в мире именно с участием Европейского союза. Стратегические альянсы

ТНК ЕС оказывают существенное влияние на развитие мировой автомобильной, фармацевтической и биологической отрасли, а также играют значительную роль в мировом секторе ИКТ [2, с. 224].

Нужно последовать примеру ЕС и создать некую единую, всеобъединяющую исследовательскую инфраструктуру, которая бы содержала в себе высшие учебные заведения, научные центры и бизнес.

Также не будет являться новостью то, что было России давно нужно перейти именно на инновационный путь развития. Это нужно для того, чтобы представлять интерес для зарубежных стран как партнера по бизнесу. Сейчас уже недостаточно просто входить в глобальные цепочки стоимости (Global Value Chains - GVCs) в качестве начальных элементов. К сожалению, пока похвастаться достижениями в этой области не удастся. Успешные стратегические альянсы, состоящие из партнеров по бизнесу и научно-исследовательских центров, пока не находят свое место в России.

Литература:

1. New Patterns of Industrial Globalisation. Cross-border Mergers and Acquisitions and Strategic Alliances / OECD-Organisation for Economic Co-operation and Development. – 2001. – С. 27-28, 30-31.
2. Harvard Business Review on Strategic Alliances. Boston: Harvard Business School Press. - 2002, 26th February. – С. 224.
3. Бреннан Дж., Бьюкенен Дж. // Причина Правил. Конституционная политическая экономия // СПб.: Экономическая школа. - 2005.
4. Гарретт Б., Дюссож П. // Стратегические альянсы: Пер. с англ. // – М.: ИНФРА-М. - 2002. - С.13.

В. А. Мещерякова

СПбГЭУ, программа «Инновационный менеджмент»

д.э.н., доцент Шматко А.Д.

ЭНЕРГОСЕРВИСНЫЙ КОНТРАКТ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Энергосервисный контракт является наиболее рациональным решением для энергосбережения на предприятиях, т.к. финансирование берет на себя энергосервисная компания. В данной работе рассмотрены основные аспекты энергосервисного контракта, его особенности и механизм финансирования.

Energy service contract is the most rational solution for energy savings in enterprises, as financing takes on an energy service company. This article focuses on the basic aspects of the energy service contract, its features and financing way.

Ключевые слова: энергосервис, энергосбережение, энергоэффективность.

Key words: energy service, energy saving, energy efficiency.

В настоящее время энергосервисный контракт является одним из ключевых механизмов энергосбережения и повышения энергетической эффективности. Правовые основы его заключения и использования в российской практике регламентированы статьей 19 261-ФЗ "Об энергосбережении...", которая так и именуется "Энергосервисный договор (контракт)" [1, с. 40]. Предметом энергосервисного контракта являются комплекс мероприятий, проводимых за счет энергосервисной компании, которые направлены на повышение уровня энергосбережения и энергоэффективности на объекте Заказчика.

Традиционно все вопросы по энергосберегающим мероприятиям, проведению энергоаудита и реализации намеченных проектов решает главный энергетик предприятия. При выполнении таких задач, предприятие использует свои собственные средства, а также несет риски по реализации программы энергосбережения. Подход на основе энергосервисных контрактов позволяет возложить весь комплекс необходимых мероприятий и риски по достижению заявленных результатов на специализированную энергосервисную компанию, выручка которой полностью определяется успехом энергосбережения на объектах их клиентов. В среднем энергосервисные контракты заключаются на срок от 6 месяцев до 5 лет.

Комплекс услуг включает в себя проведение энергетического обследования, разработку механизмов финансирования и внедрения энергосберегающих мероприятий, а также мониторинга и подтверждения результатов.

Энергосервисный контракт должен содержать следующие пункты:

1. Величина экономии энергетических ресурсов, обеспечиваемая исполнителем в результате энергосервисного договора;
2. Условие о сроке действия контракта, который должен быть не менее чем срок, необходимый для достижения величины экономии энергетических ресурсов;
3. Обязанности исполнителя по обеспечению согласованных сторонами режимов использования энергетических ресурсов;
4. Обязанности исполнителя по установке и вводу в эксплуатацию приборов учета используемых энергетических ресурсов;
5. Цена услуг исполнителя, исходя из достигнутой экономии энергетических ресурсов.

Важным аспектом контракта является финансирование, которое происходит за счет энергосервисной компании, не затрагивая собственные средства предприятия. Энергосервисная компания, в свою очередь, напрямую заинтересована в качественном выполнении комплекса работ, так как окупаемость проекта и полученная прибыль напрямую зависят от размера сэкономленных заказчиком средств. Основные выгоды для потребителя при заключении энергосервисного контракта можно сформулировать следующим образом:

- Экономия средств предприятия;
- Оплата мероприятий по повышению энергоэффективности за счет будущих накоплений;
- Сокращение расходов на ремонт устаревшего оборудования;
- Получение услуги качественного управления строительным и монтажным проектом;
- Техническая подготовка операционного персонала. [2]

Устранение пробелов в законодательстве, создание инвестиционных стимулов и донесение информации о преимуществах энергосбережения до потенциальных клиентов поможет в обозримом будущем сформировать полноценный рынок энергосервисных контрактов, обеспечивающий энергосбережение во всех отраслях российской экономики.

Литература:

1. Федеральный закон от 23.11.2009 N 261-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.01.2014). Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс» (дата обращения: 27.03.14).

2. Биржа Инновационных Решений [Электронный ресурс] –Свободный доступ из сети Интернет. – <http://solex-un.ru/energo>.

А. Ю. Моисеева

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент в отраслях и комплексах»
д.э.н., профессор Растова Ю.И.

КРІ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ

В данной статье рассмотрены возможности оценки уровня управления инновационным развитием организации с использованием ключевых показателей эффективности.

This article discusses the possibility of assessing the level of innovative development of organization using key performance indicators.

Ключевые слова: управление результативностью, ключевые показатели эффективности, система КРІ, процессный подход, инновационная деятельность.

Keywords: performance management, key performance indicators, the system КРІ, process approach, innovative activity.

Система ключевых показателей эффективности (Key Performance Indicators, КРІ) считается сегодня универсальным способом оценки мотивации

персонала. Методика управления результативностью организации и мотивации персонала, получившая название КРІ возникла в 80 годы 20 века в рамках концепции управления по целям (Management by Objectives)

Ключевой показатель эффективности – оценочный критерий достижения цели, используемый для определения эффективности деятельности, поддающийся количественному измерению и являющийся значимым с точки зрения долгосрочных и среднесрочных задач. Показатели КРІ являются измерителями целей определенных стратегией развития и плановых значений [2].

На основе системы КРІ решаются задачи:

- оценка достижения стратегических целей организации;
- мониторинг и контроль реализации стратегии организации;
- создание должной мотивации менеджмента организации с учетом ориентации сотрудников на достижение приоритетных целей организации.

Существенный вклад в создание теории о ключевых показателях эффективности внес Д. Парменгер, генеральный директор и управляющий директор компании Waymark Solutions, опубликовавший результаты исследований в своей книге "Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрение и применение решающих показателей" [5].

КРІ получила развитие в начале 90-х годов 20 века с появлением системы сбалансированных показателей (Balanced Scorecard), которая была разработана профессором Harvard Business School Р. Капланом и президентом консалтинговой фирмы Renaissance Solutions Д. Нортонем) [4]. Ключевые показатели эффективности в системе сбалансированных показателей служат инструментом достижения стратегических целей организации [6].

Наиболее последовательно используется система КРІ при реализации процессного подхода в управлении. Процессный подход в управлении – подход, при котором деятельность любой компании рассматривается как сети бизнес-процессов, связанных с целями и миссией этой компании. Согласно стандарту ИСО 9001:2000, применение системы процессов в рамках организации, совместно с идентификацией и взаимодействием этих процессов, а также управления ими, может быть представлено как «процессный подход» [3, с. 4].

Одним из ключевых бизнес-процессов организации является ее инновационное развитие.

Инновационное развитие – усиление инновационных возможностей для достижения целей развития организации. К направлениям инновационного развития относятся:

- анализ, мобилизация и совершенствование инновационного потенциала, включая его человеческий капитал;
- анализ и улучшение инновационного климата, чтобы можно было проявить свои потенциальные возможности;
- комплекс созданных и реализованных новшеств;
- накопление интеллектуального капитала, множество творческих коллективов и инновационных организаций [7, с. 1].

Движущей силой инновационного развития является инновационная деятельность. Инновационная деятельность – деятельность (включая научную, технологическую, организационную, финансовую и коммерческую деятельность), направленная на реализацию инновационных проектов, а также на создание инновационной инфраструктуры и обеспечение ее деятельности [1].

В ходе инновационной деятельности должны достигаться следующие цели:

- замещение видов продукции, снимаемых с производства;
- расширение ассортимента;
- разработка продукции, безопасной для окружающей среды;
- поддержание доли рынка;
- увеличение доли рынка;
- выход на новые рынки;
- повышение гибкости производства;
- снижение издержек производства за счет;
- повышение качества продукции;
- улучшение условий труда;
- снижение вреда для окружающей среды.

С позиции процессного подхода в инновационной деятельности можно выделить следующие стадии: инициирование, обоснование, реализация.

На первой стадии нужно оценить активность научно-технических подразделений и их сотрудников. Оценка усилий на этапе инициирования может быть дана путем определения числа и удельного веса инновационных проектов, отклоненных при формировании плана инновационного развития. Среди причин могут быть:

- отсутствие новизны предлагаемых технических решений;
- невозможность использования инновационного продукта;
- отсутствие потребности в предлагаемом научно-техническом решении;
- несовместимость предлагаемой новой техники, технологий с используемыми техникой, технологиями.

На этапе обоснования инновационное развитие организации может оцениваться по показателю «цена работ, не подтвержденная экспертами». Чем меньше число неподвижных цен (в процентах к заявленным ценам работ), тем эффективнее достигается одна из целей управления инновационным развитием организации – минимизация расходов.

На стадии реализации инновационного проекта к оценочным показателям относятся:

- число работ (проектов), завершение которых перенесено на будущее или которые выполнены частично и прекращены;
- число незавершенных и не начатых работ;
- число работ, по которым нарушены сроки, не признаны положительные результаты;
- работы, результаты которых не используются в производственной деятельности.

Превышение фактической величины над контрольным значением свидетельствует о неудовлетворительной деятельности.

Использование КРІ в инновационном развитии организации способствует совершенствованию управленческого мастерства и способствует переходу от управления по целям к управлению по ценностям.

Литература:

1. О науке и государственной научно-технической политике : Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ (ред. от 02.11.2013).
2. Методические указания по применению ключевых показателей эффективности государственными корпорациями, государственными компаниями, государственными унитарными предприятиями, а также хозяйственными обществами, в уставном капитале которых доля участия Российской Федерации, субъекта Российской Федерации в совокупности превышает пятьдесят процентов / Росимущество. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rosim.ru/documents/143749>.
3. Международный стандарт ISO 9001:2000 Системы менеджмента качества- требования : неофициальный перевод для учебных целей. [Электронный ресурс]. URL: <http://niits.ru/public/2003/069.pdf>.
4. Каплан Р.С. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д.П. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2013. – 314 с.
5. Пармендер Д. Ключевые показатели эффективности. Разработка, внедрение и применение решающих показателей. – М. : Олимп-Бизнес, 2009. – 264 с.
6. Чехонин П. И. Balanced Scorecard – басня для современного менеджера, интернет-журнал. [Электронный ресурс]. URL: <http://balanced-scorecard.ru/taxonomy/term/5?page=4>.
7. Шаранин А. С. Механизм инновационного развития организации. [Электронный ресурс]. URL: <http://nsportal.ru/vuz/ekonomicheskie-nauki/library/mehanizm-innovacionnogo-razvitiya-organizacii>.

К. А. Ныров

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент
в отраслях и комплексах»
к.э.н., доцент Шматко А.Д.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИКИ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПУТЕМ МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУХАММАДА ЮНУСА

В статье рассмотрена практика поддержки предпринимательства путем микрокредитования на основе деятельности Юнуса Мухаммада. Изучена суть понятия «социальный бизнес». Рассмотрена теоретико-практическая концепция поддержки предпринимательства путем микрокредитования на основе деятельности Юнуса Мухаммада.

The article considers the practice to support entrepreneurship through microcredit activities based on Muhammad Yunus. Studied the essence of the concept of "social business." Considered theoretical and practical concept to support entrepreneurship through microcredit activities based on Muhammad Yunus.

Ключевые слова: микрокредитование, финансирование, кредит, М.Юнус.

Keywords: microcredit financing, credit, M.Yunus.

