

Негосударственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Центросоюза Российской Федерации

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

## ДНИ НАУКИ–2015

СБОРНИК ТРУДОВ VI ВСЕРОССИЙСКОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

Часть 1

17–20 марта 2015

Новосибирск 2015

УДК 378  
ББК 74.58  
Д 548

Д 548 Дни науки–2015 : сборник трудов VI всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 17–20 марта 2015 г.: в 2 ч. / [в авторской редакции]. – Новосибирск : НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации», 2015. – Ч. 1. – 412 с.

ISBN 978-5-334-00107-7

В сборник вошли статьи участников VI всероссийской научно-практической конференции с международным участием, целью которой является представление значимых достижений в научных исследованиях в различных отраслях наук; обобщение научно-исследовательского и практического опыта. Содержание статей первой части сборника отражает разнонаправленную тематику научных исследований по актуальным проблемам экономики и юриспруденции. Также в этот сборник вошли материалы по итогам конференции «Первые шаги в науке» студентов среднего профессионального образования.

УДК 378  
ББК 74.58

ISBN 978-5-334-00107-7

© Сибирский университет  
потребительской кооперации, 2015

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ</b> .....	8
<i>Айнабек К.С.</i> Аргументация названия фундаментальной экономической науки «Теория общественного хозяйствования» .....	8
<i>Альберт Т.В., Чистякова О.А.</i> Особенности бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженности в бюджетных учреждениях .....	12
<i>Альжанова Ж.А.</i> «Новая синергия» – путь к развитию экономического сотрудничества .....	17
<i>Астраханцева Е.А.</i> Платежный календарь как способ контроля обязательств организации, обеспечивающий экономическую безопасность .....	22
<i>Бадрутдинов А.З.</i> Обоснование необходимости корпоративного портала на предприятии ОАО «БУЛГАРПИВО» .....	25
<i>Васякина Е.Н.</i> Повышение конкурентоспособности Кочковского ПТПО .....	30
<i>Гурская Е.М.</i> Развитие сети общественного питания республики Беларусь .....	36
<i>Данилова А.С., Кравчук Я.В.</i> К вопросу о системе покрытия потребности в персонале .....	39
<i>Дедкова Н. А.</i> Автоматизированная технология бухгалтерского учета при реализации задач комплекса «Учет готовой продукции» .....	42
<i>Драгунова Е.В.</i> К вопросу оценки потенциала органического роста предприятия.....	46
<i>Драгунова Е.В., Штерк П.В.</i> Выявление проблем развития малого и среднего бизнеса в субъектах РФ.....	53
<i>Дубровская О.Е.</i> Перспективы развития актуарного учета в республике Беларусь .....	58
<i>Дуплинская Е.Б.</i> Экономические аспекты государственной социальной политики.....	64
<i>Дьяконова Е. В.</i> Совершенствование информационной системы АКБ «Энергобанк» (ОАО).....	69
<i>Ершова Л. В.</i> Особенности инвестиционной стратегии республики Алтай на современном этапе.....	74
<i>Жумжумаева Г.Е.</i> Некоторые аспекты маркетинга на предприятии: перспективы его развития .....	79

<i>Зайцева О.П., Харлова Т.В.</i> Проблемы оценки финансового состояния казённых учреждений здравоохранения .....	85
<i>Здрестова-Захаренкова Св.В.</i> Перспективы совместного развития информационных систем управления предприятием и службы контроллинга .....	94
<i>Змиевский А.В., Уханова О.В.</i> Способы оптимизации учета и контроля расходов по текущей деятельности .....	102
<i>Кислица Е.Н.</i> Дебиторская задолженность как объект бухгалтерского учета и экономического контроля.....	106
<i>Ковалев Е.А.</i> Методический инструментарий текущего анализа экономических рисков организации .....	112
<i>Колесникова В.Е., Миклушова В.А.,</i> Состояние и развитие потребительского рынка товаров и услуг в республики Беларусь .....	118
<i>Колесникова В.Е., Бекерина Е.А., Чечунов А.Н.</i> Особенности развития внешнеторговой деятельности республики Беларусь в 2000–2013 годы.....	122
<i>Кульбаева Б.М.</i> Анализ современного состояния депозитной базы коммерческих банков республики Казахстан .....	129
<i>Курдюмов А.В.</i> Импорт – угроза продовольственной безопасности России.....	134
<i>Курилкин А.А.</i> Государственное регулирование в современной экономике и методы оценки его эффективности .....	138
<i>Леоненко Е.И., Григорьев И.Н.</i> Эффективные методы сетевого планирования: диаграмма Ганта.....	144
<i>Липская А.О.</i> Оценка внутренних факторов приращения собственного капитала организации .....	150
<i>Лищук Е.Н., Батанова М.В.</i> Налоговый аудит и экспертиза в развитии бизнеса организации.....	156
<i>Максименко И.А.</i> Баланс эффективности и зрелости проектного управления в компании .....	163
<i>Матушкин Д.В.</i> Разработка стратегии управления конкурентными преимуществами организации сферы услуг.....	169
<i>Матушкин Д.В.</i> Разработка стратегии управления конкурентными преимуществами участника рынка юридических услуг .....	176
<i>Матушкин Д.В.</i> Специфика анализа внешней маркетинговой среды юридической организации с точки зрения конкурентоспособности ее услуг.....	182

<i>Матушкин Д.В.</i> Использование комплекса операционного маркетинга в управлении конкурентными преимуществами организации сферы услуг .....	189
<i>Новолоцкая О.В., Лищук Е.Н.</i> Подходы к формированию аудита уставного капитала.....	195
<i>Новосёлова Э.А., Козляева А.М.</i> Оценка стоимости организации с целью повышения эффективности управления.....	198
<i>Пирогова О.Е.</i> Проблемы выбора показателей стоимости в системе управления развитием предприятия .....	202
<i>Пономарева Е.В.</i> Автоматизация бухгалтерского учета в строительстве.....	206
<i>Пономаренко П.Г., Пономаренко Е.П.</i> Анализ интенсивности использования активов: методы и показатели оценки .....	212
<i>Попова А.А., Леханова Е.О.</i> Анализ ассортимента платных медицинских услуг внебюджетного отделения ФГБУ «ННИИТ» .....	218
<i>Рустемова А., Доскалиева Б.Б.</i> Тенденции развития новой экономики в условиях глобализации .....	222
<i>Самусенко М.А.</i> Современный этап развития рынка рекламных услуг в республике Беларусь .....	225
<i>Сандаков А.А.</i> Проблемы бухгалтерского учета и контроля дебиторской задолженности .....	229
<i>Smagulova M. Z.</i> The role of science in innovation economy of the CIS countries .....	233
<i>Струминская Л.М.</i> Совершенствование товарного портфеля оптовых торговых предприятий местного уровня.....	228
<i>Сушкова Л.В.</i> Особенности реализации механизма адресной помощи с использованием банковских карт в потребительской кооперации .....	242
<i>Тезина Л.Е.</i> К вопросу о развитии сельскохозяйственного производства в системе продовольственного обеспечения региона .....	247
<i>Тусаева А.К.</i> Депозиты населения в республике Казахстан: текущее состояние и инвестиционные предпочтения.....	251
<i>Убонова Д.З.</i> Анализ инвестиционной привлекательности республики Бурятия, Иркутской области и Забайкальского края .....	256
<i>Хоснуллина Г. Р.</i> Анализ рынка мобильных приложений в РФ .....	259
<i>Черняков М.К., Чернякова М.М.</i> Прогнозирование бюджетных инвестиций .....	263

<i>Шахова Ю.П.</i> Совершенствование внутреннего контроля в организациях потребительской кооперации .....	270
<i>Ямалутдинова Л. Д.</i> Решение задачи продвижения продукции методом создания сайта-визитки компании ООО «LEONI (RUS)».....	277

**СЕКЦИЯ 2. ЮРИДИЧЕСКАЯ НАУКА КАК ПРАВОВАЯ ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА .....**

<i>Аксенова Т. В.</i> Особенности правового статуса субъектов предпринимательства .....	281
<i>Антропов Р.В.</i> Особенности подготовки юристов в Баварии (Германия): выпускной (квалификационный) экзамен.....	285
<i>Берглезов А.Н.</i> Прокурорский протест как акт реагирования на нарушения конституционных прав граждан .....	290
<i>Богданова Н.А.</i> Надзор и наблюдение в национальной платежной системе.....	293
<i>Губань Р. В.</i> Юридическая наука как правовая основа обеспечения модернизации административно-территориального устройства Украины .....	296
<i>Дидикин А.Б.</i> Правовые аспекты внедрения оценки регулирующего воздействия проектов правовых актов в органах местного самоуправления .....	301
<i>Зиновьев К.С.</i> О введении бездокументарных неэмиссионных ценных бумаг .....	306
<i>Кирова Я.А.</i> Актуальные проблемы правового регулирования деятельности органов местного самоуправления в защите прав потребителей.....	309
<i>Киселева Е.И.</i> Использование межбюджетных трансфертов для сбалансированности местных бюджетов.....	312
<i>Козлова Н.В.</i> Принцип двойного гражданства: правовое регулирование и проблемы реализации.....	316
<i>Кулешова Н.В.</i> Вопросы взаимодействия органов государственной власти субъектов рф и органов местного самоуправления .....	319
<i>Нелюбин П. Г.</i> К вопросу о модернизации нормативных правовых актов евразийского экономического союза.....	323
<i>Нилов Д.Г.</i> Механизм административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение .....	326

<i>Сутурина М.Н., Жукова А.С.</i> Конфискации имущества как финансовая санкция по УК РФ .....	331
---	-----

**НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

<b>«ПЕРВЫЕ ШАГИ В НАУКЕ» .....</b>	<b>339</b>
------------------------------------	------------

<i>Афанасьев И.А., Долгопятов К.</i> Оценка санитарно-гигиенического состояния воздуха в учебном заведении.....	339
---	-----

<i>Beresnev A. I.</i> Marshes are lungs of our planet.....	344
--	-----

<i>Гладышева С.С., Локосова А.В., Косых А.В.</i> Оценка качества парфюмерных товаров .....	347
--	-----

<i>Ермолаева А.А., Степаненко М.В.</i> Неформальные объединения (секты) .....	351
---	-----

<i>Козупица В., Ладина Н., Розикова К.</i> История создания и оценка качества гелей для душа .....	357
--	-----

<i>Кокорина А.</i> Оценка качества вареных колбасных изделий представленных на потребительском рынке г. Новосибирска.....	362
---	-----

<i>Куцова А.В.</i> Принципы формирования потребительских свойств колбасных изделий.....	366
---	-----

<i>Новосёлова М.А.</i> Инновационная технология SOUS VIDE - технология работы в кризис.....	368
---	-----

<i>Моисеева А.О., Великанов С.С.</i> Низкокалорийные фруктово-ягодные наполнители для кондитерских изделий .....	373
--	-----

<i>Попова К.К.</i> Влияние волокнистого состава на потребительские свойства детской одежды .....	378
--	-----

<i>Черноскутова А.Д.</i> Оценка качества меховой женской одежды .....	382
---	-----

<i>Ярманова А., Еременко А.</i> Оценка качества кофе растворимого .....	385
---	-----

<b>SUMMARY .....</b>	<b>391</b>
----------------------	------------

# СЕКЦИЯ 1. «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ»

УДК 330.1

## АРГУМЕНТАЦИЯ НАЗВАНИЯ ФУНДАМЕНТАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАУКИ «ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ»

*К.С. Айнабек, доктор экон. наук, профессор*

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г. Караганда

В данной работе делается обзор литературы и обосновывается, и предлагается новое название фундаментальной экономической науки на основе логического подхода и предмета исследования.