Мухаммад Юнус родился в Бангладеше в 1940 году. Получив западное образование и став доктором экономических наук, он в 1974 году возвратился в Багладеш, добившийся к тому времени независимости, чтобы принять участие в становлении молодого государства. Некоторое время М. Юнус преподавал на экономическом факультете Читтагонгского университета, однако в скором времени он обратил внимание, что одной из главных проблем Бангладеша была тотальная бедность, которая создавала большое социальное напряжение в обществе. Также М.Юнус заметил, что бедные — достаточно трудолюбивые люди, которые постоянно ищут возможность заработать, однако не могут выбраться из бедности из-за зависимости от ростовщиков, услугами которых они вынуждены были пользоваться. Так, М.Юнус пришел к мысли, что средством борьбы с бедностью может стать программа предоставления небольших займов, которые могли бы содействовать стабилизации финансового положения бедняков — в первую очередь, благодаря созданию своего дела (рукоделие, ремесло, выращивание овощей и т.д.). Однако все его попытки убедить банки в необходимости предоставления кредитов беднякам обернулись неудачей — банки не верили в платежеспособность бедняков. Такую реакцию банков М. Юнус интерпретировал как величайшую несправделивость, финансовый апартеид, когда в силу своего положения, большая часть населения страны была отрезана от финансовых услуг, а значит лишена возможности качественно изме-

нить свою жизнь. И тогда М.Юнус решил действовать самостоятельно. Первый свой кредит в размере эквивалентном 27 долларам США М.Юнус выдал из своего кармана и этой суммы оказалось достаточно, чтобы погасить займы 42 бангладешских бедняков. В 1976 году М.Юнус сумел убедить управляющего одного из банков открыть на его платформе экспериментальную финансовую организацию, специализирующуюся на предоставлении кредитов беднякам, которая получила название Грамин Банк. По состоянию на 2012 год Грамин Банк имел уже 2500 отделений, его услуги охватывали 7 млн бедняков из 78 тысяч бангладешских сел, объем кредитного портфеля составил 6 млрд долларов США, и, что самое необычное, уровень возврата кредитов составил 98,6% [2]. Более того, успех Грамин Банка стал основой для разработки концепции микрокредитования и социального бизнеса, о которых автор и рассуждает на протяжении книги.

В целом не отрицая экономического преимущества капитализма, М. Юнус указывает на его односторонность, выражающуюся в направленности на максимальное извлечение прибыли, что приводит к тому, что экономическая модель начинает обслуживать преимущественно имущие, платежеспособные, слои населения, отодвигая на задний план малоимущих, несмотря на количественное большинство последних. В подтверждение своих слов М. Юнус приводит следующую статистику по глобальному распределению доходов: 94% всех мировых богатств получают 40% людей, остальные 60% получают лишь 6% материальных ценностей, притом половина населения мира живет на 2 доллара в день или меньше, а почти миллиард людей существует на сумму менее одного доллара в день [1].

Критика существующих подходов к решению социальных проблем По мнению М.Юнуса, существующие институты не способны предложить качественное решение проблемы бедности как и любой другой социальной проблемы: государство — в силу своей низкой эффективности, бюрократизма, склонности к самовоспроизводству и коррумпированности; некоммерческие организации — из-за зависимости от стороннего финансирования и высоких побочных расходов; корпоративный бизнес — из-за конфликта со своей основной целью — извлечением максимальной прибыли[1]. Кроме того, М. Юнус критикует общераспространенную концепцию по борьбе с бедностью за счет создания рабочих мест, при которой на малоимущих смотрят как на объект воздействия, вместо того чтобы относиться к ним как к независимым субъектам деятельности, способным стать самозанятыми предпринимателями и даже создавать рабочие места для других.

Для разрешения данного противоречия М.Юнус предлагает концепцию социального бизнеса, когда для решения определенной социальной проблемы создается компания, оказывающая услуги или продающая товары на возмездной основе, также как любая другая компания, принадлежащая к традиционному бизнесу, но имеющая своей целью не максимальное извлечение прибыли, а именно решение той социальной проблемы, для решения которой она была создана (потребители — в первую очередь социально незащищенная группа). Такая компания должна быть самоокупаемой, чтобы не зависеть от стороннего финансирования как некоммерческие организации, и по возможности приносить прибыль, которая не распределяется в виде дивидендов между владельцами, а используется для дальнейшего развития деятельности, а со временем - возврата инвестиций своим инвесторам. Благодаря такому подходу благотворительность приобретает новый смысл, который будет заключаться в инвестировании в социальный бизнес вместо системы безвозмездных пожертвований в благотворительные организации, когда целевой адресат получает в лучшем случае 50% пожертвованных средств[2].

Примечательно, что современная банковская система оказалась не в состоянии понять концепцию М.Юнуса относительно предоставления займов малоимущим слоям населения. С точки зрения банков, малоимущие не обладали достаточной платежеспособностью для того, чтобы гарантировать возвратность выданных им кредитов. Мухаммад Юнус вместо вопроса «Кредитоспособны ли бедняки?» он задал себе вопрос: «Способны ли банки служить людям?», что позволило ему по новому посмотреть на практику предоставления кредитов. Это стало возможным благодаря тому, что сам М.Юнус не имел никакого представления о банковской деятельности, а руководствовался лишь здравым разумом и личными убеждениями. И тем не менее уже сама по себе готовность выдавать кредиты малоимущим была революционным шагом с точки зрения привычного экономического мышления, поскольку она означала отказ от традиционного представления о том, что кредит не может быть предоставлен без залогового обеспечения.

Второй составляющей подхода М. Юнуса к кредитованию малоимущих стало предоставление займов исключительно для развития предпринимательства в виде простейшей самозанятости, в то время как банковская система ориентирована в первую очередь на предоставление потребительских кредитов. Более того, взаимодействие Грамин-банка с малоимущими не заканчивалась предоставлением необходимой суммы денежных средств, а только начиналась, поскольку сотрудники банка ставили своей целью изменение образа жизни своих клиентов за счет создания

системы развития и обучения предпринимательства — и не в офисах банка, а в домах своих клиентов. Иными словами, концепция М. Юнуса позволяла малоимущим создавать платежеспособность, необходимую для обеспечения возвратности займов, в то время как банки оценивали платежеспособность и искали возможность искусственно ее завязать через предоставление залогового обеспечения.

Таким подходом к развитию предпринимательства М.Юнус бросает вызов еще одной фундаментальной догме современной экономической теории, согласно которой экономика — это взаимодействие фирм (производство) и домохозяйств (потребление), что игнорирует такую важнейшую составляющую живого организма экономики как предпринимательство, которое, по мнению М. Юнуса, доступно каждому человеку как наилучшее средство реализации инициативы и творческого потенциала.

Примечательно, что 97% клиентов Грамин Банка — женщины. М. Юнус объясняет такую гендерную градацию тем, что когда мужчины получают деньги, они имеют тенденцию расходовать их в первую очередь на себя, а когда деньги получают женщины, они руководствуются интересами семьи, в первую очередь детей, и более ответственны в плане исполнения обязательств. И это третий вызов Мухаммеда Юнуса существующей экономической системе, где основная роль отводится мужчинам[2].

По мере развития микрокредитования в мире стали появляться микрофинансовые организации, которые, декларируя своей целью достижение определенных социальных целей, стали предоставлять займы под высокий процент, аргументируя этот шаг уменьшением сроков вывода организации на самоокупаемость и повышением инвестиционной привлекательности для сторонних инвесторов. Несмотря на то, что по своей структуре и объявленной цели такие микрофинансовые организации могут показаться близки к социальному бизнесу, на самом деле они являются компаниями, ориентированными на максимальное извлечение прибыли, чем на решение социальных проблем, т.е. по сути являются «скрытыми» ростовщиками. Примером таких микрофинансовых организаций являются кредитные кооперативы, получившие широкое распространение на постсоветском пространстве, в том числе в Беларуси, которые предоставляют займы под более высокий, чем в банке, процент и используют, как правило, все виды обеспечения займа — неустойку, поручительство, залог.

Литература

1. Юнус М. Создавая мир без бедности: Социальный бизнес и будущее капитализма – М., 2010 - 307 с.
2. Савкин А. Кому не страшен грабительский процент. Мухаммад Юнус Кредиты нищим // <http://www.forbes.ru/taxonomy/term/2608>

К. А. Обухов

СПбГЭУ, программа «Инновационный менеджмент»

д.э.н., доцент Шматко А.Д.

ПЕРЕХОД К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

Экономика знаний является последней на данный момент стадией развития мировой экономики. В данной работе рассмотрены основные предпосылки перехода к экономике знаний, ее особенности и сравнение с традиционной индустриальной экономикой.

The knowledge economy is currently the latest stage of development in global economic restructuring. This article focuses on prerequisites of shifting to the knowledge economy, its specific features and comparing it to the traditional industrial economy.

Ключевые слова: интеллектуальные ресурсы, экономика знаний, глобализация.

Key words: intellectual resources, knowledge economy, globalization.

Многие ученые и экономисты считают, что при переходе к новой ступени развития человечества – от индустриального к информационному обществу – решающая роль будет принадлежать новой экономике, которая основана на знаниях. В ней основными процессами становятся производство, распределение и использование знаний. Значительные перемены, связанные с замещением труда знаниями, заключаются в том, что в условиях вовлечения знаний в переработку ресурсов именно знания, а не труд (как ресурсный фактор) начинают выступать в качестве источника стоимости. [1, с. 26]

Экономика знаний представляет собой глобальную совокупность отраслей, характеризующихся большим по сравнению с материально-вещественными элементами вкладом человеческого капитала. В такой экономической системе значительно уменьшается доля живого труда в выпускаемой продукции, сокращается прямое участие людей в процессах добычи ресурсов, промышленном производстве и предоставлении услуг. При этом ответственность работников возрастает, а требования к их квалификации повышаются.

По данным Всемирного банка и Программы развития ООН (ПРООН), сегодня на планете физический капитал, или накопленные материальные блага, составляет лишь 16 % общего достояния, природные богатства – 20 %, человеческий же капитал, или накопленные вложения в человека, – 64 %. Во многих развитых странах доля последнего достигает 80 %. Объем мирового рынка высоких технологий по разным оценкам составляет 3–4,5 трлн долл. США. В настоящее время доля России на этом рынке составляет около 0,3–1 %, доля США, для сравнения – 39%.

Если провести анализ глобальной экономики за последние 50 лет, то можно выделить следующие 4 предпосылки становления экономики знаний:

1. Превращение знаний в основной фактор производства. В первую очередь сущность новой экономики отражает именно рост значения зна-

ний для создания общественного богатства, качественное изменение роли знаний, обретение ими ведущего производственного фактора. В этой области можно выделить следующие особенности экономики знаний: применение знаний к управлению, обретение теоретическим знанием роли непосредственного производственного фактора, доминирование знаний в формировании затрат и результатов предприятий.

2. Развитие информационного сектора экономики. Последние 30 лет мирового развития ознаменовались бурным развитием информационно-коммуникационного сектора экономики. Важнейшие следствия развития информационных технологий – расширение возможностей для глобализации экономической деятельности, значительное увеличение скорости и качества коммуникаций, рост оборота в сфере электронной коммерции, развитие сетевых и виртуальных предприятий.

3. Формирование постэкономической системы ценностей. Становление нового постиндустриального общества связано с формированием новых общественных ценностей, новых социальных структур и нового социального противостояния. Высокий уровень жизни развитых стран, длительный период роста благосостояния привели к тому, что на первый план выходят нематериальные потребности. Забота о материальном благосостоянии и физической безопасности уступила место заботе о качестве жизни.

4. Глобализация. В контексте перехода к новой экономике под глобализацией понимается переплетение стран и народов мира, ставшее возможным в результате резкого снижения транспортных и коммуникационных затрат, устранения искусственных преград на пути трансграничного потока товаров, услуг, капитала, знаний и людей. Данное явление органично привело к необходимости использовать интеллектуальный капитал как средство обеспечения устойчивого развития и конкурентных преимуществ в условиях обострившейся конкуренции. [2, с. 12]

Наглядное сравнение основных характеристик индустриальной и новой экономик приведены в Таблице 1.

Таблица 1.

**Сравнение основных характеристик индустриальной
и инновационной экономик**

Характеристика	Индустриальная экономика	Экономика знаний
Стратегические факторы экономического роста	Производственный опыт	Научные знания
Доминирующий капитал	Физический	Интеллектуальный
Преобладающие активы	Материальные	Нематериальные
Основные конкурентные преимущества	Промышленные технологии	Технологические и управленческие инновации

Характеристика	Индустриальная экономика	Экономика знаний
Основные стратегии в мировой экономике	Перелив капитала и собственности	Перелив знаний и технологий
Формула производства	Капитал и труд	Капитал и интеллект
Инновационный процесс	Периодический, на функциональном уровне	Постоянный, на корпоративном уровне

Экономика знаний характеризуется нестабильностью внешней среды, усилением конкуренции между субъектами хозяйственных отношений, сокращением жизненного цикла продуктов и услуг. В новых условиях предприятиям становится все сложнее развивать и сохранять конкурентные преимущества, что связано с удорожанием и ограниченностью материальных ресурсов. В новой экономике интеллектуальные ресурсы, опыт и знания имеют определяющее значение и напрямую связаны со стоимостью организаций и их конкурентными преимуществами. Это ставит новые проблемы перед наукой менеджмента, поскольку интеллектуальными ресурсами невозможно управлять с помощью традиционных методов. Необходимы новые подходы для процедур оценки интеллектуальных ресурсов, а также эффективности инвестиций в них. Процесс управления формированием и развитием интеллектуальных ресурсов российских организаций нуждается в научных рекомендациях, основанных на изучении устойчивых тенденций и закономерностей развития этого вида капитала.

Литература:

1. Владыка М.В. Интеллектуальный капитал в инновационной экономике: монография. – Белгород: Константа, 2010. – 84 с.
2. Макаров А.М. Интеллектуальный капитал организации: сущность, измерение, развитие. – Ижевск: Изд. дом «Удмуртский университет», 2005. – 110 с.

Н. Ю. Пасечнюк

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент (предпринимательство и управление строительством)»

д.э.н., профессор Селютина Л. Г.

**ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ
ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ
В СФЕРЕ ВОСПРОИЗВОДСТВА ЖИЛИЩНОГО ФОНДА**

В работе рассматривается инновационный подход к формированию системы управления инвестиционными процессами в сфере воспроизводства жилищного фон-

да с использованием инструментария, предлагаемого социально-экономическим моделированием.

In this paper we consider an innovative approach to formation of the system of investment process management in the sphere of reproduction housing using tools offered by socio-economic modelling.

Ключевые слова: жилищный фонд, воспроизводство, инвестиции.

Key words: housing Fund, reproduction, investment

Для того что бы создать систему регулирования развития инвестициями в строительстве нужно в первую очередь опираться на рыночную статистику, которая характеризует как инвестиционный цикл, так и рынки инвестиционно-строительной сферы. Одним из наиболее адекватных способов управления инвестициями является регулирование инвестиционной привлекательности экономической системы путем разработки методики оценки инвестиционной привлекательности и выявления факторов, на которые необходимо воздействовать для получения желаемого результата функционирования инвестиционного процесса.

Система управления должна соответствовать следующим принципам:

1. Направленность действия субъекта системы управления на достижение поставленных целей;
2. Постоянный и непрерывный контроль принимаемых решений и параметров инвестиционного процесса, сопоставление их с планом и исправление несоответствий;
3. Мотивация всех участников инвестиционного процесса путем морального и материального поощрения, заключающегося в дополнительном субсидировании, предоставлении льгот и т.д. для инвесторов;
4. Гибкость организационная структуры;
5. Комплексность процесса управления, планирование, контроль, регулирование, анализ через единую базу на всех этапах управления.

Соблюдать вышперечисленные требования возможно путем:

1. Прогнозирования будущих объемов инвестирования;
2. Эффективного распределения финансовых ресурсов городского бюджета;
3. Определения направления и форм размещения капитала на основе оценки инвестиционно-привлекательной сферы воспроизводства жилищного фонда города [1, с.138].

Инвестиционная привлекательность объекта существенно возрастает или снижается под влиянием некоторых факторов влияющих на инвестиционный процесс (табл. 1).

Для того что бы спрогнозировать и спланировать объемы инвестиций в воспроизводство жилищного фонда, нужно определить систему по-

казателей, по которым будут характеризоваться инвестиционная привлекательность. Такие как, сведения о состоянии: жил. Фонда, о воспроизводстве жил. Фонда города и о ситуации на рынке [2, с.251].

Таблица 1

Факторы инвестиционной привлекательности

Макроэкономические	Рост экономического развития страны и региона за счет цикличности процессов в экономической динамике
	Увеличение темпов роста внутреннего валового продукта и национального дохода
	Государственная поддержка
	Минимизация налога на прибыль
Финансовые	Высокая рентабельность активов, продукции
	Увеличение прибыли предприятий инвестиционно-строительного комплекса
	Увеличение собственных финансовых ресурсов
Производственные	Антимонополизация
	Увеличение объемов продукции
Инвестиционные	Увеличение инвестиционной деятельности
	Поддержание конкуренции и сегментации на должном уровне
	Снижение ставки процента на финансовом рынке
Экологические	Низкий уровень экологической напряженности в отрасли
Инновационные	Интенсификация темпов технологического роста

Перечисленный комплекс данных, позволит по нашему мнению, спланировать объемы жилищного фонда которым требующего проведения ремонтных работ на определенный период времени, потребности в инвестициях, а так же учитывать приоритеты инвестиционного проекта в зависимости от социальной значимости.

Процесс управления инвестиционной деятельностью является системой главных элементов, принимающих участие в регулировании разработки и реализации инвестиционных решений. Автором предлагается структура механизма управления инвестиционной деятельностью, состоящая из следующих элементов:

- экономического регулирования инвестиционной деятельности;
- нормативно–правового регулирования инвестиционной деятельности;
- организационного регулирования инвестиционной деятельности.

Данная модель системы управления инвестиционными процессами в сфере воспроизводства жилищного фонда позволяет прогнозировать уровень инвестиционной привлекательности и дает возможность определить ожидаемый приток капитала. Сравнение выявленного значения с потребностями воспроизводственной сферы в инвестициях отражают необходимость проведения дальнейших мероприятий. Если ожидаемый объем инвестиций окажется меньше необходимого, то экономическая система находится в ожидании изменений, которые будут направлены на улучшение инвестиционной привлекательности. Однако, если ожидаемый объем инвестиций окажется больше необходимого, следует ограничить инвестиционную деятельность во избежание перенасыщения экономической системы инвестиционными ресурсами.

Литература:

1. Инвестиционный менеджмент: учебник / Н.И. Лахметкина. М.: КНОРУС, 2014. – 264 с.
2. Управление инвестиционной деятельностью: учебник / Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова. М.: КНОРУС, 2005. – 384 с.

И. Е. Пригодин

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент в отраслях и комплексах»

к.э.н., доц. Янковская А.А.

ВЫБОР СТРАТЕГИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены рекомендации по разработке и выбору стратегии экологического маркетинга предприятия. Изучена суть понятия «экологический маркетинг предприятия». Определены основные факторы, влияющие на выбор стратегии экологического маркетинга.

The article considers the recommendations for the development and selection of environmental marketing strategies of the enterprise. Explored the essence of the concept of "environmental marketing company." The main factors influencing the choice of environmental marketing strategies.

Ключевые слова: разработка стратеги, экологический маркетинг.

Key words: strategy development, environmental marketing.

Основной текст XXI век – век передовых технологий и экономического развития. Но ничто не проходит бесследно, особенно столь значи-

мые изменения. Изменения в жизни общества вносят изменения в жизнь всей экосистемы нашей планеты. Именно сейчас, пока еще не совсем поздно, необходимо обратить свое пристальное внимание на защиту экологии. В противном случае, изменения, вносимые человеком в этот хрупкий механизм, могут стать необратимыми.

На данный момент, со стороны государства РФ предпринимаются робкие попытки воспитать в гражданах социальную ответственность, в том числе и экологическую. В то время как весь остальной цивилизованный и экономически развитый мир, прошел этот этап еще полвека назад. Но более пристальное внимание в этом аспекте, стоит обратить на социально-экологическое воспитание предприятий. Именно они, по данным научно исследовательских центров, являются основной причиной изменений в экологической обстановке. Именно их негативное влияние отражается на загрязнении атмосферы и стратосферы, гидросферы и изменении подводного мира, литосферы и биосферы в целом. Отсюда следует вывод, о необходимости внесения более строгих правил регулирования деятельности предприятий оказывающих негативное влияние на окружающую среду.

В настоящее время в РФ существует институт регулирующий деятельность предприятий в сфере экологии и экологического контроля. Но судить об успешности исполнения его непосредственных функций не приходится. В большинстве случаев, следования требованиям Федеральной службы по надзору в сфере природопользования, имеют формальный характер и не имеют ничего общего с реальным положением вещей. Этот факт свидетельствует о необходимости введения более жесткого механизма проверки соблюдения требований федеральной службы по надзору в сфере природопользования. Целью должна стать более скрупулезная проверка фактов соответствия реальных фактов, с данными предоставленными в контролирующие инстанции. При необходимости можно вести речь о кратном увеличении штрафов за выявление несоответствия настоящего положения дел с данными, полученными из отчетов, предоставленных в контролирующие инстанции. Это поспособствует кардинальному изменению ситуации. В таком случае, руководство предприятий будет само заинтересовано в разработке эффективной политики в области экологии.

Любую продуктивную работу предваряет процесс планирования. В данном случае необходимо будет начать с определения стратегии экологического маркетинга предприятия. Стратегия экологического маркетинга – это стратегия предприятия, дифференцированная на поэтапные стратегии улучшения экологических показателей и направленная на повышение продуктивности и всестороннее социально-экономическое развитие.

Стратегии экологического маркетинга:

«Стратегическое исследование (продукт/рынок)» подразумевает собой анализ эффективности проектирования по отношению к окружающей среде, охране здоровья и безопасности на протяжении всего жизненного цикла продукта. Стратегия включает в себя: исследование рынка, оценку воздействия на окружающую среду, разработку продукта, проведение семинара с целью выдвижения и обсуждения идей; выработку стратегии проектирования (выбор экологически безопасных материалов, достижение максимальной эффективности использования энергии, достижение максимальной эффективности использования воды при эксплуатации, проектирование минимизации потерь).

«Экодизайн» - метод оценки воздействия на экологию, связанный с тем или иным продуктом/услугой, подразделяющийся на четыре этапа: определение цели и сферы деятельности, анализ жизненного цикла материально-технических запасов, оценку влияния жизненного цикла на окружающую среду, интерпретацию жизненного цикла.

«Чистое производство» - это оптимизированное производство, направленное на повышение продуктивности и экологической производительности и имеющее один или более из перечисленных признаков: расход меньшего количества сырья, использование утилизируемых материалов, сокращение количества типов материалов для упрощения утилизации отходов, использование возобновляемых источников энергии, сокращение потребления энергии и естественных ресурсов (земля, вода, биоресурсы и т. д.), сокращение количества отходов, применение повторно используемых компонентов.

«Коммуникационная система», во-первых, представляет собой исследование рынка и обеспечение всех элементов маркетингового процесса необходимой и своевременной информацией о воздействии фирмы и ее конкурентов на окружающую среду. Во-вторых, представляет собой подачу информации потребителям и рыночным партнерам об экологических аспектах продуктов и процессов.

«Минимизация отходов» - это последовательность циклических систем, в которых материалы используются повторно либо перерабатываются в рамках замкнутого процесса.

Литература:

1. Управление экологической безопасностью и рациональным использованием природных ресурсов: учебник / И. С. Масленникова, В. В. Горбунова. – СПб.: СПбИЭУ, 2011. – 566с.

Е. Ю. Полякова

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент в строительстве»
д.э.н., профессор Бузырев В. В.

УСКОРЕНИЕ РЕШЕНИЙ ЖИЛИЩНОЙ ПРОБЛЕМЫ В РОССИИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В данной статье рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкивается строительная организация при реализации инноваций в жилищной сфере. На данный момент времени жилищная проблема является актуальной в России и для ее решения необходимо координировать усилия, как государственного сектора, так и бизнеса. В 2014 г. было проведено заседание президиума Совета при Президенте Российской Федерации по модернизации экономики и инновационному развитию России, где обсуждались важнейшие проблемы инновационного развития страны, а так же способы их решения и проведенные мероприятия на данный момент по ускорению решений жилищной проблемы путем внедрения инноваций.

This article describes the main challenges facing the construction organization during the implementation of innovations in the field of housing. Now, the housing problem is acute in Russia and for its solution it is necessary to coordinate the efforts of both the public sector and business. In 2014 the meeting of the Presidium of the Council under the President of Russian Federation for economic modernization and innovative development of Russia was held, where they discussed the most important problems of innovation development of the country, and the ways of their decisions and activities conducted at the moment to accelerate solutions to housing problems through innovation.