**Ключевые слова:** политическая экономия, экономика, экономикс, экономическая теория, теория общественного хозяйствования.

В экономической литературе встречаются различные названия базового экономического курса. Если раньше политическая экономия считалась фундаментальной экономической наукой, то основная масса ученых Запада, начиная с 70-х годов XIX века, остановилась на названии «экономикс» или «экономика». В современном источнике отмечается, что «желая подчеркнуть особую значимость «чистоты» и нейтральности экономической науки, А. Маршалл заменил термин «политическая экономия» на «экономикс», который в последующем был принят представителями неоклассических и неокейнсианских теорий»[2]. По данному поводу А.В. Аникин писал: «Была провозглашена «социальная нейтральность» политической экономии. В руках... экономистов – Джевонса в Англии, Менгера и Визера в Австрии, Вальраса в Швейцарии, Дж. Б. Кларка в США – «старая» политическая экономия превратилась в нечто неузнаваемое. Теперь это был набор абстрактно-логических и математических схем, в основе которых лежит субъективно-психологический подход к экономическим явлениям. Естественно, что этой науке скоро потребовалось и другое название»[3].

В связи с переходом к рыночной экономике большинство ученых Казахстана и ближнего зарубежья под влиянием Запада посчитали, что «политическая экономия» имеет в названии преимущественный оттенок политики и некоторую оторванность от предмета фундаментальной экономической науки. Однако автор названия «политической экономии» А. Монкретьен в начале XVII века под политикой подразумевал государство или общество и поэтому она представлялась в качестве национального хозяйства. «Добрых 150 лет после Монкретьена политическая экономия рассматривалась преимущественно как наука о государственном хозяйстве, об экономике национальных государств, управляемых, как правило, абсолютными монархами. Только при Адаме Смите, с созданием классической школы буржуазной политической экономии, ее характер изменился, и она стала превращаться в

науку о законах хозяйства вообще, в частности об экономических отношениях классов» [3].

Развитие «политической экономии» в Советском Союзе привнесло в содержание преимущественно идеологизацию и преобладание нормативного метода исследования. Данное название устраивало главных идеологов Советского Союза, поскольку фундаментальная экономическая наука должна была отражать основные принципы псевдосоциалистического государства и разоблачать буржуазную идеологию на основе дискредитации капитализма. Такая крайность подхода, естественно, оттолкнула многих от восприятия названия фундаментальной экономической науки в форме «политической экономии» в современных условиях.

Однако, на наш взгляд, название «политическая экономия» более приемлемо по сравнению с «экономической теорией», если, конечно, снять идеологию и сохранить теоретические положения, отражающие объективные экономические процессы и их воздействие на развитие общественного производства.

С нашей точки зрения название современной фундаментальной экономической науки как «Экономической теории» имеет серьезные недостатки. Во-первых, здесь основное понятие «экономика» представлено прилагательным, а «теория» – выступает в качестве существительного. Тем самым «экономика» становится приложением к «теории». Во-вторых, в учебниках под названием «экономическая теория» в содержании присутствует множество различных теорий субъективного характера, далеких от раскрытия объективных экономических процессов. В связи с этим целесообразно отказаться от названия «экономическая теория» как формы выражения фундаментальной экономической науки.

Претендующая на название фундаментальной экономической науки «экономикс» или «экономика», также имеют свои недостатки. Если «Экономикс» означает экономики во множественном числе, то совокупность данных различных направлений еще не претендует на фундаментальную экономическую науку, поскольку последняя должна выражать в содержании не совокупность, а обобщенную основу развития всех видов экономики. При этом недостаток аналогичного другого названия «экономика» заключается в том, что его первичное содержание с латинского языка переводится как «правило, закон домашнего хозяйства»[3]. «В настоящее время термин «экономика» в смысле отрасли знания понимают, скорее, как экономические науки»[3]. Под экономикой можно предполагать как прикладную, так и теоретическую, фундаментальную науку. Поэтому имеющиеся названия не однозначны в содержании и не вполне соответствуют требованиям фундаментальной экономической науки.

По поводу различия содержания вышеприведенных названий фундаментальной экономической науки Аликулов Э.А. писал следующее: «классическая наука «Политическая экономия», неоклассическая наука «Economics» (Экономсистема), трудоклассическая наука «Политическая

экономия», новая классическая наука «Экономическая теория» – все они являются основными экономтеоретическими науками, которые возникли в разные времена и в различных социально-экономических условиях. Они в определенной мере взаимосвязаны, но это вполне самостоятельные науки. В современных условиях, по нашему мнению, невозможно произвольно объединять их под одним общим названием как «Экономическая наука», или «Политическая экономия», или как «Economics» (Экономсистема) или как «Экономтеория». Это различные экономтеоретические науки, они не тождественны, не идентичны друг с другом. Они взаимосвязаны, однако неодинаковы, между ними есть разграничивающие их сущностно-содержательные, теоретико-методологические, структурные и функционально-инструментальные различия. Это самостоятельные науки, которые, на наш взгляд, можно объединить и характеризовать лишь как «Экономтеоретические науки» [4]. Такой вывод автора говорит о том, что не определено содержание фундаментальной экономической науки, следствием чего является существование множества их видов.

На наш взгляд, фундаментальная экономическая наука должна иметь единое название и содержание, выражающее основные принципы, законы формирования и развития хозяйственных процессов.

Ученые экономисты находятся в состоянии поиска адекватного названия фундаментальной экономической науки. Они пытаются и выдвигают собственные аргументы в пользу предлагаемых вариантов. Так, Б.М. Генкин рекомендует назвать ее «Метаэкономика и основания экономических наук». Он пишет, что «в соответствии с определением метатеории... к метаэкономике можно отнести проблемы, связанные с областью и методами исследования экономических наук, их структурой и взаимосвязями с другими науками. К основаниям экономических наук относятся следующие основные проблемы: исходные понятия и утверждения; модели человека, его деятельности, распределение доходов; взаимоотношений в экономических системах, динамики этих систем. Следует отметить, что указанные границы весьма условны» [5]. Данное предложение имеет свои положительные стороны, но такое длинное название из двух составляющих, где каждая часть представляет определенную обособленность и к тому же они могут быть взаимоисключающими представляется весьма спорным.

Существуют также предложения вместо «Экономической теории» дать название «Теория общественного производства». Данное название более приемлемо для фундаментальной экономической науки, поскольку оно охватывает всеобщую основу изучаемых экономических процессов. Вместе с тем, это название имеет один важный недостаток. В нем не отражается значимость человека, сознательная организованность общества, деятельность собственников и других участников экономических процессов.

В 1914 г. была издана книга Ф. Визера «Теория общественного хозяйства» [6], название которой могло бы претендовать на определение фундаментальной экономической науки. По этому поводу существует интересная

идея Р.Е. Елемесова, который отмечал, что «хозяйство есть сознательно организованная структура для решения определенных задач, главную роль в которой играет собственник» [7]. «Необходимо постоянно помнить, – подчеркивал

Хайек Ф.А., – что «хозяйство», порождаемое рынком, не походит на продукты сознательных замыслов человека. Рыночная экономика, напоминая в некоторых отношениях собственно «хозяйство» в общепринятом смысле, представляет собой структуру, глубоко от него отличающуюся уже тем, что она не подчинена никакой единой иерархии целей»[8]. Продолжая приведенные мысли, Л. Горичева писала: «Отсутствие понятия «хозяйство» ограничивает наши представления о цивилизованных свойствах и устойчивости экономики страны, сковывает процесс самоорганизации, препятствует формированию конструктивной экономической политики» [9].

Еще в начале XX века С.Ю. Витте давал определение данного понятия. «Совокупность или определенный круг хозяйственных действий одного лица или союза лиц, – писал он, – называется хозяйством» [10]. Здесь нужно отметить различие между терминами «хозяйство» и «экономика», которое выражается в том, что первое понятие персонифицирует собственность и территорию через хозяина, тогда как последнее обезличивает и представляется как некая нейтральность, независящая от субъектов хозяйствования. «Хозяйство» также нейтрально к действиям и процессам. Вышеприведенное определение С.Ю. Витте относится не к содержанию «хозяйства», а более подходит к понятию «хозяйствование», поскольку «круг хозяйственных действий» и есть «хозяйствование».

Логика исследования данного вопроса, а также анализ приведенных выше материалов приводит нас к новому варианту названия фундаментальной экономической науки – «Теория общественного хозяйствования». Данное понятие, на наш взгляд, в полной мере соответствует требованиям к определению фундаментальной экономической науки. Во-первых, термин «теория» предполагает совокупность научных положений, выражающих основное содержание экономических явлений; во-вторых, понятие «общественное» – совокупность связей между субъектами и, в-третьих, «хозяйствование» определяет деятельность субъектов, собственников и участников экономических процессов.

#### *Список литературы*

1. Экономическая теория /Под ред. В.Д. Камаева, Е.Н. Лобачевой. – М., 2005.- С. 15.
2. Аникин А.В. Юность науки: Жизнь и идеи мыслителей-экономистов до Маркса – 3-е изд. – М., 1979.- С.31, 30 29, 19.
3. Аликулов Э.А. Экономика и экономические науки (К формированию основ новой методологической концепции) //Проблемы современной экономики. – 2007. – №2 (22). <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=22189>
4. Генкин Б.М. Введение в метаэкономику и основания экономических наук. – М., 2002.- С. 25.

5. См.: История экономических учений /Под ред. А.Ш. Жанагулова. – Караганда, 2004.- С.234.
6. Елемесов Р.Е. Государственные механизмы устойчивого экономического развития. //Вестник Ассоциации Казахстана. – 2004. – № 2(4). – С.73.
7. Хайек Ф.А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма. – М.,1992.- С. 193–194.
8. Горичева Л. Культурно-историческая целостность национально-государственного хозяйства //Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – № 1.- С.17.
9. Витте С.Ю. Конспект лекций о народном и государственном хозяйстве, читанных его высочеству великому князю Михаилу Александровичу в 1900–1902 годах. – М., 1997.- С.11.