Ключевые слова: Жилищная проблема, инновации, строительство

Key words: The housing problem, innovation, construction

Важнейшим направлением социально-экономических преобразований в стране является реформирование и развитие жилищной сферы, создающей необходимые условия для жизнедеятельности человека. Ведущими видами экономической деятельности в составе данной сферы являются жилищное строительство и жилищное хозяйство, которые обеспечивают воспроизводство и содержание жилищного фонда, а также доведение жилищно-коммунальных услуг до непосредственных потребителей. В России уровень развития жилищной сферы не соответствует предъявляемым требованиям, а возложенные на нее задачи выполняются далеко не в полной мере, что в значительной степени влияет на снижение качества жизни населения.

Одно из основных решений жилищной проблемы – внедрение инноваций. Например, техническое перевооружение и модернизация производства, внедрение передовых технологий и методов выполнения работ, выпуск новых видов продукции, усовершенствование технологического процесса т.д.

Инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности.

В ходе решения жилищной проблемы возникли противоречия между государством и бизнесом. Бизнес считает, что модернизацией строительной отрасли должно заниматься государство, а государство полагает, что профессиональное сообщество, завершив создание саморегулируемых организаций (СРО), получило для этого все условия. Единственное, в чем сходятся власти, бизнес и научное сообщество, так это в том, что модернизация – не только технические инновации, но и эффективные управленческие решения, а в этом строительная отрасль отстает.

На заседании президиума Совета при Президенте РФ по модернизации экономики и инновационному развитию России обсуждались важнейшие проблемы инновационного развития по ускорению решений жилищной проблемы путем внедрения инноваций.

Первая обсуждаемая проблема – это недостаточная согласованность действий основных участников самого инновационного цикла, начиная, от государства, бизнеса, СРО, институтов развития, отраслевых научных и образовательных центров. Для решения этого вопроса Минстрой должен координировать этот процесс для совершенствования правового регулирования градостроительной деятельности и улучшения предпринимательского климата в сфере строительства.

Вторая проблема – высокие расходы на проведение инноваций на этапе проектирования и строительства. Заказчик хочет произвести строительство объекта как можно дешевле, поэтому вопрос качества всегда находится в подчинённом положении. Инвестиции должны иметь и большую экологичность, и лучшую энергоэффективность, и лучшую износостойкость, а это требует крупных денежных вложений. Необходимо актуализировать стратегию развития промышленности стройматериалов (принята в 2011 году) и точно описать механизмы, которые стимулируют применение инновационных технологий.

Третьей проблемой остаётся проблема нормативно-технической документации. Возникает необходимость реализовать возможность более широкого применения европейских правил, так называемых «еврокодов». До окончания 2014 г. планируется разработать около двадцати национальных приложений к еврокодам.

По словам М. Мень, министра по строительству и жилищно-коммунальному хозяйству в РФ: «Анализ текущей ситуации в строительной отрасли показал, что, с одной стороны, на протяжении нескольких последних лет сформировался достаточно положительный тренд увеличения объёмов строительства жилья, с другой стороны, наблюдаются тенденции

к снижению общего объёма строительных работ. Сложившаяся ситуация обусловлена сокращением государственных расходов на капвложения, низкой среднеотраслевой рентабельностью строительства на фоне опережающего роста цен на строительные материалы и энергоресурсы, и, конечно же, недостаточными темпами реализации инновационных процессов в строительной отрасли. Без внедрения новых инновационных инструментов в развитие отрасли невозможно эффективно решать задачи повышения энергоэффективности строительных продуктов, качественного улучшения среды обитания, значительного повышения уровня»[1].

Приоритетными направлениями в государственной политике поддержки инноваций в строительстве являются: наращивание темпов разработки технических документов в проектировании и строительстве, переход на новые стандарты, обеспечивающие внедрение прогрессивных инновационных решений и продуктов, стимулирование научных разработок и исследований в сфере строительства, а также обеспечение отрасли высококвалифицированными специалистами, способными применять инновационные материалы и технологии.

Сегодня в данном направлении для ускорения внедрения инновационных строительных материалов и технологий Минстроем осуществляется процедура подтверждения пригодности новых видов продукции, требования к которым отсутствуют в документах нормативно-технического регулирования. Этот механизм заимствован из опыта технически развитых европейских стран и позволяет решить важную задачу – устраняет на пути внедрения инновационных материалов технические и административные барьеры.

В сфере технического регулирования за последние несколько лет разработаны более 100 новых сводов и правил, 200 стандартов на строительные материалы и изделия, методы испытания, в т.ч. 30 проектов национальных приложений к еврокодам. В планах министерства – до 2015г. разработать более 70 национальных документов, 35 межгосударственных строительных норм и международных сводов правил.

Не менее важным с точки зрения инновационного развития строительства, является внедрение энергоэффективных технологий. Примером таких инноваций являются реализованные в рамках программ ликвидации аварийного жилья пилотные проекты по строительству энергоэффективных домов. Эксплуатационные расходы от такого энергоэффективного дома сокращаются на 30–40%. Однако при реализации проекта застройщик сталкивается с удорожанием стоимости строительства энергодома на 30% и, соответственно, незаинтересованностью региональных властей и застройщиков в дополнительных мерах, связанных с применением энергоэффективных решений. Без поддержки развития науки и технологий невозможно говорить об инновациях и повышении конкурентоспособности

строительной сферы. Общий объем финансирования НИОКР в рамках приоритетных направлений программных мероприятий Минобрнауки составил более 10 млрд рублей, что свидетельствует о положительной тенденции в сфере инновационного строительства.

Литература:

1. Инновационное развитие в сфере жилищно-коммунального хозяйства [Электронный ресурс: <http://government.ru/news/10883>]: Сайт правительства РФ.

М. А. Растов

СПбГЭУ, программа «Гражданское и арбитражное
судопроизводство»
д.э.н., доцент Шматко А.Д.

ОБЗОР КЛЮЧЕВЫХ ТРЕНДОВ РЫНКА ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ РАННЕЙ СТАДИИ

В статье характеризуются состояние, факторы и механизмы развития, способы взаимодействия и инструменты стимулирования участников посевного инвестирования для закрепления позитивных тенденций этого рынка.

The article characterized the condition, the factors and mechanisms of development, methods and instruments for stimulating interaction participants seed investment to consolidate the positive trends of the market.

Ключевые слова: посевные инвестиции, стартапы, бизнес-ангелы

Key words: seed investment, startups, seed stage, business angels

Венчурная индустрия в России находится на стадии бурного роста: с 2007 года она многократно возросла и в 2012 году, достигнув объема инвестиций в сумме 1213 млн долларов, заняла второе место в Европе и пятое место в мире по этому показателю [1, с. 42]. Впервые в 2011 году удельный вес сделок компаний ранней стадии составил около 63 % общего числа сделок на рынке венчурных инвестиций, что соответствует мировому тренду. Однако рост в нише посевных инвестиций (seed stage) не приобрел устойчивого характера, чтобы быть драйвером более поздних стадий.

Первое масштабное исследование отечественного рынка венчурных инвестиций ранней стадии было проведено специалистами ВЦИОМ и РВК в 2012 году с целью определения факторов и механизмов развития, способов взаимодействия и инструментов стимулирования участников посевного инвестирования для закрепления позитивных тенденций этого рынка [2, с. 3].

Деловую активность на отечественном венчурном рынке ранней стадии можно охарактеризовать следующим образом [1, с. 46]:

- число сделок на стадии стартапа выросло с 18 в 2007 году до 136 в 2012;

- из-за тенденции к уменьшению среднего размера сделки (в 2011 году – 0,6 млн долларов, в 2013 году – 0,48 млн долларов) доля инвестиций в проекты ранней стадии значительно не меняется и составляет 3-7 % общей суммы прямых венчурных инвестиций;

- в венчурной индустрии формируются устойчивые объединения бизнес-ангелов в форме сетей, клубов, фондов и синдикатов, обладающих собственной технологической экспертизой;

- больше всего стартапов приходится на программное обеспечение робототехники для военных и космических продуктов по заказу государства.

Снижение средних объемов посевных инвестиций объясняется:

- нежеланием основателей проектов «размывать» свою долю в бизнесе и стремление ограничить участие венчурного инвестора в капитале;

- стремление институциональных инвесторов к большей диверсификации портфеля;

- изменение состава участников рынка венчурного инвестирования ранней стадии в пользу бизнес-ангелов;

- неотработанный механизм выхода венчурных инвесторов из проектов через IPO или M&A.

Эксперты высказывают мнение, что накопленный резерв наиболее перспективных проектов уже отработан, и следует ожидать ослабления потока соискателей и снижения качества новых проектов [1, с. 48].

Участники рынка венчурных инвестиций ранней стадии (посевные инвестиционные фонды; государственные инвестиционные фонды; лица, предоставляющие гранты и реализующие целевые программы; бизнес-ангелы) решают «критически важные для функционирования всей венчурной экосистемы» задачи раннего отбора (скрининга) проектов, превращения команд в полноценные компании, поддержка фундамента лестницы инвестиционных раундов [3, с. 4].

Ключевые игроки здесь (по количеству грантов) пока Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, Фонд «Сколково», Фонд посевного финансирования Microsoft. Однако, как свидетельствуют опубликованные Национальной Ассоциацией Бизнес-ангелов (НАБА) данные, количество сделок с участием бизнес-ангелов увеличилось в 2013 году по сравнению с 2012 годом в 2,7 раза, а объем инвестиций с их стороны – в 4,5 раза [1, с. 48].

Бизнес-ангел – частный инвестор, вкладывающий деньги в высокорискованные проекты на ранних этапах развития. В России большинство

из них не профессиональные инвесторы, а не мыслящие понятиями и стандартами венчурного рынка топ-менеджеры крупных компаний, индивидуальные предприниматели, имеющие собственный действующий бизнес. С их стороны существует опасность «чрезмерного участия в процессе управления технологической компанией», а со стороны самих компаний – попытки ограничить их статус как миноритарный [2, с. 18].

Присутствие на венчурном рынке выходящих из собственных успешных проектов технологических предпринимателей с одной стороны упрощает отбор качественных проектов для инвестирования, но с другой – не способствует освоению его новых сегментов. Процедуру проактивного поиска проектов и организацию их экспертизы наилучшим образом могли бы осуществлять ассоциации бизнес-ангелов и другие объединения инвесторов. Однако эффективность таких институционализированных участников венчурного рынка пока ограничивается отсутствием соглашения по поводу модели финансирования их деятельности.

К числу трендов рынка венчурных инвестиций ранней стадии следует отнести стремление к взаимодействию участников между собой и с инфраструктурными компаниями и бизнес-акселераторами. Эффектами сотрудничества могут быть:

- вовлеченность в оперативное управление;
- отлаженность бизнес-процессов;
- структурирование инвестиций и рациональная модель софинансирования.

Таким образом, усилия, предпринимаемые всеми участниками отечественного рынка венчурных инвестиций ранней стадии, позволяют говорить о траектории его гармонизации и роста.

Литература:

1. Исследование российского и мирового венчурного рынка за 2007-2013 годы: аналитический отчет / Российская венчурная компания. [Электронный ресурс]. Заглавие с экрана. Режим доступа: http://www.rusventure.ru/programm/analytics/docs/201402_RVC_EY_venture_markets_RU.pdf
2. Рынок венчурных инвестиций ранних стадий : ключевые тренды / Российская венчурная компания. [Электронный ресурс]. Заглавие с экрана. Режим доступа: http://www.rusventure.ru/programm/analytics/docx/201302_vciom.pdf
3. Исследование рынка ангельских инвестиций: результаты, динамика и новые вызовы / Национальная ассоциация бизнес-ангелов. [Электронный ресурс]. Заглавие с экрана. Режим доступа: http://rusangels.ru/netcat_files/userfiles/Отчет_об_исследовании_ИТОГ.pdf

А. И. Рошка

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент
в отраслях и комплексах»
к.э.н., доцент Зинчик Н. С.

КОНТРОЛЛИНГ, КАК КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье уточнено понятие контроллинга и его место в системе управления предприятием, рассмотрено распределение функций контроллинга в зависимости от этапов его осуществления. Функции контроллинга рассмотрены с позиции стратегического управления предприятием.

In article the concept of controlling and its place in the management of enterprises is specified, distribution of functions of controlling depending on stages of its implementation is considered. Functions of controlling are considered from a position of strategic business management.

Ключевые слова: контроллинг, управленческие процессы, этапы и функции контроллинга.

Keywords: controlling, management processes, stages and controlling functions.