**УДК 658.511:61(075)**

## **ОСОБЕННОСТИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В БЮДЖЕТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ**

*Т.В. Альберт, магистрантка*

*О.А. Чистякова, канд. экон. наук, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье рассматриваются особенности бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженности в бюджетных учреждениях. Освещены преимущества плана счетов бюджетного учета, предусматривающего конкретную аналитику учета и отражения в отчетности дебиторской задолженности.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, дебиторская задолженность, кредиторская задолженность, бюджетные учреждения, внутренний контроль

Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях имеет специфические особенности, отличающие его от бухгалтерского учета в коммерческих организациях, и обусловленные законодательством о бюджетном устройстве и бюджетном процессе. Установление порядка ведения бухгалтерского учета государственных (муниципальных) учреждений включено в состав бюджетных полномочий Министерства финансов РФ (ст. 165 БК РФ) [1].

К этим особенностям в сфере бюджетных экономических субъектов авторы относят:

- учет в разрезе видов финансового обеспечения;
- организация учета в разрезе статей бюджетной классификации;
- контроль за целевым использованием выделенных средств;
- отражение отраслевых особенностей деятельности, присущих бюджетным учреждениям здравоохранения;
- применение метода начисления при определении доходов;
- строгая государственная учетная политика, реализуемая через Инструкцию;
- взаимосвязь классификатора доходов и расходов с планом счетов;

– применение единой формы ведения бухгалтерского учета в бюджетных организациях (журналы операций).

Несмотря на более строгое регулирование бухгалтерского учета, авторы видят возможности наращивания вариантности в способах его ведения в бюджетных учреждениях, что обуславливает возрастание интереса к такому локальному нормативному документу, как учетная политика.

Согласно ст. 8 Федерального закона № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» под учетной политикой понимается совокупность способов ведения экономическим субъектом бухгалтерского учета [2].

Для любой организации учетная политика является тем распорядительным документом, без которого невозможны построение и ведение системы бухгалтерского учета. Бюджетные учреждения не являются исключением. Порядок ведения учета для данных хозяйствующих субъектов в нормативных актах четко не прописан, поэтому различные неурегулированные вопросы учреждениям предстоит решать самостоятельно, фиксируя принятые решения в учетной политике, что позволит сформировать эффективную систему как бухгалтерского, так и налогового учета.

Одним из таких вопросов является вариативное отражение на счетах бухгалтерского учета дебиторской и кредиторской задолженности.

В настоящее время бюджетный финансовый механизм невозможен без системы расчетных отношений, включающей следующую классификацию расчетов:

- расчеты, осуществляемые внутри учреждения, – внутренние расчеты (расчеты между администрацией и персоналом, возникающие в процессе экономической, управленческой, научной, производственной и иной деятельности, с целью осуществления которой создавалось учреждение);
- расчеты, осуществляемые между структурными подразделениями учреждения, – внутривозрастные расчеты;
- расчеты, осуществляемые между учреждением и вышестоящим органом (ведомством, управлением и т. д.), – внутриведомственные расчеты;
- расчеты, возникающие между учреждением и поставщиками (подрядчиками) за поставки материальных ценностей, оказание услуг, выполнение работ, – межхозяйственные расчеты.

Содержание понятий дебиторская и кредиторская задолженность формировалось исторически. Например, Лука Пачоли вывел два основных принципа: «Нельзя никого считать должником без его ведома, даже если это показалось бы целесообразным»; «Нельзя никого считать верителем, при известных условиях, без его согласия» [7].

Как экономическая категория кредиторская задолженность определяет экономические отношения между поставщиками и заказчиками в процессе купли-продажи продукции, товаров и услуг. Движущий мотив этих отношений - получение экономических выгод в будущем. Кредиторская задолженность представляет собой неотъемлемую часть товарно-денежных отношений, возникающих между людьми в процессе производства и реализации товаров.

Историки отмечают, что подобные отношения появились еще в эпоху первобытнообщинного строя на границах соприкосновения отдельных общин, когда возник обмен продуктами труда, однако он был не столько экономической необходимостью, сколько ритуальным элементом установления и поддержания дружеских отношений между племенами, то есть в этих условиях товарного производства как такового не было.

С позиции финансового менеджмента и бюджетного управления дебиторская и кредиторская задолженность рассматриваются, как один из основных источников поступления денежных средств на предприятие, в связи с этим организация оптимальных режимов их движения в рамках получения доходов и увеличения прибыли является приоритетной задачей. В этой области можно отметить труды таких экономистов как: И.А. Бланка [3], Ю. Бригхем и Л. Гапенски [4], Дж. К. Ван Хорна, В.В. Ковалева, других.

По мнению Г.М. Колпаковой [6], «количественно величина дебиторской задолженности определяется объемом реализации в кредит и средним промежутком времени между реализацией товаров и получением выручки», следовательно, это позволяет нам сделать вывод, что количественно величина кредиторской задолженности зависит от стоимости продукции, предоставляемой в кредит и средним промежутком времени между получением продукции и последующей ее оплатой.

В свою очередь Ю. Бригхем и Л. Гапенски считают дебиторскую и кредиторскую задолженность следствием коммерческого кредитования. По их мнению, «кредиторская задолженность, или коммерческий кредит, как он обычно называется, – это самая крупная отдельная категория краткосрочного долга, представляющая около 40 % краткосрочных обязательств средней нефинансовой корпорации» [4].

Дебиторская задолженность с точки зрения гражданского права является имущественным правом, то есть правом на получение определенной денежной суммы (товара, услуги и т.п.) с должника. Данный вид задолженности отражается в бухгалтерской отчетности в составе активов организации.

Просроченная дебиторская задолженность является выведенной из хозяйственного оборота частью активов. Поэтому бухгалтерия бюджетного учреждения совместно с юридической службой должна строго контролировать структуру просроченной задолженности, вести работу по ее взысканию. Дебиторская задолженность, не погашенная своевременно и не обеспеченная соответствующими гарантиями или иными предусмотренными законодательством способами, признается сомнительной.

Достоверный учет дебиторской и кредиторской задолженности в бюджетных учреждениях наравне с другими объектами учета необходим для подтверждения достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Бухгалтерская служба бюджетных учреждений особое внимание уделяет дебиторской задолженности, чтобы своевременно списать просроченную задолженность, и обычно не анализируют просроченную кредиторскую задолженность.

В Плане счетов бюджетных учреждений предусмотрен детализированный учет дебиторской задолженности. Код синтетического счета содержит номер объекта учета, группы и вида задолженности, КОСГУ, который по счетам отражает признак увеличения и уменьшения задолженности (560-увеличение, 660- уменьшение). Следует отметить, что особенности учета дебиторской задолженности в бюджетных учреждениях заключаются в регламентации учета задолженности по видам хозяйственных операций. Приобретение материальных ценностей, работ, услуг в учреждениях бюджетной сферы осуществляется на основании договоров (контрактов) с поставщиками. Перечисление бюджетных средств поставщикам и подрядчикам, производится на основании Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

В коммерческих предприятиях обязательно создают резерв по сомнительным долгам, но в бюджетных учреждениях не формируют такого резерва, так как бухгалтерский учет данных экономических субъектов ведется согласно Приказа Минфина России «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению» от 01.12.2010 № 157н. Следовательно, действие всех ПБУ, утвержденных Минфином России на эти учреждения не распространяется.

Финансовый контроль за движением дебиторской задолженности в бюджетных учреждениях осуществляет Федеральное казначейство, которое регулирует процесс кассового исполнения бюджетов. Но как показывает практика, даже в условиях казначейского контроля образуется просроченная сомнительная задолженность.

Анализ нарушений, выявляемых в ходе контроля финансово-хозяйственной деятельности бюджетных учреждений, показывает, что, несмотря на принимаемые Правительством РФ и Минфином меры, нецелевое использование денежных средств продолжает оставаться одним из основных нарушений. В соответствии со ст. 289 БК РФ за нецелевое использование бюджетных средств предусмотрена административная и уголовная ответственность. Направление и использование бюджетных средств на цели, не соответствующие условиям их получения, определенным утвержденным бюджетом, бюджетной росписью, уведомлением о бюджетных ассигнованиях, сметой доходов и расходов, являются нецелевым использованием бюджетных средств.

Методика организации внутреннего контроля за деятельностью бюджетных учреждений должна быть закреплена в учетной политике, так как является приоритетным направлением повышения финансовой устойчивости учреждения и эффективности использования ресурсов. Внутренний контроль рассматривается авторами как непрерывный процесс, состоящий из набора

процедур, в т.ч. аналитических, и мер, организованных в учреждении и направленных на повышение качества управления дебиторской и кредиторской задолженностью, исключающей возможные нарушения законодательства РФ и способствующей результативности управления.

В процессе исследования уровня ведения бюджетного (бухгалтерского) учета дебиторской и кредиторской задолженности выявлены типичные ошибки и нарушения:

- отсутствие в учетной политики аспектов учета и списания дебиторской и кредиторской задолженности;
- несвоевременное внесение изменений в учетную политику;
- нарушение действующего законодательства;
- отсутствие первичных документов (не обоснованное);
- ненадлежащее оформление первичных учетных документов;
- отсутствие регистров бухгалтерского учета;
- непредставление бухгалтерской (бюджетной) отчетности в установленные сроки;
- ненадлежащее оформление бухгалтерской (бюджетной) отчетности и др.

Таким образом, в современных экономических условиях руководству предприятий бюджетных учреждений необходимо оперативно принимать управленческие решения о материально-техническом обеспечении организации, формировании собственной ценовой политики на платные услуги, использовании разных форм реализации и расчетов. Важную роль при этом играют сведения о состоянии дебиторской и кредиторской задолженности по операциям, в том числе по конкретным поставщикам с детализацией по срокам возникновения, видам приобретаемых товарно-материальных ценностей и реализуемых платных услуг.

Однако, проведенный анализ качества и порядка формирования такой информации в системе бухгалтерского учета бюджетных учреждений, позволяет утверждать, что данные отражаемые в регистрах аналитического и синтетического учета, бухгалтерской (финансовой) отчетности имеют ограниченный характер для принятия обоснованных управленческих решений.

На взгляд авторов, это обусловлено следующими обстоятельствами:

- во-первых регистры (отчеты) по счетам «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», применяемые в исследуемом субъекте хозяйствования, ориентированы преимущественно на составление бухгалтерской отчетности, структура направлена только на оценку динамики долговых требований и обязательств (остаток на начало периода, обороты за период, остаток на конец периода) в разрезе каждого контрагента и договора, не включают ряд важных аналитических сведений: возрастная структура задолженности (0-30 дней, 31- 60 дней, 61- 90 дней, 91-120 дней, больше 120 дней); качество (текущая, просроченная, сомнительная, безнадежная, обеспеченная, необеспеченная); плановые и фактические показатели погашения задолженности по группам и видам реализованной продукции и приобретенных товарно-материальных ценностей (работ, услуг), как в целом по хозяйству, так и по

отдельным контрагентам; бюджетные величины, размеры полученных и предоставленных скидок (условия); начисленных и уплаченных штрафов и т.д., что значительно снижает их полезность для управленческого аппарата;

– во-вторых, информация бухгалтерской (финансовой) отчетности относительно дебиторской и кредиторской задолженности, в том числе и по товарным операциям, носит ретроспективный характер, что не может способствовать принятию оперативных и обоснованных управленческих решений, обеспечивающих сохранение финансовой устойчивости и платежеспособности в бюджетных учреждениях.

Указанные обстоятельства, по мнению авторов, требуют от руководства бюджетных учреждений внедрения системы форм оперативной отчетности для отражения дебиторской и кредиторской задолженности по операциям. Необходимо сформировать график документооборота в дополнение к существующей учетной политике, разработать положение о внутреннем контроле. Данные меры направлены на повышение обоснованности управленческих решений, информация которых отвечает требованиям адресности, оперативности, аналитичности.

#### *Список литературы*

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации. Ч.1, 2.
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ.
3. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами. - М.: Омега -Л, 2011. – 768 с.
4. Бригхем Ю., Гапенски Л. Финансовый менеджмент. – СПб: Экономическая школа, 1997. – 669 с.
5. Макс К. Капитал: Электронная библиотека RoyalLib.com 2010- 2015. – 400 с.
6. Колпакова Г.М. Методологические основы постэкономического механизма хозяйствования: монография. – М.: МГОУ, 2011.- 144 с.
7. Соколов Я.В, Соколов В.Я. История бухгалтерского учета. -М.: Финансы и статистика, 2004- 274 с.

**УДК 339. 923**

## **«НОВАЯ СИНЕРГИЯ» – ПУТЬ К РАЗВИТИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**

*Ж.А. Альжанова, магистрант*

*Научный руководитель: М.О. Иембекова, к.и.н., доцент*  
Новый Экономический Университет им.Т.Рыскулова, г. Алматы

Отношения Казахстана и Турции с первых дней положили основу на прочные дружеские и постоянные связи. Односторонние и многосторонние отношения с Турцией берет свое начало с общих культурно- духовных исторических корней. Самым важным аспектом двусторонней связи является сотрудничество в торгово- экономической сфере. Главным аспектом в развитии торгово-экономической сферы это создание стратегического сотрудничества на высоком уровне и развить объединенную экономическую программу «Новая Синергия».

**Ключевые слова:** международная организация, торгово-экономическая сфера, концепция.

Смысл программы казахско - турецких отношений показывает, что казахское государство в международной арене повысил свое международное влияние, стала более значимым звеном в сфере глобальной экономики и финансовых институтов.

В том числе современная внешняя политика государства требует продвижение национальной ценности жизненного реализма с точными выводами. Этому процессу явно будут влиять некоторые внутренние и внешние причины. К внутренним причинам можно отнести значительные изменения в развитии социально-экономической политике Казахстана, окончание этапа формирования и долгое своевременное развитие страны до 2050 года принятие новой стратегии.

Внешние факторы можно увидеть в необходимости преодолеть непредвиденные причины мирового финансово-экономического кризиса, обострение конфликтных ситуаций, создание новых современных проблем человечества и уровень регионального и глобального, нового геополитического и геоэкономического состояния.

Внешне политическая концепция по Указу Президента Республики Казахстан для 2014-2020 года была основана на методах и теории политической деятельности, цели, приоритету и задаче.

В концепции уточнено, что Казахстан со всеми странами мира и их объединениями будет развивать заранее запланированные отношения.

Для воплощения экономической концепции Казахстана нужно:

- реализовать экономическо-ресурсного, транзитно- машинного и экспертного рода страны, в целях безопасного развития его экономики привлечения инвестиции нужно участвовать как в региональных, так и в международных интеграционных процессах;

- Привлечение передовых технологии и инвестиции в индустриально-инновационный сектор, модернизировать технологий и разнообразить, расширить международное сотрудничество для конкурентоспособности.

В концепции уточнено, что внимание уделяется на национальные и региональные приоритеты, а также особое внимание уделяется на развитие двухстороннего отношения между Республикой Казахстан и Турецкой Республикой, которые объединяет два государства общей историей и культурной ценностью[1].

Сотрудничество Казахстана и Турции продолжается в разных форматах - ООН, Организация Экономического Сотрудничества, Совет по взаимодействию и мерам доверия в Азии, Саммит глав государств тюркоязычных стран - Тюркской и в сфере других объединении.

Турция, познав руководящую роль Казахстана, считает нашу страну важным партнером в регионе. Президент Турции считает Президента Казахстана лидером тюркского мира. И все это показывает, что отношения между двумя государствами находятся на высоком уровне[2].

В таком случае возникает вопрос, какая страна Турция? Это страна, которая стоит выше тюркоязычных стран, но небогат полезными ископаемыми

ми, часто замечается этносные конфликты. Не смотря на это, Турция смогла развить сферу туризма, а со стороны культуры может быть примером многим странам. В общем, эта страна с одной стороны расположена в центре стран, в которых собрано 75% газа и нефти. С другой стороны имеет общую границу с Европейским Союзом, что дает Турции возможность связывать между собой большие рынки энергоресурсов.

А демографию Турции можно назвать растущей молодой страной. Потому что половина страны еще не достигли 28 возраста. По грамотности мужчины 95,3%, а женщины 79,6% составляют.

Самая главная религия в Турции Ислам (придерживаются 90%). Не смотря на то, что Турция является светским государством, религия в большей части может повлиять на экономическую культуру страны. По мнению некоторых экспертов именно религиозный характер влияет развитию экономики Турции.

А развитие экономики сегодняшней Турции определяется тщательно обдуманной политикой и систематизировано производимыми изменениями, политика, которую ведет Партия Развития и Юстиции с 2002 года.

В последнее время многие международные организации признают, что Турция в числе хорошо развивающихся стран, у которой высокая гарантия экономической свободы, в которую можно вложить инвестиции.

Турция - страна, которая тесно связана со многими международными объединениями, она член НАТО (с 1952 года), Организации экономического сотрудничества и развития (с 1961 года), Всемирной торговой организации (с 1995 года). Если Турция с 1996 года установил отношения с Европейским Союзом в сфере таможен, то с 2005 года она ведет переговоры о полноправном членстве и вступлении в ЕС. Турция, которая ведет выигрышную экономическую политику, по итогам 2012 года по объему ВВП заняла 16 место в мире. И это позволяет ему участвовать в собраниях «большой двадцатки».

Скорое развитие промышленного производства Турции показывает его нужду на энергоресурсы. По этой причине в стране видна нехватка энергии. На сегодняшний день Турция пользуется природным газом России, а среди стран Европы стоит вторым после Германии. В таком случае отношении с нашей страной именно в этой сфере было бы выгодным обоим сторонам. Близость Казахстана с Турцией определяется тем, что язык и религия, культура и этнические корни унитарны. С казахскую землю землей предков. В течение двадцати двух лет обе страны достигли уровня сотрудничества стратегического партнерства.

Если говорить о геополитической схожести Анкары и Астаны то они оба находятся на пересечении Европы и Азии. Они открывают путь между Востоком и Западом, тем самым формулируя две необычных цивилизаций.

Отношение с Турцией имеет большое значение для Казахстана. Что бы улучшить отношения с Казахстаном Турция уделяет большое внимание культурной сфере, науке и технике, направление обменом туркоязычными народами, развитие благотворительных связей.

Официальные визиты глав двух государств поднимает на новый уровень двусторонние отношения. Потому что развитие международного партнерства на новый уровень это требование века[3].

В октябре 2012 года правительство Республики Казахстан и Правительство Турецкой Республики, основываясь на традиционно дружественных, братских отношениях и стратегическом партнерстве между двумя странами, придерживаясь принципов равенства, рациональности и взаимной выгоды, осознавая необходимость углубления сотрудничества и дальнейшего развития экономик двух государств в соответствии с современными требованиями и глобальными экономическими вызовами, признавая движущую силу торговли, инвестиций и деловых связей в экономическом сотрудничестве, учитывая цели – достижение между двумя странами заявляют о начале реализации Совместной экономической программы «Новая синергия», (Синергия- с греческого объединение, помощь, совместное участие) разработанной под патронажем Президента Республики Казахстан и Президента Турецкой Республики, которая будет реализовываться правительствами двух государств.

Программа предусматривает:

- 1) расширение торгово-экономического и научно-технического сотрудничества;
- 2) развитие существующих и новых сфер сотрудничества;
- 3) укрепление взаимодействия между государственным и частным секторами Сторон;
- 4) реализацию инвестиционных проектов в приоритетных отраслях.

В целях реализации Программы стороны будут развивать сотрудничество в следующих приоритетных отраслях.

1. В сфере инвестиций
2. В сфере торговли
3. В сфере науки, инноваций и новых технологий
4. В сфере промышленности и стандартизации
5. В сфере транспорта
6. В энергетической сфере
7. В сфере сельского хозяйства
8. В области туризма[4]

Этот план, который определяет период развития двух государств, предусматривает осуществить определенные мероприятия. На этот счет очень много планов на развитие таких сфер как региональное сотрудничество, индустриальные центры и технологические парки. Придает большое значение на обсуждение проблем о продолжении работ в Южно Казахстанской области, по созданию Казахстанско – Турецкого совместного индустриального района, о передаче управления специализированного экономического региона «Юг» турецкой стороне.

На данный момент в Турции усердно работают в сфере туризма. На этот счет организован учебные программы Казахстанским специалистам в сфере

туризма, а также был запланирован возможности сотрудничества с турецкими компаниями по проблемам туристических проектов в Алматы (Капшагай), Восточном Казахстане (Алакол), и Акмолы (район Щучинск - Бурабай).

Оба страны не только утвердили такой план но и сразу перешли на ее реализацию. 2012 году 15 октября в городе Стамбул с участием президента Казахстана и премьер-министром Турции был проведен бизнес форум в рамках «Банка Развития Казахстана» и «Экспортно-Кредитного Банка Турции», и подписан меморандум о взаимопонимании стоимостью 250млн. долларов США. В том числе был подписан меморандум о сотрудничестве между агентствами государственных служб двух стран.

Принятие меморандума является важной частью двустороннего сотрудничества для развития торгово-экономических отношений между Казахстаном и Турцией. Такие мероприятия как постройка и ремонт портов и ро-ро терминалов, взаимная постройка и использование кораблей, рассмотрение возможностей для расширения отношений в сфере управления флотом, стимулирование компании для постройки объединенной транспортно-логистической компании, обучение и техническое сотрудничество в сфере хлопкового производства должны реализоваться в 2013-2015 годах.

Вот такие экономические отношения развиваются на высоком уровне. Если в 2012 году товарооборот между Казахстаном и Турцией составил 4млрд. доллара, то в новом 2015 году планируется довести до 10млрд. долларов, если Турция в нашу страну инвестировал 2млрд. доллара, то довести ежегодное инвестирование в объеме 500млн. доллара является главной задачей этого сотрудничества.