Существует множество подходов к пониманию контроллинга, но анализ большинства научных источников сводит контроллинг к концепции управления организацией, направленной на информационное обеспечение руководства в процессе принятия управленческих решений и на достижение экономических и иных целей предприятия посредством таких функций менеджмента, как планирование, организация, мотивация, стимулирование и контроль.

Все сложные процессы, которые так или иначе связаны с разными видами деятельности организации, проходят последовательно три этапа:

- Планирование. Некая выработка ориентиров, чтобы нормировать и реализовать процесс контроля какого-либо заданного состояния;
- Реализация. Под реализацией понимается процесс выполнения заданий, который определяется положением предприятия;
- Контроль. В его задачу входит сравнение заданного состояния с фактическим. Результаты, которые мы получили в ходе такого сравнения, направляем в те подразделения (отделы), которые занимаются реализацией и/или планированием задач. При сравнении можно сказать, что мониторинг это функция собирающая и готовящая в форме отчетов необходимую информацию, а контроль уже действует, используя полученные данные [2].

Эти этапы контроллинга являются основными, но можно выделить более широкую функциональную базу, которая на взгляд некоторых ученых является не менее важной. За основу можно взять данные этапы, но они дополняются некоторыми принципиальными функциями (рисунок 1).

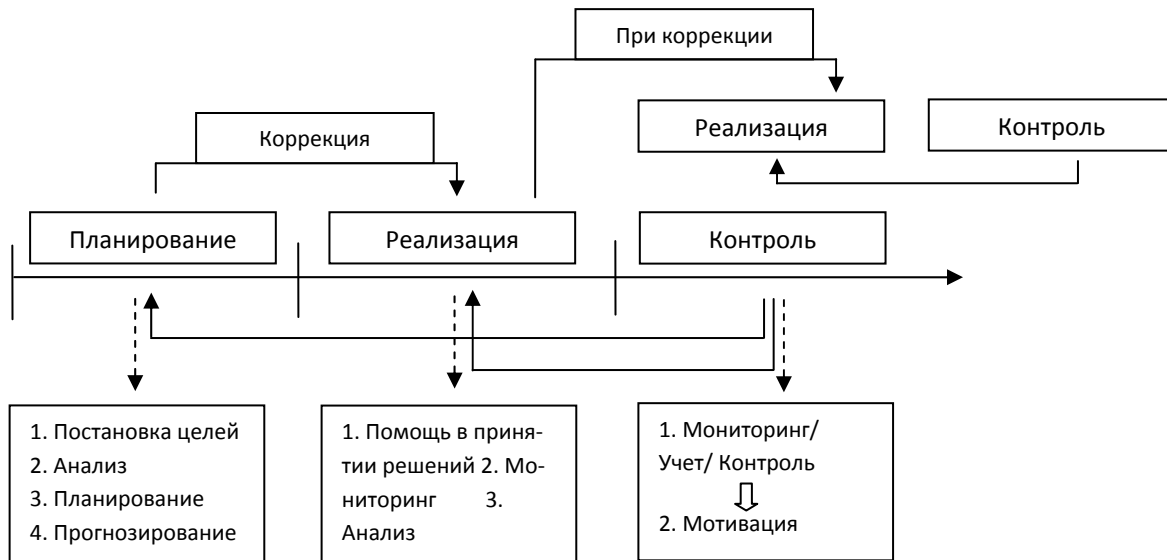


Рисунок 1. Этапы контроллинга на предприятии

1. Постановка целей. Предприятие грамотно и четко формирует стратегические цели, благодаря имеющимся информационным ресурсам.

2. Анализ. Происходит сбор, систематизация, классификация, обработка и хранение информации, необходимой для управления. Очень важно чтобы информация была: 1. Качественная; 2. Достоверная; 3. Минимальный объем.

3. Прогнозирование. На основе анализов предыдущего и текущего формируется вероятностный прогноз будущей ситуации развития дальнейших событий, и исходя из него принимаются дальнейшие решения.

4. Планирование. Происходит распределение ресурсов (финансовых, материальных, людских, временных, информационных) и обоснование решений.

5. Помощь в принятии решений. Опираясь на полученные и уже проанализированные данные, мы направляем решения руководства «в правильное русло».

6. Мотивация. Сам контроллинг не должен заниматься побуждением работников к труду, но он должен следить за выполнением данной функции, так как она играет существенную роль на предприятии.

7. Контроль, мониторинг и учет. Сопоставление текущих и запланированных результатов, с целью оперативного корректирования процесса для получения запланированной задачи.[1]

При рассмотрении контроллинга с точки зрения единого представления управления предприятием, направленное на обнаружение рисков и шансов, связанные с получением дохода, Попова выделяет следующие особенности:

– Связь стратегических решений и оперативных финансово-экономических расчетов;

– Ориентирование расчетов на принятие экономически обоснованных решений;

– И соответственно новое содержание функций управления, о которых велась речь выше (планирование, информационное обеспечение и контроль).

Стратегическое планирование в отличие от контроллинга занимается только созданием и претворением в жизнь стратегических задач и целей. Основной целью контроллинга в данном направлении является ориентирование процесса управления предприятием на достижение поставленных целей, стоящих перед ним и выполняемых благодаря следующим функциям [3]:

– Анализ, контроль экономической работы всех отделов предприятия: благодаря этому мы можем корректировать деятельность предприятия и выявлять узкие места до того, как они смогут перерасти в серьезные проблемы или кризис.

– Принятие различных решений: при помощи анализа отклонений, общих результатов деятельности и величины покрытия, собственно и реализуется данная функция. Она необходима предприятию для принятия оперативных и стратегических решений.

– Обеспечение необходимой информацией, для принятия правильных управленческих решений: обеспечение информацией происходит благодаря системе контроля, планирования, нормирования и учета, при этом идет ориентация на достижение поставленных стратегических и оперативных целей.



Рисунок 2. Структура контроллинга

– Проверка состояния экономики организации: контроль равновесия показателей «прибыль - затраты». Равновесие достигается благодаря тому, что через заранее заданные промежутки времени проверяются полученные фактические результаты с желаемыми и на основе этого принимаются решения по вмешательству в процесс.

Цели внедрения контроллинга в процесс управления предприятием определяют его структуру, представленную на рисунке 2.

Контроллинг - это система, регулирующая затраты и результаты деятельности, и помогающая в достижении целей. В настоящее время необходимо разграничение его задач и функций для логически увязанного внедрения в управленческие процессы на предприятии.

Литература:

1. Теория и методы контроллинга в промышленной организации: монография / С. В. Дыбаль. СПб.: СПбГИЭУ, 2010.
2. Стратегический контроллинг / В. Ивашкевич. Издательство: Магистр, Инфра-М, 2013.
3. Controlling für Führungskräfte: Was Entscheider im Unternehmen wissen müssen / U. Brecht. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2012.

А. И. Смирнов

СПБГЭУ, программа «Инновационный менеджмент»

к.э.н., доцент Кадырбаева А.К.

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ

В статье рассматриваются вопросы формирования кадрового потенциала как основы конкурентоспособности компании. Выделены основные задачи управления кадровым потенциалом, систематизированы факторы, влияющие на кадровый потенциал, а также методы оценки человеческих активов.

Considers the issues of formation of personnel potential as the basis of competitiveness of the company. The tasks of human resources management, the systematic factors affecting personnel potential, and also the methods of assessment of human assets.

Ключевые слова: инновации, кадры, кадровый потенциал, трудовой потенциал, персонал.

Key words: innovation, human resources, labor potential, staff.

В современных условиях глобализации мировой экономики, резкого усиления конкуренции, изменилось отношение к главной производительной силе общества - человеку. Глубокие трансформации происходят не только в политической и экономической структурах общества, но и в цен-

ностной и мотивационной областях жизни человека. Успешная, конкурентоспособная деятельность предприятия не возможна без стратегического и целостного подхода к управлению наиболее ценными активами организации и, прежде всего, человеческим капиталом. Кроме того, как показывают исследования последних лет, самые эффективные инвестиции - вложения в человека. Следовательно, необходима высокоэффективная комплексная система организации труда и производства, которая подразумевает не только рациональное использование ограниченных экономических ресурсов, но и развитие производственного и трудового капитала. Развитие современной экономики, повышение ее конкурентоспособности, рост масштабов научно-технических преобразований и выпуска высококачественной продукции обуславливается, в первую очередь, трудовыми ресурсами страны. В современных условиях именно трудовые ресурсы рассматривают как наиважнейшие ресурсы организации. Они являются главной производительной силой общества.

В современной практике управления трудовыми ресурсами большое значение имеют и такие понятия как «кадры» и «кадровый потенциал».

Кадры - это высококвалифицированные работники, обладающие определенными производственными навыками и, как правило, высоким уровнем мастерства в избранной сфере деятельности, имеющие постоянные длительные отношения с трудовым коллективом, представляющие интерес для работодателя и не склонные к нарушению трудовой дисциплины либо к потенциальной текучести, возможно являющиеся акционерами предприятия.

Категория «кадровый потенциал» не идентична категории «кадры». Кадровый потенциал предприятия - это общая (количественная и качественная) характеристика персонала как одного из видов ресурсов, связанная с выполнением возложенных на него функций и достижением целей перспективного развития предприятия. Это имеющиеся и потенциальные возможности работников, как целостной системы (коллектива), которые используются и могут быть использованы в определённый момент времени.

Кадровый потенциал, как важная составная часть трудового потенциала предприятия, по своей сути характеризует те знания, умения, способности, которые реализуются в процессе трудовой деятельности работниками, формирующими кадровый состав предприятия, т.е. те, которыми работники объективно обладают как носители рабочей силы.

Современная система управления кадрами в условиях рыночной экономики представляет возможности разработки новой, более гибкой стратегии развития кадрового потенциала предприятий, приводящей к радикальным изменениям в системе управления кадрами.

Иными словами, планирование, формирование, распределение и рациональное использование кадров составляет основное содержание

управления кадрами. И с этой точки зрения рассматривается аналогично управлению материально-вещественными элементами производства. Вместе с тем, кадры - это, прежде всего, люди, характеризующиеся сложным комплексом индивидуально-типических качеств и свойств, среди которых социально-психологические играют главенствующую роль. Поэтому предметом управления кадрами как научно-практического направления выступают отношения работников в процессе производства, с точки зрения наиболее полного и эффективного использования их возможностей в условиях организации трудовой и производственной деятельности предприятия.

Основная цель управления трудовым потенциалом предприятия в современных условиях - поиск оптимального сочетания эффективных вариантов обучения персонала, повышения квалификации и трудовой мотивации, для развития способностей работников и стимулирования их к выполнению работ более высокого уровня.

Кадровый потенциал может быть рассмотрен с двух точек зрения:

- с точки зрения его формирования;
- с точки зрения его использования;

На практике процессы формирования и использования кадрового потенциала тесно взаимосвязаны между собой.

Формирование кадрового потенциала общества в целом означает подготовку незанятого населения к трудовой деятельности, вовлечение в материальное и духовное производство всего трудоспособного населения страны. В общем, формирование представляет собой создание реального потенциала живого труда, знаний и навыков, охватывающего все общество и каждого индивида.

Формируя кадровый потенциал, необходимо учитывать следующие факторы: демографические, медико-биологические, профессионально-квалификационные, социальные, психофизиологические, идейно-политические, нравственные и другие.

Мерой оценки качества сформированного кадрового потенциала выступает степень сбалансированности профессионально-квалификационных характеристик работника с требованиями динамично развивающегося общественного хозяйства. Использование кадрового потенциала представляет собой реализацию трудовых и квалификационных способностей и навыков работника, трудового коллектива и общества в целом.

На формирование и использование кадрового потенциала оказывает влияние целая система внешних и внутренних (по отношению к самому предприятию) факторов. Факторы формирования и использования кадрового потенциала предприятия, в нашем представлении, - это внешние и внутренние условия среды, в которых осуществляются процессы формирования и использования кадрового потенциала.

Под внешними факторами понимаются условия, которые предприятие не может изменить, но должно учитывать при формировании и использовании собственных кадров. Внутренние же факторы представляют условия, которые в значительной степени поддаются управляющему воздействию со стороны предприятия. При этом факторы формирования делятся на внешние и внутренние по отношению к промышленному предприятию.

В условиях перехода к рынку сущность рационального использования кадров предприятия, заключается в более полном выявлении и реализации способностей каждого работника предприятия, усилении творческого и содержательного характера труда, поднятии профессионально-квалификационного уровня работников с учетом его всестороннего стимулирования и соответствующей оценки вклада каждого работника в конечные результаты деятельности предприятия.

Использование кадрового потенциала рассматривается отечественными авторами, как в количественном отношении, так и в качественном. С количественной точки зрения наличие (достаточность) кадров по каждому структурному подразделению и предприятию в целом определяется исходя из объемов производственных зданий и потенциальных возможностей, которыми располагают кадры, а с качественной - степенью соответствия профессионально-квалификационного уровня работников сложности выполняемых работ.

Персонал предприятия, а именно его качественные характеристики сегодня большинством специалистов рассматриваются как основной актив компании. Одной из основных форм развития активов персонала является его обучение. Обучение персонала - это целенаправленный, планомерный, динамичный процесс овладения знаниями, умениями, навыками и способами общения под руководством опытных преподавателей, специалистов, руководителей. Среди основных методов оценки человеческих активов сегодня рассматриваются:

- мониторинг интеллектуального капитала посредством индексов: изменение индексов с течением времени отражает изменение в состоянии активов;
- оценка качества активов с помощью SWOT-анализа; сопоставление полученной картины со стратегическими целями развития компании;
- проведение качественного аудита человеческих активов, отслеживание их временной динамики;
- использование информационно-аналитических систем (например, Oracle Application) для получения сводного анализа. Например, подсчет упущенной прибыли от ухода специалистов и т.д.;
- разработка специальных методов оценки человеческих активов путем трансформации уже известных методов, применяемых для оценки других видов активов.

От того, как организован процесс управления кадровым потенциалом, зависит успешность не только деятельности каждого работника, но и в целом эффективность деятельности предприятия. Таким образом, важнейшей задачей управления кадровым потенциалом становится формирование и развитие его персонала. Эта задача включает в себя:

- рациональное распределение должностных обязанностей;
- профессиональное и должностное продвижение работников с учетом результатов оценки их деятельности и индивидуальных особенностей;
- регулярное повышение квалификации специалистов;
- создание других условий, мотивирующих работников к более эффективному труду;
- планирование карьеры.

Сегодня, в основе политики управления кадровым потенциалом компаний должны лежать три фактора:

- привлечение на работу высококвалифицированных специалистов;
- создание условий, способствующих профессиональному развитию и закреплению на предприятии, в учреждении наиболее квалифицированных, опытных работников;
- совершенствование организации управления.

В перспективе актуальной становится задача управления кадровым потенциалом путем внедрения совершенных технологических процедур, включающих оценки персонала и развития информационной базы для принятия обоснованных управленческих решений.

С усложнением среды деятельности предприятий возможность добиться успеха на отраслевом рынке напрямую зависит от того, насколько руководству компании удастся поднять методы своей работы на качественно новый уровень. Сегодня организации вынуждены работать гибко, создавая новые системы отношений как с партнерами по бизнесу, так и со своими сотрудниками, вырабатывать адекватные происходящим изменениям стратегии инновационного развития кадрового потенциала, пересматривая приоритеты в инновационном развитии организации в целом. Стратегия инновационного развития кадрового потенциала организации не только строится на подготовке кадрового потенциала, но и зависит от имеющихся кадровых ресурсов и резервов, а также от состояния инвестиционной активности сотрудников. Кроме того, приходится вносить существенные поправки в связи с жесткими финансовыми ограничениями.

Литература:

1. Управление персоналом организации: Учеб. Для студентов вузов по спец. «Менеджмент», «Управление персоналом» / Под ред. А.Я. Кибанова.- М: ИНФРА-М, 2009.

2. Коростелев А.А. Недостатки системы повышения квалификации в обеспечении развития управленческих кадров // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. - №3. - 2011.

3. Пудовкина Н.Г. Развитие управленческих кадров в контексте системы повышения квалификации // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. - №3. - 2011.

А. В. Соловьева

СПбГЭУ, программа «Международный бизнес»

д.э.н., доцент Кадырбаева А. К.

РОССИЯ И АСЕАН: ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ И НОВЫЕ ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА

Автор оценивает результаты и перспективы сотрудничества России со странами АСЕАН, рассматривает двусторонний режим работы с такими странами как Сингапур, Вьетнам, Малайзия, Индонезия.

Author evaluates the results and prospects of Russia's cooperation with ASEAN countries, considering bilateral operation with countries such as Singapore, Vietnam, Malaysia, Indonesia.

Ключевые слова: Россия-АСЕАН, деловой совет «Россия-АСЕАН», Сингапур, Вьетнам, Малайзия, Индонезия

Key words: Russia-ASEAN, business Council "Russia-ASEAN", Singapore, Vietnam, Malaysia, Indonesia

АСЕАН – диалоговый партнер России с 1996 года. С тех пор пройден эффективный и достаточно долгий путь. АСЕАН - крупная, влиятельная организация в Азиатско-Тихоокеанском регионе, которая объединяет 10 стран с населением около 600 млн. человек и совокупным ВВП около 3,5 трлн. долларов.[1]

Весьма оптимистична статистика торговли между Россией и АСЕАН. В 2013 году внешнеторговый оборот России со странами АСЕАН составил 17,5 млрд. долларов, а это более чем на 12% выше по сравнению с прошлым годом.

Отметим и другую положительную тенденцию: в росте российского экспорта в АСЕАН на 16,4% инновационные товары составили почти 42%. Российский экспорт в страны АСЕАН увеличился в 2013 году на 16,4%, до 8,5 млрд. долларов, а импорт - на 8,4%, до 9 млрд. В два раза сократилось отрицательное сальдо внешней торговли России со странами АСЕАН - до 0,5 млрд. долларов.

АСЕАН так же имеет институциональные возможности для работы российских предпринимателей. Создан и активно работает Деловой совет

«Россия - АСЕАН». Его концепция работы предусматривает четыре основных направления развития Делового совета «Россия – АСЕАН» – экономико-инвестиционное, технологическое, общественно-культурное и политическое. Экономико-инвестиционный блок включает организацию прямого общения бизнесменов; мониторинг экономического состояния стран АСЕАН; ведение баз данных, в том числе по инвестиционным проектам; организацию бизнес-клубов и тематических мероприятий, как двусторонних, так и регионального уровня; подбор контрагентов для конкретных проектов и мн.др. На сегодняшний день при поддержке данного совета разрабатывается Инвестиционный путеводитель «Россия - АСЕАН».[2]

Россия так же работает со странами АСЕАН в двустороннем порядке. Развиваются отношения между Россией и Вьетнамом: наблюдается ежегодный прирост товарооборота между странами (порядка 20%), который отражает позитивную тенденцию во взаимном интересе экономик. Приоритетное значение придается сфере инвестиционного сотрудничества. Согласовывается перечень инвестиционных проектов, планируется не менее 20 в разных отраслях - и промышленность, и энергетика, и автомобилестроение, и туризм, и создание и развитие конкурентоспособных производств на территории Российской Федерации, включая Дальний Восток и Сибирь. Сотрудничество в области энергетики развивается очень успешно, оно внесёт очень важный вклад в развитие экономики каждой из стран. В области атомной энергетики страны договорились об активном сотрудничестве для дальнейшего строительства атомной станции «Ниньтхуан-1». [4]

Так же Россия активно работает с Индонезией. Товарооборот с Индонезией в 2013 году составил 2,96 млрд. долларов, что почти на 3% выше по сравнению с 2012 годом. Совсем недавно оценивали итоги двустороннего сотрудничества на девятом заседании Российско-Индонезийской совместной комиссии по торгово-экономическому и техническому сотрудничеству. Сейчас самый крупный российский проект в этом направлении - поставки самолетов "Сухой Суперджет 100". Три самолета были отправлены в Индонезию и уже выполняют полеты. В продвижении перспективных самолетов МС-21 на индонезийский рынок заинтересована и корпорация "Иркут", равно как есть интересы и у производителей вертолетной техники. ОАО "РЖД" реализует в этой стране крупный инфраструктурный проект по созданию железной дороги на о. Калимантан. Оценочный объем инвестиций в этот проект составит до 2,5 млрд. долларов, а строительство дороги намечено на 2015 год. Российские и индонезийские компании сотрудничают и в инновационной сфере. Речь идет о создании системы раннего оповещения и системы мониторинга 200-мильной исключительной экономической зоны Республики Индонезия, запуске на территории Республики Индонезия оператора спутникового вещания на базе технологий и под управлением российского холдинга GS Group, а также сис-

темы информирования и оповещения населения о чрезвычайных ситуациях на базе технологий спутникового вещания.[3]

Малайзия является одним из региональных центров развития в регионе ЮВА (Юго-Восточная Азия). Она обладает современной транспортной, энергетической, телекоммуникационной инфраструктурой. В 2013 году товарооборот с этой страной составил 2,7 млрд. долларов, что на 53,8% выше по сравнению с 2012 годом. При этом российский экспорт товаров увеличился в 4,6 раза и достиг 1,28 млрд. долларов. Малайзия - один из самых перспективных партнеров нашей страны среди стран АСЕАН. Она достигла мирового уровня в развитии ряда прикладных технологий, в том числе в энергетике, электронике, биотехнологиях. Огромное значение для развития торговли имеет благоприятный таможенный режим и отсутствие дискриминационных ограничений. Малайзия присматривается к российской наукоемкой продукции и технологиям. Россия, в свою очередь, к опыту Малайзии по поддержке бизнеса, привлечению инвестиций. Отдельное направление - коммерциализация технологий, где результатом должно стать создание технологических альянсов с малайзийскими партнерами, которые будут продвигать совместную продукцию как на рынки обоих государств, так и на внешние рынки третьих стран.

С Сингапуром в 2013 году внешнеторговый оборот составил 2,44 млрд. долларов, что на 21,7% выше по сравнению с 2012 годом. Российский экспорт товаров увеличился при этом на 18,6%, а импорт - более чем на треть (на 33,6%). В поставках российской продукции в Сингапур заинтересованы российские авиастроительные компании, в частности ОАО "ОАК". Более того, российской стороной была выдвинута идея организации обслуживания и ремонта компонентов западного производства, установленных на самолетах SSJ-100, базирующихся в Сингапуре.

Таким образом, в экономико-инвестиционной, технологической, инновационных сферах сотрудничества Россия и АСЕАН обладают огромным потенциалом. Имеются все ресурсы и возможности, чтобы реализовать его в жизнь.

Литература:

1. Канаев Е.А., Колдунова Е.В. О диалоговом партнерстве России и АСЕАН [электронный ресурс]// МГИМО Университет. М., 2008-2014. <http://www.mgimo.ru/news/inno/document237781.phtml> (дата обращения: 15.04.2014).
2. Назарчук Д.Н. Перспективы многостороннего сотрудничества России в АСЕАН [электронный ресурс]//Экономический журнал.-2012. <http://econpapers.repec.org/scripts/redirector.pf?u=http%3A%2F%2Fcyberleninka.ru%2Farticle%2Fn%2Fperspektivy-mnogostoronnego-sotrudnichestva-rossii-v-asean;h=repec:scn:014943:14073575> (дата обращения: 16.04.2014).
3. Официальный сайт Министерства регионального развития РФ. http://www.minregion.ru/activities/territorial_planning/strategy/federal_development/346
4. Минрегионразвития РФ. <http://www.minregion.ru>

Е. А. Якимова

СПбГЭУ, программа «Производственный менеджмент в строительстве»
д.э.н., профессор Юденко М. Н.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ «ЗЕЛЕНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА»: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье представлены актуальность и цели «зеленого строительства», преимущества его как для окружающей среды, так и для здоровья человека и общества. Рассмотрена система сертификации «Зеленые стандарты». Показаны экономические выгоды.

The article deals with the objectives of Green Building, it's advantages for environment, human health and society. The article provides an overview on certification system «Green Standarts» and economic benefits.

Ключевые слова: «зеленое строительство», экодевелопмент, зеленые здания.

Key words: «green construction», eco-development, green building.

«Зеленое строительство» – практическое строительство и эксплуатация зданий, главной целью которой является снижение уровня потребления энергетических и материальных ресурсов при одновременном сохранении или повышении качества зданий и комфорта их внутренней среды [1]. Эта цель должна выполняться на протяжении всего жизненного цикла здания: от выбора участка по проектированию, строительных работ, эксплуатации, ремонту, сносу.

Существует несколько похожих терминов, которые означают по сути одно и то же: зеленое строительство, экологическое строительство, устойчивое строительство, экодевелопмент. Все же в последние годы более распространенным стал термин «зеленое строительство».