Сегодняшнее отношение двух стран направлен на реализацию мероприятия стратегической программы «Новая Синергия». Оба государства вполне могут позволить себе достичь этой поставленной цели. Самое главное между этими двумя братскими государствами, в какой либо сфере нет никаких препятствий[5].

#### *Список литературы*

1. Интернет ресурс: <http://egemen.kz/> «Жаңа синергия»
2. Интернет ресурс: <http://www.inform.kz/> «Қазақстан мен Түркия - сенімді стратегиялық әріптестер»
3. Интернет ресурс: <http://www.kazakzaman.kz/> «Қазақстан мен Түркия қарым-қатынасы»
4. Интернет ресурс: <http://adilet.zan.kz/> «О подписании Совместной экономической программы "Новая синергия" под патронажем Президента Республики Казахстан Нурсултана Назарбаева и Президента Турецкой Республики Абдуллаха Гюля».
5. Интернет ресурс: <http://egemen.kz/> «Қазақстан мен Түркия арасындағы «Жаңа синергия» бағдарламасы екі ел экономикасының барлық саласын қамтиды - Н. Назарбаев»

## ПЛАТЕЖНЫЙ КАЛЕНДАРЬ КАК СПОСОБ КОНТРОЛЯ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ОРГАНИЗАЦИИ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЙ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ

*Е.А. Астраханцева*, канд.экон.наук

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань

Тенденция роста взаимных неплатежей предприятий и увеличение кредиторской и дебиторской задолженности должно способствовать более широкому внедрению в практику учета предприятий такого инструмента как платежный календарь.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, дебиторская и кредиторская задолженность, платежный календарь, учетно-аналитическое обеспечение.

В современной экономической литературе все пристальнее рассматриваются вопросы экономической безопасности хозяйствующих субъектов, однако с позиции учетно-аналитического обеспечения данного вопроса, заслуживающего внимания не наблюдается. А ведь именно данные бухгалтерского учета являются базой для анализа финансово-хозяйственной деятельности и соответственно формирования данных для принятия эффективных управленческих решений.

В условиях неизменно повторяющихся экономических кризисов, менеджерам предприятий приходится постоянно «держат руку на пульсе», анализируя текущее состояние деятельности, включая анализ внутренних и внешних причин появления рисков. Одной из причин возникновения угрозы кризисной для предприятия ситуации может стать несвоевременно погашение обязательств перед кредиторами что приведет, в крайнем случае, к его банкротству. В настоящее время должник имеет право обратиться с заявлением в арбитражный суд о рассмотрении дела о банкротстве, если требования к должнику - юридическому лицу в совокупности составляют не менее трехсот тысяч рублей [1].

Проблема несвоевременных платежей присуща многим российским предприятиям, о чем свидетельствует официальная статистика, приведенная в таблице 1.

Данные таблицы свидетельствуют о постоянном росте кредиторской и дебиторской задолженности за рассматриваемый период. До 2011 года наблюдается превышение дебиторской задолженности над кредиторской и наоборот с 2012 года превышение кредиторской задолженности. Это указывает на невозможность данным предприятиям рассчитаться со своими кредиторами даже при условии полного погашения обязательств со стороны своих покупателей и заказчиков.

Негативный эффект усиливается при росте именно просроченных видов задолженности, так именно несвоевременность погашения обязательств дает возможность кредитору обратиться в арбитражный суд о введении процедур банкротства и признанием должника несостоятельным.

Таблица 1

Динамика статистики кредиторской и дебиторской задолженности РФ  
за период 2009–2011 гг.

	2009		2010		2011		2012		2013	
	млрд. руб- лей	%								
Дебиторская задолженность	15442	100	18004	100	21797	100	22867	100	26264	100
из нее просроченная	1011	6,55	1048	5,82	1167	5,35	1225	5,36	1483	5,65
Кредиторская задолженность	14882	100	17683	100	20954	100	23632	100	27532	100
из нее просроченная	958	6,44	1006	5,69	1208	5,77	1188	5,03	1470	5,34

Данные статистики указывают на наличие просроченной задолженности, что в общей структуре составляет 5,65% и 5,75% по кредиторской задолженности и дебиторской соответственно.

Во многом указанная ситуация объясняется отсутствием надлежащего контроля за сроками погашения обязательств, то есть платёжного календаря.

Соблюдение платежной дисциплины во многом зависит от движения денежных потоков предприятия. Платежный календарь призван стать своего рода оперативным планом, содержащим в себе информацию об источниках поступления и расходования денежных средств в определённой хронологической последовательности, обусловленной сроками возникновения и погашения имеющихся и вновь возникающих обязательств. Таким образом платёжный календарь является не статическим, а динамическим планом, подверженным периодическим корректировкам.

Указанный документ необходимо составлять с учетом оперативных данных бухгалтерского финансового и управленческого учета.

Платежный календарь, составленный по приходной и расходной части движения денежных средств выступает и своеобразным инструментом контроля за движением денежных средств.

Все расчеты взаимосвязаны и следовательно не получая денежных средств от дебиторов невозможно рассчитаться по обязательствам с кредиторами.

На основе полученной ретроспективной информации о расчетах дебиторов предлагается составить расчетную таблицу с указанием имевших место сроков расчетов за отгруженную продукцию. Своего рода график погашения задолженности покупателей. Платежный календарь должен содержать информацию в процентном соотношении о суммах и сроках платежей дебиторов, какова доля оплаты покупателей через один, два, три месяца или

боле длительный период с момента ее возникновения. Имея данную картину, представляется возможным установить контрольные значения и принимать меры быстрого реагирования, воздействия на дебиторов. Платежный календарь будет весьма существенным дополнением к прогнозному отчету движения денежных средств, так как указывает на конкретные сроки поступления средств и их направления выбытия. Выявив отклонения по срокам и суммам на более коротком временном отрезке, эффективнее оперативно отреагировать и принять соответствующие меры [4].

Информация, предоставляемая на основе учета и анализа, способствует оперативному реагированию на появление каких либо угроз и недопущение кризисных ситуаций.

Постоянному учетно-аналитическому мониторингу подвергаются факторы, сопряженные с текущей и предполагаемой рентабельностью, графики погашения долговых обязательств, являющиеся результатом анализа отчета о движении денежных средств и информационной базой для составления и корректировок платежного календаря, что напрямую обеспечивает экономическую безопасность, а в противном случае предприятию грозит кризис и как следствие банкротство.

Элементы системы учетно-аналитического обеспечения, способные обеспечить экономическую безопасность организации должны закладываться не только в учетную политику предприятия, но и в платежный календарь[2].

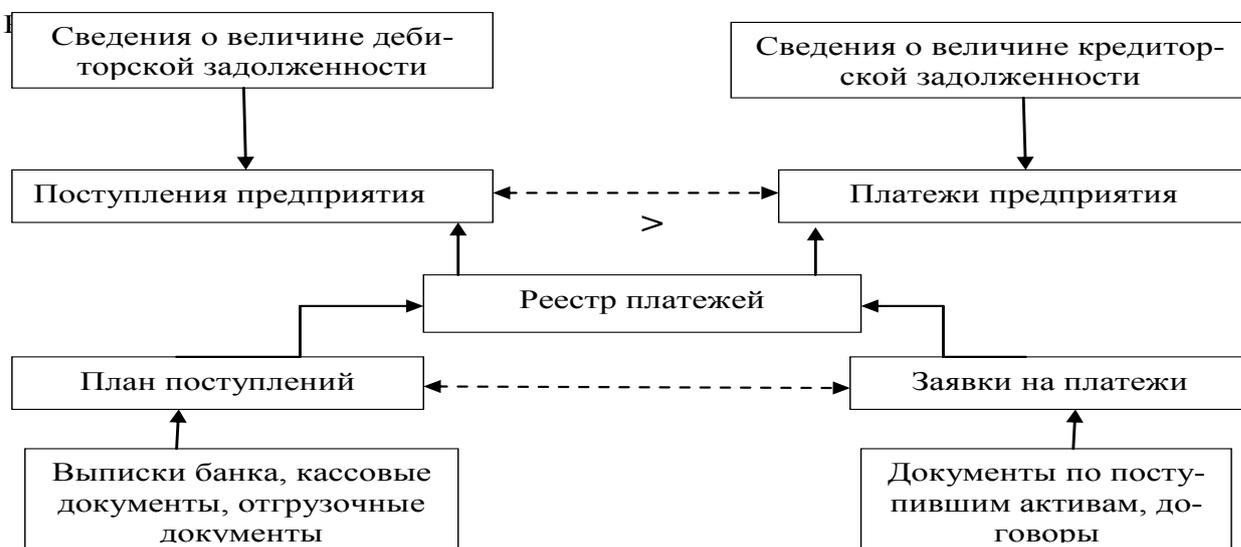


Рис. Порядок составления платежного календаря на основе учетно-аналитической информации

Необходимы и данные оперативного учета, например, отдела продаж по уже заключенным, но еще неисполненным договорам на отгрузку продукции, что позволит спрогнозировать возникновение в ближайшие периоды дебиторской задолженности по новому контрагенту.

Анализ регулярно задерживаемой или просроченной по срокам дебиторской задолженности должен способствовать принять к должнику определенные меры, к примеру, отгрузка на условиях полной или частичной предоплаты.

С помощью платежного календаря происходит управление движением дебиторской и кредиторской задолженностей и контроль над их своевременным погашением. Составление платежного календаря позволит своевременно выявить дефицит денежных средств.

Учетно-аналитическая информация об активах и обязательствах организации, обеспечивающая её экономическую безопасность весьма важна для хозяйствующих субъектов.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 29.12.2014 N 482-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Астраханцева Е.А. К вопросу об актуальности учетно-аналитического обеспечения экономической безопасности организаций // Научное обозрение – 2014. – № 9 – С. 258-260.
3. Поздеев В.Л. Методы анализа экономической безопасности предприятия // Инновационное развитие экономики – 2014. - № 6. - С. 47-51.
4. Финансовое оздоровление предприятия: методология учетно-аналитического обеспечения /монография/ Поздеев В.Л., Астраханцева Е.А., Лукачанова Е.А., Леухина Т.Л. – Казань. - Изд-во «Печать-Сервис-XXI век». – 2013. – 310 с.

**УДК 004.453.2**

## **ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ КОРПОРАТИВНОГО ПОРТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИИ ОАО «БУЛГАРПИВО»**

*А.З. Бадрутдинов, студент*

*Научный руководитель: Григорьева Д.Р., канд. экон. наук, доцент*

*Набережночелнинский институт Казанского (Приволжского) федерального университета, г. Набережные Челны*

Внедрение корпоративного портала, с помощью 1С:БИТРИКС, позволит специалисту не покидая своего рабочего места организовать совместную работу над документацией, объединит коллектив в социальной группе, позволит в режиме видео-чата проводить конференции, обсуждения различных вопросов, каждый сотрудник будет моментально получать всю актуальную информацию и отслеживать все обновления в течении рабочего времени, руководитель сможет организовать учет рабочего времени, одним кликом ставить задачи на день и многое другое.