Снижение воздействия зданиями на протяжении всего жизненного цикла на окружающую среду и на здоровье человека достигается главным образом за счет:

- ✓ эффективного использования энергетических и водных ресурсов;
- ✓ использования экологически безопасных строительных материалов;
- ✓ сокращения отходов, вредных выбросов и других воздействий на окружающую среду;
- ✓ использования строительных материалов местного происхождения (снижение ущерба окружающей среде от транспортировки материалов);
- ✓ использования возобновляемых источников энергии для обеспечения энергетических потребностей (солнечная энергия, ветроэнергетика, геотермальная энергетика - получение тепловой или электрической энергии за счет тепла земных глубин);

✓ использования материалов с повышенными показателями энергоэффективности и энергосбережения.

В процессе изучения материала по инновационным методам строительства, были выявлены преимущества (табл.1.).

Таблица 1

Преимущества инновационных методов строительства[2]

Направления преимуществ	Преимущества
Для окружающей среды	1.Значительное сокращение выбросов парниковых газов, мусора и загрязнённых вод. 2.Расширение и защита естественной среды обитания и биологического разнообразия. 3.Сохранение природных ресурсов.
Для здоровья и общества	1.Создание более комфортных условий в помещениях по качеству воздуха, а также тепловым и акустическим характеристикам; 2.Снижение уровня загрязнений, попадающих в воду, почву и воздух, и как следствие, сокращение нагрузки на городскую инфраструктуру; 3. Повышение качества жизни с помощью оптимального градостроительного проектирования – размещения мест приложения труда в непосредственной близости жилых районов и социальной инфраструктурой (школы, общественный транспорт и т.д.)

В 2009 г. Всемирный совет по экологическому строительству (World Green Building Council) объявил 23 сентября Днем «зеленого» строительства. В том же году Министерство природных ресурсов и экологии России представило систему добровольной экологической сертификации объектов недвижимости «Зеленые стандарты».

Система сертификации «Зеленые стандарты» официально зарегистрирована 18 февраля 2010 г. Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии.

В соответствии с регламентом объектами добровольной экологической сертификации могут быть:

- ✓ земельный участок;
- ✓ объект незавершенного строительства – здание или сооружение, по которому в установленном порядке не оформлены документы о вводе объекта в эксплуатацию;
- ✓ здание – объект капитального строительства, имеющий несущие и ограждающие или совмещенные конструкции, образующие наземный замкнутый объем, не предназначенный для осуществления процесса производства и предназначенный для проживания, а также осуществления различных непроизводственных функций;

✓ сооружение – объект капитального строительства, имеющий фундамент или опору, предназначенный для осуществления процесса производства или различных непроизводственных функций, за исключением проживания;

✓ помещение [3].

В качестве заказчика проведения сертификации может выступать застройщик – строительная или девелоперская компания. Соответствие объекта утвержденным требованиям «Зеленых стандартов» проверяют аккредитованные организации, уполномоченные проводить сертификации в Системе. По результатам проведения экспертизы заказчику выдается сертификат соответствия, который в зависимости от набранных в рейтинге баллов может быть «простым», «серебряным», «золотым» и «платиновым».

Анализ проблем энергоэффективного строительства показал, что проблемами его развития в России является не только отсутствие специальных государственных программ, но и низкая, к сожалению, платежеспособность населения. Средства, вложенные в энергоэффективное жилье, в дальнейшем окупаются в процессе его эксплуатации за счет экономии на квартплате, однако российские покупатели сегодня не готовы к такого рода инвестициям. Более низкая стоимость квадратного метра жилья зачастую является фактором, определяющим решение о приобретении той или иной квартиры для львиной доли покупателей недвижимости. Кроме того, всю возможную экономию «съедают» и ипотечные программы, ведь более высокая цена на энергоэффективное жилье означает увеличение суммы кредита и рост затрат на его обслуживание, что также не делает «зеленые» дома конкурентоспособными на рынке.

В Европе «зеленые» технологии в девелопменте поощряются «сверху» государством как экономически (льготы в налогообложении, скидки по коммунальным платежам, выкуп произведенной электроэнергии), так и законодательно (ограничение либо запрет выбросов). «Снизу» такие технологии поддерживаются покупателями и производителями, осознающими важность ответственного отношения к потреблению и экономическую целесообразность экономии и воспроизведения ресурсов. Санкт-Петербургу, как и в России в целом, концепция «зеленого» города незнакома. Основная часть населения фактически не знает, в чем смысл таких проектов. Эти технологии являются достаточно долгосрочными вложениями и не очень интересны инвесторам, девелоперам и потребителям в условиях сравнительно дешевых ресурсов[4].

Однако эксплуатация зелёных зданий по сравнению с традиционными сооружениями является экономически более выгодной. На 25% снижается энергопотребление, и соответственно достигается уменьшение затрат на электроэнергию. Уменьшение потребления воды на 30% закономерно

приводит к значительному снижению издержек на водоснабжение. Сокращение затрат на обслуживание здания достигается за счёт более высокого качества современных средств управления, эффективного контроля и оптимизации работы всех систем. Увеличенная текущая чистая выручка и стоимость активов собственности может привести к более низким финансовым и страховым затратам. Уменьшение количества отказов от аренды и собственности, увеличение удовлетворенности арендаторов, что также может привести к снижению издержек. Внедрение принципов зелёного строительства прекрасно подходит для привлечения общественного внимания, способствует скорейшей окупаемости арендных площадей и большей лояльности арендаторов. Согласно социально-экономическим исследованиям аналитики прогнозируют рост рынка зелёных строительных материалов на 5% ежегодно. Здания, построенные с использованием зелёных технологий, способствуют сохранению здоровья работающих в них людей, что может снизить потери от выплат по медицинской страховке. Постоянное снижение себестоимости. Большинство зелёных зданий дороже обычных не более чем на 4%, а в ближайшем будущем применение зелёных технологий станет самым эффективным средством для снижения себестоимости строительства. В настоящий момент дополнительная себестоимость может быть амортизирована в ходе эксплуатации здания, и обычно компенсируются в течение первых 3-х или 5-ти лет за счёт снижения эксплуатационных издержек.

Литература:

1. Смирнова С. Зеленое строительство – за и против // Ресстат. – 2012.
2. Андей М. Зеленое строительство// Ecorussia.info – 2011.
3. Официальный сайт системы сертификации «Зеленые стандарты».
4. Майданов И.И. Начало «зеленого» строительства в России// Юнидо в России. 2011. №1.

ОГЛАВЛЕНИЕ

СЕКЦИЯ 1. PROSPECTS AND PROBLEMS OF INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT	4
Brakk Tatjana SUSTAINABLE DEALER DEVELOPMENT IN THE COMMONWEALTH OF INDEPENDENT STATES	4
Anna Sophie Bröll MEDIATION APPLICATION IN BUSINESS: GERMAN EXPERIENCES	8
Efendieva A.A. SOCIAL MEDIA & EMPLOYER BRANDING	12
Fedotova O.V. MANAGEMENT OF TECHNOLOGY AND INNOVATION IN JAPAN.....	15
Гаврилюк А.Г., Озарян А.С. INTERNATIONAL PROMOTIONAL ACTIVITIES: SIGNIFICANT AND INFLUENTIAL FORM OF ART OR THE SIMPLIFICATION OF THE ROLE AND FUNCTIONS OF THE SOUL IN THE WORLD?	17
Gusakova A.A. Zharikov E.A. NEW TECHNOLOGIES IN BUSINESS. INTERNET BUSINESS AND CROWDSOURCING.....	20
Iakovlev M. CORRUPTION IN RUSSIAN STATE CIVIL SERVICE: APPLICATION OF SCHWARTZ BASIC HUMAN VALUES MODEL METHODOLOGY TO CORRUPTION ANALYSIS.....	25
Kompanets Victoria BEST PRACTICES OF RUSSIAN AND EUROPEAN DOUBLE DEGREE PROGRAMMES	29
Kosorotova O.V. SHOULD THE INTERNATIONAL COMPANIES CONCENTRATED ON CORE COMPETENCIES IN THE CASE OF GLOBAL INSTABILITY?	33
Mordvinova D., Popova A. THE MODEL OF INTERNATIONAL BUSINESS EXPANSION	41
Makarenko Daria RUSSIAN-CHINESE RELATIONS: CURRENT CHALLENGES AND OPPORTUNITIES	45
Miguljova M.V. PERSPECTIVES ON PARTICIPATION OF INTERNATIONAL BUSINESS IN THE DEVELOPMENT OF ENDOWMENT FUNDS OF RUSSIA	49
Samonova Elena FAIR TRADE AS ETHICAL BUSINESS: POTENTIALS AND LIMITATIONS. A STUDY ON FAIR TRADE COFFEE.....	51
Heike Zieschang THE CONCEPT OF FACE AND ITS APPLICATION TO INTERNATIONAL BUSINESS.....	55
СЕКЦИЯ 2. INNOVATION GROWTH FRAMEWORK AND INTERNATIONAL ECONOMICS	60
Анохина А.А. THE ROLE OF SUCCESSFUL BRANDING APPROACHES IN ELECTION CAMPAIGNES	60
Bebeshko V.M. BPM IN RUSSIAN OIL & GAS SECTOR.....	65
Ганжа Я.О. INTERCULTURAL DIFFERENCES AND HR POLICY IN INTERNATIONAL COMPANIES	70
Гизатуллина А.Р. GENDER ADVERTISING IN CREATING BRAND PERSONALITY.....	73

Лужных Е.В. THE IMPACT OF THE SPONSORSHIP OF SPORT EVENTS ON INCREASING THE BRAND VALUE: CASE OF THE OLYMPIC GAMES	76
Мальцева А.С. THE IMPACT OF GREEN MARKETING ON CONSUMER BEHAVIOR	81
Рыбина М.В. RECENT TREND IN GLOBAL CAPITAL FLOW	85
Обухов К.А. INTELLECTUAL CAPITAL AND ITS ELEMENTS	89
СЕКЦИЯ 3. CONTEMPORARY PROBLEMS AND PROSPECTS OF MARKETING AND BRANDING IN THE SPATIAL ECONOMY	93
Гусев А.А. ФОРМИРОВАНИЕ И ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК РИТЕЙЛЕРА. НЕДОСТАТКИ МАТРИЧНЫХ МЕТОДОВ ПРИ ОЦЕНКЕ СОСТОЯНИЯ ПОРТФЕЛЯ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК.....	93
Золотарева Е.В. НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТА	96
Львова О. В. НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В КОММУНИКАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ ТОВАРОВ (ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ).....	99
Matckevich E.I. EVALUATING OF PLACE BRANDING EFFECTIVENESS	104
Moshkova M. A. ECONOMIC ESTIMATION OF THE CORRELATION BETWEEN MARKETING AND SPATIAL INDICATORS	107
Rakhimova L.N. ABOUT THE PROMOTION OF INCLUSIVE EDUCATION	111
Somova Anna BUILDING BRAND IDENTITY OF COSMETIC BRAND.....	115
Semenova V.A. CREATING A PLACE IDENTITY AND PLACE IMAGE FOR NEW ST.ISAAC OFFICE CENTRE.....	118
СЕКЦИЯ 4. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ЮРИДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ	121
Ефанова О.А. ИДЕЯ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО СТРАХОВАНИЯ ЖИЛЬЯ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗАКОНА 2008 ГОДА.....	121
СЕКЦИЯ 5. РЫНОК ЦЕННЫХ БУМАГ И СТРАХОВЫХ ПРОДУКТОВ В ФОРМИРОВАНИИ МЕХАНИЗМОВ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ.....	125
Валухов А.О. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАПИТАЛОМ В ИНВЕСТИЦИОННОЙ КОМПАНИИ	125
Минаева Т.С. ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ ПРОИЗВОДНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ	130
Квеквескири С.Г. РОССИЙСКИЕ КРЕДИТНО-РЕЙТИНГОВЫЕ КОМПАНИИ ДО КРИЗИСА 2008 И ПОСЛЕ.....	134
Клишин Н.М. СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ СТРАХОВАНИЯ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СТРОИТЕЛЬНОМ СЕКТОРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА ..	138
Румянцев С.В. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЗНАЧЕНИЯ КОТИРОВКИ ОБЫКНОВЕННЫХ АКЦИЙ MICROSOFT С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ SARМ МОДЕЛИ.....	142
Читанова Д.О. ОСНОВНЫЕ РОССИЙСКИЕ ФОНДОВЫЕ ИНДЕКСЫ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	147

СЕКЦИЯ 6. ФИСКАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА И НОВАЯ МОДЕЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	151
Бездень Е.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «НАЛОГОВОЕ АДМИНИСТРИРОВАНИЕ»	151
Ваганова А.Н. ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ВНУТРЕННЕГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ	154
Краваль Л.О. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	158
Крайнова П.С. НАЛОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМЕ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В РФ	161
Массарова Л.Ф. ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВОГО БРЕМЕНИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	165
Морозова М.В. МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ОРИЕНТИРОВАННОГО НА РЕЗУЛЬТАТ	170
Николаева А.О. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	175
Прилукова А.В. ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРИНЦИПОВ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ ТРАНСФЕРТНЫХ ЦЕН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	179
Шишкина Н.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ	184
СЕКЦИЯ 7. СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ	188
Абдулхаликова Д.А. THE ROLE OF TRANSFER PRICING IN ACCOUNTING OF RELATED-PARTY TRANSACTIONS	188
Алексеева К.В. РОЛЬ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ	190
Баткова Ж.Н. УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ ПО РЕАЛИЗАЦИИ ТОВАРОВ ВНЕ ТЕРРИТОРИИ РФ	193
Буланова М.С. ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛЯЦИИ В ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	197
Васильев С.А. ВЗАИМОСВЯЗЬ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО И ФИНАНСОВОГО УЧЕТА	201
Васильева А.А. ВЛИЯНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ПОРЯДОК УЧЕТА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ	204
Воинова М.В. УЧЕТ ЗАТРАТ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ	208
Гамазина А.В. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА ЗАТРАТ НА ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕМ ПРЕДПРИЯТИИ	212
Гесь И.А. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ИНВЕНТАРИЗАЦИИ МАТЕРИАЛОВ ВО ФРАНЦИИ	216
Гильфанова Р.М. ПРОБЛЕМАТИКА КОНВЕРСИИ И ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОЙ (БУХГАЛТЕРСКОЙ) ОТЧЕТНОСТИ	220
Гниломёдова Е.В. СУБЪЕКТИВИЗМ В ОЦЕНКАХ АКТИВОВ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА	223

Додошина В.А. СЛОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ «АВС»	228
Еловских Е.О. ПОСРЕДНИЧЕСКИЕ СТРАХОВЫЕ УСЛУГИ	231
Журавлева Л.С. ИНТЕГРИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ – ОТЧЕТНОСТЬ БУДУЩЕГО	234
Завьялова А.В. THE ISSUES OF APPLYING IFRS IN RUSSIA	237
Иванов И.О. ОСОБЕННОСТИ КОНТРОЛЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ У РЕЦЕПТИВНЫХ ТУРОПЕРАТОРОВ	240
Исакова М.М. ВРЕМЕННЫЕ ДОРОГИ КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА	245
Казаченок К.В. ACCOUNTING IN SMALL BUSINESS ACCORDING TO IFRS	249
Ковалышин Р.В. ВНУТРЕННИЙ АУДИТ КАК ОДИН ИЗ ОСНОВНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	251
Коршун В.В. ОСОБЕННОСТИ ТРАНСФОРМАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	253
Коршун Д. В. ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ ЛИЗИНГОВОЙ КОМПАНИИ	259
Лучкина А.А. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИИ О ЗАТРАТАХ НА ХОСТИНГ-УСЛУГИ	263
Мартусевич С.А. ACCOUNTING OF ESTIMATED VALUES	265
Nikolaenko A.V. METHOLOGICAL ASPECTS OF THE ECOLOGICAL ACCOUNTING	269
Носкова И.Р. УЧЕТ ЛИЗИНГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	273
Папунина А.А. ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОБОРОТНОЙ СТЕКЛОТАРЫ	276
Попова С.А. ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА ПОРТОВЫХ СБОРОВ У СУДОВЛАДЕЛЬЦЕВ И В ПОРТАХ	280
Прасолова К.С. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕХОДА НА МСФО	284
Петрова О.Е. ОСОБЕННОСТИ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА РЕСТАВРАЦИЮ ОБЪЕКТОВ ИЗ КЕРАМИКИ	290
Преображенская Е.А. УЧЕТ ДОХОДОВ ТСЖ В РАМКАХ УСТАВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	294
Савина М.В. ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	298
Сафронова Е.Д. ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА В БИЗНЕС-ЦЕНТРАХ	303
Скромова А.И. ОСОБЕННОСТИ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ЗАТРАТ НА НИОКР В КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	306
Смирнова Е.А. ВЗГЛЯДЫ УЧЕНЫХ НА ПОНЯТИЕ «ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СУЖДЕНИЕ» В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ	311

Собина М.А. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА В СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	316
Старостенко А.А. СИСТЕМА НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СТРАХОВЫМИ ВЗНОСАМИ В МИРЕ.....	319
Тимофеева Д.А. CAPABILITIES OF BUSINESS INTELLIGENCE SYSTEM FOR THE IMPLEMENTATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN A COMMERCIAL BANK	323
Туаева Ю.В. РОЛЬ АУДИТА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ.....	327
Хитрова Ю.А. ABC-МЕТОД КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКТА И УЧЕТА ЗАТРАТ В МНОГОПРОФИЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭМС».....	330
Храповицкая Ю.М. ТАРИФНАЯ ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ЖКХ	335
Цай Лу ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В КИТАЕ.....	338
Цой А.Н. ИНТЕГРИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК ФАКТОР АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТНОЙ СИСТЕМЫ	343
Цой Е.В. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ВОДНЫХ РЕСУРСОВ.....	347
Чарторийская Е. В. ПРОВЕРКА НАДЕЖНОСТИ ПОСТАВЩИКОВ И ПОКУПАТЕЛЕЙ.....	350
Шведова А.М. ПРОБЛЕМЫ МЕТОДИКИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В СТРАХОВАНИИ.....	353
Шишулина М.П. ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	356
СЕКЦИЯ 8. ЛИНГВОПРАГМАТИКА МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	360
Амелина Г.В. МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ТЕРМИНООБРАЗОВАНИИ В ТЕРМИНОСИСТЕМЕ «MERGERS AND ACQUISITIONS».....	360
Беспятова А.В. ИСКУССТВОВЕДЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ	364
Ежова О.А. ЛЕКСИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ: ИСТОЧНИКИ, ПОСЛЕДСТВИЯ, ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ	369
Жигалова Е.В. ПРОБЛЕМА ЯЗЫКОВОГО БАРЬЕРА ПРИ ОБЩЕНИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА МАТЕРИАЛЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK).....	372
Казанцева Е.А. АКТУАЛИЗАЦИЯ ГЕНДЕРНОГО КОМПОНЕНТА В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ.....	376
Самойлова А.В. СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОЦЕНОЧНОСТИ В РЕЧИ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПУБЛИЦИСТИКИ).....	381
Хромцова Т.Л. МЕХАНИЗМ ЭПИСТЕМИЧЕСКОЙ БДИТЕЛЬНОСТИ КАК ОБЪЕКТ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕЧАХ АДВОКАТОВ (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА).....	385

СЕКЦИЯ 9. РОЛЬ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ В ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РФ	390
Банда Мебин ВЛИЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ КОМПАНИИ.....	390
Дементиенко М.А. РОЛЬ СИСТЕМЫ УЧЕТА НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	394
Зимерева М.С. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ РФ.....	398
Кусей Ю В ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ ДЕБИТОРА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КОМПАНИИ	403
Килина М.В. ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ КОМПАНИИ К ПРОЦЕДУРЕ DUE DILIGENCE.....	406
Оспанова М.А. РОЛЬ ЗАЕМНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ.....	410
Пашникова Е.С. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	414
Плаксина Д.Н. МЕТОД РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ В ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ	418
Савченко М.В. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БАНКРОТСТВА БАНКОВ.....	423
СЕКЦИЯ 10. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА: НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАКТИКИ	428
Андреев П.А. ПРОБЛЕМАТИКА ИЗМЕРЕНИЯ БЕДНОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ.....	428
Горбулева А.А. ЭВОЛЮЦИЯ СТРУКТУРЫ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА РОССИИ.....	431
Лыжин Р.Ю. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ КАДРОВ.....	435
Радченко Л.В. РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА КАЗАХСТАНА И РОССИИ.....	439
Струков А.В. СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИЙ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТЕСЕРВИСНЫХ УСЛУГ	444
Тулупова Д.В. ПОЗИТИВНЫЕ И НЕГАТИВНЫЕ ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ	448
СЕКЦИЯ 11. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ И ЛОКАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ	453
Викторова О.А. ФАКТОРЫ СТРУКТУРНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ЭКОНОМИКИ.....	453
Винокуров О.В. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ.....	456
Комиссаренко Я.П. РАЗРАБОТКА И ТРАНСФЕР НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РОССИИ.....	459

Палатов Д.А. ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ГОСЗАКАЗА В РФ.....	464
Свешникова Л.В. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ.....	469
Токарев Н.В. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ КАТОЛИЧЕСКОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ В КОНЦЕ XIX - НАЧАЛЕ XX В.	472
СЕКЦИЯ 12. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРИКЛАДНОЙ ИНФОРМАТИКИ В ЭКОНОМИКЕ	475
Конакова Е.М. РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ АРХИТЕКТУРЫ	475
Морозова Т.А. РАЗРАБОТКА КОРПОРАТИВНОЙ АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	479
Панкова Д.А. МЕТОДИКА СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ АРХИТЕКТУРЫ ВИРТУАЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	482
Шпякина А.С. АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ КАЗНАЧЕЙСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ НА БАЗЕ SAP ERP.....	486
СЕКЦИЯ 13. ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ: ВЫЗОВЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ	490
Авдеева С.Ю. СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	490
Батуева Ю.В. РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	493
Беляева Ю.С. ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ РОССИИ. ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО И ЭФФЕКТИВНОГО СЕКТОРА СТРАНЫ, ИНТЕГРАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ СИСТЕМ ОСВЕЩЕНИЯ.....	496
Борисов Р. И.МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ В КОРПОРАТИВНОМ СЕКТОРЕ .	499
Васильченко М.К. МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЙ.....	502
Воронкова А.С. КОМПЕТЕНТНОСТЬ ПЕРСОНАЛА СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....	504
Ефимова М.Л. КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО И МЕДИЦИНСКОГО КЛАСТЕРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА	508
Золотарева Ю.Ю. ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ТЕХНОЛОГО- ТЕХНИЧЕСКОГО И ОРГАНИЗАЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА С ЗАРУБЕЖНЫМ ПАРТНЕРОМ	510
Климентьева И.Г. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ХИМИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ОБЕЗВРЕЖИВАНИЯ ЦИАНОСодержащих стоков, образующихся при производстве микрополосковых плат	513
Лондон Ю.Г. ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА НА СМЕНУ «НЕФТЯНОЙ ИГЛЕ».....	518

Лужинская Н. А. СИСТЕМА НОРМИРОВАНИЯ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ	522
Ляпина Т. П. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ АЛЬЯНСОВ ПРЕДПРИЯТИЙ РОССИИ.....	527
Мещерякова В.А. ЭНЕРГОСЕРВИСНЫЙ КОНТРАКТ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ.....	529
Моисеева А.Ю. КРІ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ОРГАНИЗАЦИИ	531
Нырков К.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИКИ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПУТЕМ МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУХАММАДА ЮНУСА	535
Обухов К.А. ПЕРЕХОД К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ	539
Пасечнюк Н.Ю. ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В СФЕРЕ ВОСПРОИЗВОДСТВА ЖИЛИЩНОГО ФОНДА	541
Пригодин И.Е. ВЫБОР СТРАТЕГИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	544
Полякова Е.Ю. УСКОРЕНИЕ РЕШЕНИЙ ЖИЛИЩНОЙ ПРОБЛЕМЫ В РОССИИ НА ОСНОВЕ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	547
Растов М.А. ОБЗОР КЛЮЧЕВЫХ ТРЕНДОВ РЫНКА ВЕНЧУРНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ РАННЕЙ СТАДИИ.....	550
Рошка А.И. КОНТРОЛЛИНГ, КАК КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	553
Смирнов А.И. ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ	556
Соловьева А.В. РОССИЯ И АСЕАН: ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЕКТЫ И НОВЫЕ ФОРМЫ СОТРУДНИЧЕСТВА.....	561
Якимова Е.А. ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ «ЗЕЛЕННОГО СТРОИТЕЛЬСТВА»: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ.....	564

Научное издание

**ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС:
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**STATE AND BUSINESS: SOCIO-ECONOMIC RESPONSIBILITY
UNDER CONDITIONS OF GLOBALIZATION**

Материалы
III Международной межвузовской
научно-практической конференции
студентов магистратуры

23 апреля 2014 г.

Секции 1–13

Подписано в печать 06.10.14. Формат 60×84 1/16.
Печ. л. 36,00. Тираж 140 экз. Заказ 469.

Издательство СПбГЭУ. 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21.

Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