**Ключевые слова:** корпоративный портал, 1С:БИТРИКС, организация удаленной работы с документацией.

Активное развитие Интернета привело к необходимости создания Web-сайтов для предоставления различного рода информации об учреждении.

Практически каждое государственное учреждение сейчас имеет свой собственный Web-сайт. Однако сайты чаще предназначены для сторонних пользователей, и очень редко используются для решения корпоративных задач. То есть основная задача сайта предприятия – это освещение его деятельности и ознакомление с функционалом и справочной информацией по основным видам работ предприятия. Альтернативным решением такой задачи мы предлагаем внедрение на предприятии корпоративного портала.

Корпоративный портал это единый центр - хранилище документов, данных, массива информации, которую можно при необходимости обрабатывать и получать данные в виде отчетов, аналитических данных. Реализация корпоративного портала чаще всего осуществляется на внешних серверах, что позволяет любому пользователю работать на портале из любой точки, при условии, если у него есть доступ

Важно отметить, что каждый документ, каждое событие имеет свои уровни доступа, таким образом, не нужно беспокоиться о том, что документы, не предназначенные для широкого круга, станут достоянием общественности. Сейчас на корпоративный портал также возлагаются функции исполнения политики в области работы с персоналом, он является элементом корпоративной культуры, командообразования компании.

К разработке современных корпоративных порталов предъявляются самые разные требования. В зависимости от специфики функционирования организации, уровня менеджмента, политики в области работы с персоналом, корпоративной культуры определяется пул требований к корпоративному portalу.

При разработке корпоративного портала мы условно разделим корпоративные порталы на три категории:

Управленческий корпоративный портал;

Наиболее сложный вид корпоративного портала, в него входят такие функции как бизнес-процессы компании, функции совместных рабочих мест, учет рабочего времени сотрудников, рабочее пространство всех специалистов, функции анализа и статистики для высшего менеджмента компании, реализация проектных решений.

Административный корпоративный портал;

Осуществление локального документооборота компании, за исключением первичных бухгалтерских документов, реализация рабочего пространства специалистов.

Портальные решения для кадровых служб;

Наиболее популярный вид корпоративного портала для небольших организаций. Он позволяет эффективно работать всем специалистам в едином информационном пространстве, специалистам кадровых служб реализовывать все потребности для работы с персоналом.

Для работы с корпоративным порталом не требуются специфические навыки программиста, достаточно вводного знакомства с выбранной визуальной средой разработки.

Политика безопасности к корпоративному portalу классифицируется как внешняя и внутренняя.

Внешняя политика безопасности это защита корпоративного portalа внутри сети интернет. Также возможно исполнение корпоративного portalа на серверах других стран. Это удаленный рабочий стол ваших сотрудников.

Внутренняя политика безопасности закладывается в процессе разработки архитектуры корпоративного portalа, это правила доступа и общего администрирования корпоративного portalа.

Отличие корпоративного portalа от схожих по типу программ

Не надо путать корпоративный portal с созвучным ему понятием portal в Интернете и с корпоративной информационной системой.

В интернете есть свое понятие portalа. Под ним подразумевается очень большой по содержанию и функционалу проект. Основное отличие обычного веб-сайта от веб-portalа - наличие интерактивных сервисов, таких как почта, поиск, погода, новости, форумы, обсуждения, голосования и т. д.

«1С-Битрикс: Корпоративный portal», в котором нам предстоит работать, - это не веб-portal потому что:

доступ к корпоративному portalу в полном объеме ограничен только сотрудниками компании;

КП имеет функционал, не типичный для веб-сайтов, но необходимый для функционирования компании.

Кроме этого необходимо различать корпоративный portal и корпоративную информационную систему.

Корпоративная информационная система - совокупность содержащейся в корпоративных базах данных информации и обеспечивающих обработку этой информации технологий и технических средств.

Корпоративный portal - это дополнение, расширение традиционной корпоративной информационной системы. Так как позволяет организовывать управление бизнес-процессами на основе обработки этой корпоративной информации. Пример корпоративной информационной системы - «1С:Предприятие».

Если быть точным, то любую корпоративную информационную систему можно назвать системой совместной работы. Разница только в степени охвата бизнес-процессов компании. В корпоративном portalе упор делается именно на совместную деятельность всех сотрудников компании, а не просто на доступ к информации какой-то их части.

Корпоративные порталы это не столько новый класс корпоративных приложений, сколько новая эффективная технология, позволяющая существенно расширить функциональные возможности корпоративных систем и создавать новые подсистемы с недостижимыми ранее свойствами.

Рассмотрим ОАО «Булгарпиво». Предприятие осуществляет следующие виды деятельности: выпуск и реализация пива, безалкогольных напитков и минеральных вод; производство и реализация других видов пищевой продукции; услуги общественного питания; торговая деятельность; коммерче-

ские и посреднические операции; транспортные и сервисные услуги; внешнеэкономическая деятельность; производство и переработка сельскохозяйственной продукции; сдача в аренду административных и производственных помещений; производство и реализация тепловой энергии.

В продуктовый портфель компании входит более 30 видов продукции. В настоящее время на предприятии имеется достаточное количество современных компьютеров. Все они объединены в локальные вычислительные сети. Между предприятиями организована сеть передачи данных. Сформированы городские, сельские и общий республиканский банк данных о закупках и продажах. Внедрена автоматизированная информационная система, предназначенная для оценки и учета продаж, их технических, стоимостных и правовых характеристик, хранения накопленной информации в электронном виде и обеспечивающая возможность анализа информации на основании ее представления в виде агрегированных показателей, позволяющая автоматизировать взаимодействие с налоговыми органами и др.

Проводимая ОАО «БУЛГАРПИВО» отраслевая политика, наработанная нормативно-методическая база, разработка и продвижение новых перспективных направлений деятельности, многолетний опыт, высококвалифицированный кадровый потенциал и современная оснащенность позволяют предприятию уверенно смотреть в завтрашний день.

Однако, не смотря на высокотехнологическую оснащенность, ОАО «БУЛГАРПИВО» не имеет собственного корпоративного портала, который мог бы решить проблему взаимоотношения с клиентами.

На сегодняшний день существует много разнообразных прикладных программ, позволяющих реализовать разработку корпоративного портала. Для создания системы мы решили использовать систему 1С Битрикс: Корпоративный портал.

«1С-Битрикс: Корпоративный портал» - программа, использующая различные инструменты организации групповой и индивидуальной работы:

знакомые по Интернету веб-инструменты (мгновенные сообщения, облака тегов, форумы, блоги);

единое файловое хранилище с контролем версий;

единый календарь и задачи как инструмент планирования деятельности;

неограниченное количество рабочих групп, возможность пользователям самостоятельно создавать и модерировать группы;

гибкая система настройки прав;

морфологический поиск, который существенно облегчает сотрудникам жизнь.

Бизнес-процессы - позволяющая интегрировать портал с внешним сайтом, автоматизировать бизнес-процессы компании, управлять этапами процессов и всеми действиями, необходимыми для их исполнения, управлять списками, включая списки в рабочих группах, анализировать посещаемость своего портала.

Есть два варианта создать свой корпоративный портал:

1. Облачный сервис «Битрикс24» Вам не нужно ничего устанавливать и настраивать. Вы регистрируетесь - и сразу начинаете работать со своим корпоративным порталом.

2. Коробочная версия сервиса - «1С-Битрикс24». Программный продукт для установки на сервер внутри вашей компании или на хостинг для индивидуальной настройки бизнес-логики, интерфейса, интеграции с «1С:ЗУП».

В коробочной версии «Битрикс24» вы можете индивидуально настроить логику работы продукта и дизайн. Вы можете воспользоваться дополнительными возможностями «Битрикс24», которые включены только в «коробку».

- Собственный сервер
- Своя бизнес-логика
- Больше возможностей

Дополнительно вы сможете:

- Интегрировать свой портал с «1С:ЗУП»
- Синхронизировать календари, задачи и контакты на портале с MS Exchange Server с помощью Коннектора к MS Exchange Server 2007/2010
- Воспользоваться Коннектором к MS SharePoint для двусторонней интеграции с вашим порталом
- Централизованно управлять группами пользователей с помощью Active Directory/LDAP Интегратора
- Разместить портал на собственном сервере компании
- Доработать самостоятельно интерфейс и бизнес-логику
- Создать отдельные порталы для подразделений, включив функционал «Многодепартаментность»

Размещение на хостинге

«Битрикс24» в коробке» можно размещать не только на внутреннем сервере организации, но и у внешнего хостинга.

Корпоративный портал позволит:

- экономить рабочее время;
- повысить эффективность сотрудников;
- обеспечить контроль и управляемость;
- оптимизировать совместную деятельность;
- повысить качество управленческих решений;

Корпоративный сайт - это оптимальное решение для тех, кто собирается построить эффективные работоспособную компанию.

Корпоративный портал – это высококачественная система, где все элементы будут работать как единое целое;

Создание портала, как правило, подразумевает достаточно сложную разработку, затрагивающую множество аспектов от обеспечения быстродействия ресурса на конкретном оборудовании до агрессивных тестов по информационной безопасности.

Для дальнейшей совместной доработки и наполнения портала руководству компании, осталось лишь принять решения в какой форме продолжить

работать: используя облачные сервисы, либо купить ключ на коробочную версию продукта.

#### *Список литературы*

1. Бондаренко, Е. А. Практическая информатика / Е. А. Бондаренко, А. А. Журин. И. А. Милютин. - М.: ЮНВЕС, 2010. - 416с.
2. Шафрин, Ю.А. Основы компьютерных технологий. / Ю.А. Шафрин. А. А. Журин. И. А. Милютин. - М.: ЮНВЕС, 2007. - 316с.
3. 1С Битрикс. Разработчикам. Документация по работе с программными продуктами / <http://dev.1c-bitrix.ru/docs/>.
4. Национальный открытый университет ИНТУИТ // Курс лекций // <http://www.intuit.ru/>.

**УДК 339.16.012.34**

### **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОЧКОВСКОГО ПТПО**

*Е.Н. Васякина, канд. экон. наук, доцент*

*А.С. Филиппов, студент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Предлагаются направления повышения конкурентоспособности Кочковского ПТПО на основе анализа состояния материально-технической базы и коммерческой деятельности общества и имеющихся конкурентных преимуществ системы потребительской кооперации.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, коммерческая деятельность, закупочная работа, формирование ассортимента, рынки сбыта.

В условиях кризиса в российской экономике, сопровождающегося затуханием экономической активности и потребительского спроса торговыми предприятиями необходимо находить новые рычаги для удержания своих конкурентных преимуществ.

Данное обстоятельство имеет отношение и к торговым предприятиям системы потребительской кооперации, а именно к Кочковскому производственно-торговому потребительскому обществу, которое было образовано на базе Кочковского районного потребительского общества в 1998 году, входит в состав Новосибирского Облпотребсоюза и является одним из ведущих потребительских обществ Облпотребсоюза по производственным показателям.

Механизм управления конкурентоспособностью организации потребительской кооперации должен охватывать все основные направления его деятельности: производство; закупочную деятельность; материально-техническое обеспечение; кадры; обеспечение качества продукции; социальные вопросы и др. [2].

Кочковское ПТПО осуществляет оптовую, розничную торговлю, производство и реализацию собственной продукции, заготовительную деятельность: закупает у населения мясо, картофель, овчину, шкуры КРС, шерсть, а

также оказывает услуги населению в виде раскроя тканей, шитья и ремонта одежды, оплачивает обучение и выплачивает стипендию детям своих работников.

Торговые предприятия Кочковского ПТПО обладают достаточно высокой конкурентоспособностью по сравнению с другими торговыми предприятиями, расположенными в Кочковском районе благодаря наличию необходимой материально-технической базы для осуществления торговой деятельности, которой нет у её конкурентов – частных предпринимателей.

Так, предприятие имеет два распределительных склада общей площадью 2464 кв. м с удобными подъездными путями, площадками для разгрузочно-погрузочных работ; необходимое холодильное и другое торговое оборудование для своей деятельности, 10 грузовых автомобилей позволяют перевозить товары своим транспортом.

Характеристика материально технической базы (МТБ) Кочковского ПТПО представлена в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что в 2013 году по сравнению с 2012 годом материально-техническая база предприятия укреплялась и расширялась. Надо отметить, что кроме того, в производственной деятельности не задействованы 3 магазина и 2 склада, следовательно, у предприятия есть резервы для дальнейшего расширения.

*Таблица 1*

Материально техническая база розничной торговли  
Кочковского ПТПО за 2012-2013 гг.

№ п/п	Показатели	Годы		Отклонение	
		2012	2013	в сумме	в %
1	Количество магазинов, шт.	36	39	3	8,3
2	Площадь торговых залов, кв.м.	2743	2876	133	4,8
3	Количество распределительных складов, шт.	2	2	-	-
4	Площадь складских помещений, кв.м.	2464	2464	-	-
5	Склады при магазинах, шт.	13	13	-	-
6	Гаражи автомобильные, шт.	2	2	-	-
7	Собственный транспорт, ед.	15	15	-	-
8	Стоимость оборудования торговли, тыс.руб.	3798	3922	124	3,3
	Итого стоимость основных средств, тыс. руб.	14060	14967	907	6,5

Одной из проблем, выявленных в ходе анализа состояния материально-технической базы Кочковского ПТПО является отсутствие переоценки основных средств в соответствии с рыночными ценами. С одной стороны занижение стоимости основных средств существенно снижает издержки обращения, что позволяет снижать цены на свои товары и увеличивать прибыльность. С другой стороны, предприятие не будет иметь амортизационного фонда. Значит,

у него не будет источников обновления материально-технической базы, совершенствования производственного процесса, наконец, обновления интерьеров, дизайна своих магазинов, а это существенно подрывает его конкурентоспособность.

О роли и месте предприятий торговли Кочковского ПТПО в розничной торговле района свидетельствуют данные таблицы 2.

*Таблица 2*

Характеристика предприятий розничной торговли  
в Кочковском районе в 2012–2013 гг.

№ п/п	Показатели	Годы		Отклонение	
		2012	2013	в сумме	в %
1	Количество коммерческих предприятий розничной торговли, ед.	130	132	2	1,5
2	Количество магазинов Кочковского ПТПО, шт.	36	39	3	8,3
3	Всего по району, шт.	166	171	5	3,0
4	Удельный вес магазинов Кочковского ПТПО, %	21,7	22,8	1,1	5,2
5	Общий размер торговых площадей коммерческих предприятий розничной торговли, кв.м.	7725	7924	199	2,6
6	Размер торговых площадей магазинов Кочковского ПТПО, кв. м.	2743	2876	133	4,8
7	Всего торговых площадей, кв.м.	10468	10800	332	3,2
8	Удельный вес Кочковского ПТПО в размере торговых площадей, %	26,2	26,6	0,4	1,6

Розничная торговая сеть в районе расширяется с каждым годом. Число магазинов потребительской кооперации растёт даже более быстрыми темпами, чем число коммерческих магазинов. В 2013 году по сравнению с 2012 годом их число увеличилось на 3 единицы или на 8,3%. Рост числа коммерческих магазинов за этот период составил 2 единицы или 1,5%. Коммерческие магазины больше подвержены риску банкротства: одни открываются, другие закрываются.

Магазины Кочковского ПТПО представляют собой хорошо организованную систему, руководимую из одного центра. Это даёт возможность грамотно организовывать коммерческую работу, использовать ранее закрытые помещения, сдавать нерентабельные магазины в аренду и вновь открывать их под своей маркой, после ухода очередного арендатора и т.д. Удельный вес Кочковского ПТПО вырос за год как в структуре предприятий розничной торговли (на 1,1%), так и в структуре торговых площадей (на 0,4%).

Конкурентные преимущества магазинов Кочковского ПТПО сказываются и на показателях эффективности коммерческой деятельности общества в целом (табл. 3).

Из таблицы 3 видно, что Кочковское ПТПО является прибыльной организацией. Практически все основные показатели деятельности ПТПО за 2012-2013 гг. имеют положительную динамику. Так оборот розничной торговли увеличился на 28,9 %, прибыль от реализации на 31,2 %, рентабельность в 2013 году выросла с 5,95% до 6,06%. Уровень издержек обращения в 2013 г снизился с 19% до 18,9%, что также говорит об эффективной работе коммерческой службы магазина.

Таблица 3

Основные показатели эффективности коммерческой деятельности Кочковского ПТПО за 2012-2013 гг.

№ п/п	Показатели	Ед. изм.	Годы		Отклонение	
			2012	2013	в сумме	в %
1	Оборот розничной торговли	тыс. руб.	953400	1228700	275300	28,9
2	Валовой доход	тыс. руб.	238400	307200	6880	28,9
3	Уровень валового дохода	%	25,0	25,0	-	-
4	Издержки обращения	тыс. руб.	181600	232700	5110	28,1
5	Уровень издержек обращения	%	19,0	18,9	-0,1	-0,5
6	Прибыль от реализации	тыс. руб.	56800	74500	1770	31,2
7	Рентабельность	%	5,95	6,06	0,11	1,8
8	Средние товарные запасы	тыс. руб.	54700,6	75700,9	2100,3	38,4
9	Однодневный товарооборот	тыс. руб.	2610,2	3360,6	75,4	28,9
10	Товарооборачиваемость	дни	31,5	22,5	-9	-28,6
11	Товарооборачиваемость	разы	17,4	16,2	-1,2	-6,9
12	Торговая площадь	кв. м	2743	2876	133	4,8
13	Оборот торговли на 1 кв. м. торговой площади	тыс. руб.	347,6	427,2	79,6	22,9

Анализ оборачиваемости показывает, что средние товарные запасы в 2013 году по сравнению с предыдущим увеличились на 38,4%. Вместе с тем и средний товарооборот за день увеличился на 29,1%. Значит, увеличение товарных запасов не следует рассматривать как негативный момент в деятельности Кочковского ПТПО. Наоборот, имеет место активизация работы предприятия, увеличение товарооборота, что естественно требует увеличения товарных запасов.

Однако замедление товарооборачиваемости на 1 оборот в 2013 г. свидетельствует о том, что организации нужно искать пути оптимизации работы с товарными запасами.

Для обеспечения работы розничных предприятий ПТПО осуществляет закупки товаров как у местных производителей, так и у посредников, расположенных в регионе. Закупка товаров у местных производителей наиболее

выгодна, так как затраты на их закупку снижаются за счёт минимизации транспортных расходов.

Хорошо работают предприятия ПТПО – кондитерский цех и хлебокомбинат. Благодаря им, доля местных поставщиков составила в 2013 году - 17%.

При выборе поставщиков предпочтение отдаётся тем, с кем уже заключались договоры и устанавливались взаимовыгодные отношения. Кочковское ПТПО выбирает тех поставщиков, которые максимально удовлетворяют потребность в товарах по объёму и ассортименту и которые могут их отгружать нужными партиями и в нужные сроки. Однако, закупка продукции у населения всё же выгоднее, хотя и требует больших усилий.

Что касается совершенствования работы по формированию ассортимента, то необходимо более широко использовать возможности личных хозяйств жителей района и увеличивать продажи в магазинах ПТПО продуктов сельского хозяйства, в том числе, овощей и картофеля, продукции собственного производства из местного сырья. Сейчас эта продукция реализуется в основном через предприятия общественного питания.

Необходимо так же расширять рынки сбыта продукции Кочковского ПТПО. Поэтому предлагается вывозить производимые товары на рынок города Новосибирска и Новосибирской области.

Для повышения своей конкурентоспособности Кочковское ПТПО должно использоваться все конкурентные преимущества системы потребительской кооперации: значительный экономический потенциал; размещение розничной торговой сети в подавляющем большинстве населенных пунктов; наличие рынков сбыта в лице пайщиков потребительских обществ; доверие населения, привыкшего традиционно покупать потребительские товары в магазинах потребительской кооперации; постоянные кадры, состоящие из пайщиков; тесные связи с органами местного самоуправления по вопросам торгового обслуживания населения, социальной защиты населения, участия в социальных программах Кочковского района.

В ходе анализа коммерческой деятельности торговых предприятий Кочковского ПТПО были выявлены слабые стороны их конкурентоспособности и намечены способы их устранения.

*Во-первых*, многие магазины потребкооперации имеют устаревшее оборудование и не обновляемое оформление торговых залов. Поэтому, при опросах покупателей, большинство отмечает худшую по сравнению с другими магазинами атмосферу в магазинах Кочковского ПТПО, недостаточно привлекательное оформление и т.д. Можно предложить провести переоценку основных средств, чтобы создать амортизационный фонд, как источник финансирования модернизации магазинов. Однако это приведёт к росту цен на товары Кочковского ПТПО и к снижению их конкурентоспособности. Поэтому предлагается просто сделать проблему реновации магазинов приоритетными, в первую очередь направлять на эти цели финансовые средства предприятия (например, из прибыли).

*Во-вторых*, в магазинах Кочковского ПТПО не оказывается дополнительных услуг, которые могли бы привлечь новых покупателей. Например, в магазинах ПТПО можно установить автоматы для пополнения счетов мобильных телефонов, в больших магазинах сдавать торговые площади в аренду для торговли журналами и другой печатной продукцией, дисками, мобильными телефонами, цветами и т.д. Ещё одна возможность предоставления дополнительных услуг в магазинах: изготовление ксерокопий документов, изготовление фотографий на документы, зарядка картриджей, предоставление возможности выхода в Интернет.

Повышению конкурентоспособности будет способствовать так же расширение продажи дорогостоящих товаров в кредит с оформлением кредита на месте.

*В-третьих*, для привлечения большего количества покупателей, можно ввести систему скидок не только пайщикам, но и постоянным клиентам, каковыми считаются покупатели, совершившие покупку более 10 раз на сумму 1000 рублей и выше, после чего ему вручается дисконтная карта со скидкой 10% на все товары.

*В-четвертых*, конкурентоспособность предприятий потребкооперации в значительной степени зависит от целостности системы. Одним из негативных факторов является убыточность некоторых магазинов кооперативной торговли, особенно магазинов в отдалённых сёлах. Однако, закрытие убыточных магазинов Кочковского ПТПО не допустима, так как организация, поддерживая даже неприбыльные магазины, сохраняет за собой рынок территории, которую данные магазины обслуживают, не допускают проникновение сюда конкурентов.

Потребительская кооперация всегда была и остается социально-ориентированной системой: кооператоры работают с самой малозащищенной и имеющей низкие доходы группой сельского населения, содержат убыточные магазины и предприятия, которые в значительном количестве населенных пунктов, являются селообразующими [1].

*В-пятых*, пайщики, как социальная основа кооперации принимают участие в повышении конкурентоспособности розничной торговли. Следует поощрять экономическое участие как производителей сельскохозяйственного продуктов и сырья, поставщиков товаров индивидуальной трудовой деятельности, обеспечивая им выгодные условия продажи: справедливые цены, своевременный расчет наличными или товарами в удобном для сдатчика месте, например, в близлежащем магазине, доставка закупленных товаров транспортом кооператива и др.

Особое внимание необходимо обратить на укрепление интеграции с производителями сельскохозяйственной продукции Кочковского района.

Это направление коммерческой деятельности лежит в русле социальных задач, выполняемых потребительской кооперацией и приносит наиболее быстрый экономический эффект. Так, доведение удельного веса местных производителей в структуре продаж молочных и мясных продуктов до 50%,

что бесспорно возможно, позволит снизить розничные цены и добиться конкурентных преимуществ и в то же время получить дополнительную прибыль: 172,1 тыс. рублей по молочным продуктам и 69,6 тыс. рублей по мясо-продуктам.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности Кочковского ПТПО в первую очередь необходимо использовать преимущества потребительской организации, её сильные стороны и возможности. Эти преимущества заключаются в больших возможностях организации по сравнению с отдельными магазинами, значительном экономическом потенциале, наличии постоянных кадров, помощи местных властей, заинтересованных в деятельности ПК по социальной защите населения и т.д. При этом основными направлениями повышения конкурентного статуса Кочковского ПТПО являются: выход на новые рынки сбыта продукции; возможность открытия новых торговых точек; расширение реестра оказываемых дополнительных услуг населению, увеличение доли местных производителей в структуре закупок, введение системы скидок не только пайщикам, но и постоянным клиентам магазинов ПТПО.

#### *Список литературы*

1. Концепция развития кооперации на селе на период до 2020 года // Аграрная Россия. – 2013. – № 4. – С. 8-15.
2. Ильина Л.И. Роль конкурентоспособности в повышении эффективности социально-экономической деятельности потребительской кооперации/ Л.И. Ильина [Электронный ресурс] Режим доступа: [http:// koet.syktsu.ru/w](http://koet.syktsu.ru/w), свободный.

**УДК 338.45:642.5**

## **РАЗВИТИЕ СЕТИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

*Е.М. Гурская, ассистент,*

Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель

Статья посвящена вопросам развития отрасли общественного питания Республики Беларусь. Автор раскрывает основные тенденции в сфере общественного питания Республики Беларусь на основе анализа статистической информации. Особое внимание обращается на проблемные зоны, имеющие место в деятельности объектов общественного питания в последние годы и мерам, принятых для их преодоления. Называет основные направления развития отрасли общественного питания на 2011–2015 годы.

**Ключевые слова:** отрасль, общественное питание, развитие, ресторанный бизнес, тенденции.

Сеть общественного питания Республики Беларусь на 1.01.2014 года представлена 12010 объектами на 753,3 тыс. мест., из них в городских поселениях 8216 ед. (68,4 %), в сельской местности — 3794 ед. (31,6 %). Сеть быстрого обслуживания представлена 2735 объектами. Темпы роста сети общественного питания относительно невысокие. Число объектов с 11,6 тыс. объектов на 722,2 тыс. мест в 2008 году по сравнению с 2014 годом возросло

на 3,5% . Это связано с тем, что многие заведения закрываются в скором времени, оказавшись неспособными удержаться на рынке общественного питания.

За ряд последних лет четко прослеживается тенденция роста доли частного сектора в количестве торгового сектора общественного питания и увеличение доли частной собственности в розничном товарообороте Республики Беларусь. Рост данного показателя в основном произошел за счет роста доли частного капитала и продажи на вещевых рынках. Так, в настоящее время доля объектов общественного питания государственной формы собственности составляет 35,6% (4264 ед.), частной – 62,7% (7526 ед.) и иностранной собственности – 1,8% (220 ед.).

В 2011–2015г.г. развитие сети объектов общественного питания осуществляется по следующим основным направлениям:

- объектов, основанных на традициях белорусской национальной кухни, отражающих колорит и самобытность белорусской культуры;
- открытие специализированных пивных объектов;
- создание специализированных объектов, в том числе детских кафе, кофеен, блинных и других, ориентированных на организацию обслуживания молодежи, посетителей с детьми;
- развитие сети общественного питания в зонах комплексного торгового обслуживания в форме фуд-кортов объектов питания различных концепций, не дублирующих одна другую [1].

Приоритетными направлениями развития сети общественного питания являются открытие объектов общественного питания придорожного сервиса и заведений, специализирующихся на выпуске блюд белорусской национальной кухни. На 01.01.2014 в республике функционировал 501 объект общественного питания придорожного сервиса. Их количество ежегодно прирастает в среднем на 5–6 процентов [2].

В республике специализируются на выпуске блюд белорусской национальной кухни в г. Минске – 51 объект на 4892 мест, Брестской обл. – 28 объектов на 2385 мест, Витебской обл. – 16 на 1146 мест из них 1 объект на 102 места объект придорожного сервиса, Гомельской обл. – 22 на 1503 места из них 6 объектов на 301 место объекты придорожного сервиса, Гродненской обл. – 13 на 1020 мест из них 3 объекта на 1020 мест объекты придорожного сервиса, Минской обл. – 30 на 2000 мест, Могилевской обл. – 6 на 330 мест из них 2 объекта на 94 места объекты придорожного сервиса [2].

В целях развития придорожного сервиса предоставляться кредиты организациям и индивидуальным предпринимателям для строительства и реконструкции объектов придорожного сервиса и инженерной инфраструктуры к ним на срок до пяти лет по особым ставкам [3].

Наряду с белорусской национальной кухней, развивается сеть предприятий с национальными кухнями народов мира. Наиболее популярными являются европейская кухня (75%), пиццерия (10%), стейк-хаусы (шашлыки –

6%), пивные рестораны и суши-бары (по 3%), кофейни (1%). Важной тенденцией развития является быстрое возникновение и развитие сетей типа фаст-фуд, фри-флоу и других, рассчитанных на широкий круг потребителей.

За последние 5 лет Министерством торговли совместно принят ряд нормативных правовых актов, позволяющих существенно упростить хозяйственную деятельность торговых объектов: предоставлено право параллельного проектирования и строительства объектов, сняты ограничения по закупке товаров за наличный расчет и использованию наличных денег из выручки, расширены критерии применения упрощенной системы налогообложения, упрощены санитарно-гигиенические требования к объектах общественного питания и порядок заключения договоров аренды, отменено присвоение наценочных категорий, сокращено количество обязательных к применению первичных учетных документов и другие [2].

Предпринимательская и инвестиционная активность в сфере общественного питания является одной из самых высоких. Активная политика социальных преобразований в республике способствует дальнейшему развитию современных предприятий в сфере общественного питания.

#### *Список литературы*

1. Об утверждении Концепции реализации государственной политики в сфере внутренней торговли и общественного питания на 2011–2015 годы, Концепции реализации государственной политики в сфере бытового обслуживания населения на 2011–2015 годы и мероприятий по их выполнению : приказ М-ва торговли Респ. Беларусь, 29 дек. 2011 г., № 178 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.
2. Общие сведения // сайт М-ва торговли Респ. Беларусь / <http://www.mintorg.gov.by>: Minsk Belarus [Электронный ресурс] Минск, 2014. – Режим доступа: [http://www.mintorg.gov.by/index.php?option=com\\_content&task=view&id=945&Itemid=481](http://www.mintorg.gov.by/index.php?option=com_content&task=view&id=945&Itemid=481). – Загл. с титул. экрана.
3. Указ Президента Республики Беларусь от 15.05.2008 N 270 «О мерах по развитию придорожного сервиса» // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2014.

## К ВОПРОСУ О СИСТЕМЕ ПОКРЫТИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ПЕРСОНАЛЕ

*А.С. Данилова, канд. экон. наук, доцент*

*Я.В. Кравчук, студентка*

Красноярский институт железнодорожного транспорта, г. Красноярск

Данная статья посвящена рассмотрению направлений и источников покрытия потребности в персонале, а также их преимущества и недостатки.

**Ключевые слова:** персонал, потребности в персонале, покрытие потребности в персонале.

Функционирование любой компании, находящийся, как правило, на этапах роста и стабилизации, неизбежно связано с необходимостью планирования своего штата. В свою очередь оно нацелено на покрытие потребности в профессиональном, компетентном персонале, чьи деловые и личностные качества могут быть использованы для развития организации.

Работа по планированию потребности в персонале, представляя собой систему комплексных решений по подбору, найму компетентных сотрудников, требует определения и эффективного использования различных путей привлечения специалистов в организацию. В связи с этим данное исследовательское направление является актуальным для общей кадровой политики организации.

Система покрытия потребности в персонале представляет собой совокупность источников и направлений, используемых для удовлетворения потребностей организации в формировании квалифицированного штата (рис. 1).

Источники покрытия потребности в персонале условно можно разделить на внешние и внутренние. Внешние источники — это найм новых работников за пределами своей организации.

К внешним источникам привлечения персонала относят: службы занятости; ярмарки вакансий; соискатели, самостоятельно ищущие работу; использование рекламы в СМИ или интернете; поиск будущих сотрудников среди студентов ВУЗов; использование личных связей и рекомендаций знакомых и коллег; хэдхантинг (переманивание у конкурентов подходящего перспективного сотрудника) и др.

Внутренние источники — это собственные возможности организации в обеспечении потребности в персонале. К ним относятся:

- 1) движение работников в пределах подразделений организации [1];
- 2) продвижение сотрудников на следующую ступень карьерной лестницы;
- 3) возложение на сотрудника дополнительные обязанности, выполненные не меняя своей прежней должности.

Также выделяют вторичный найм.

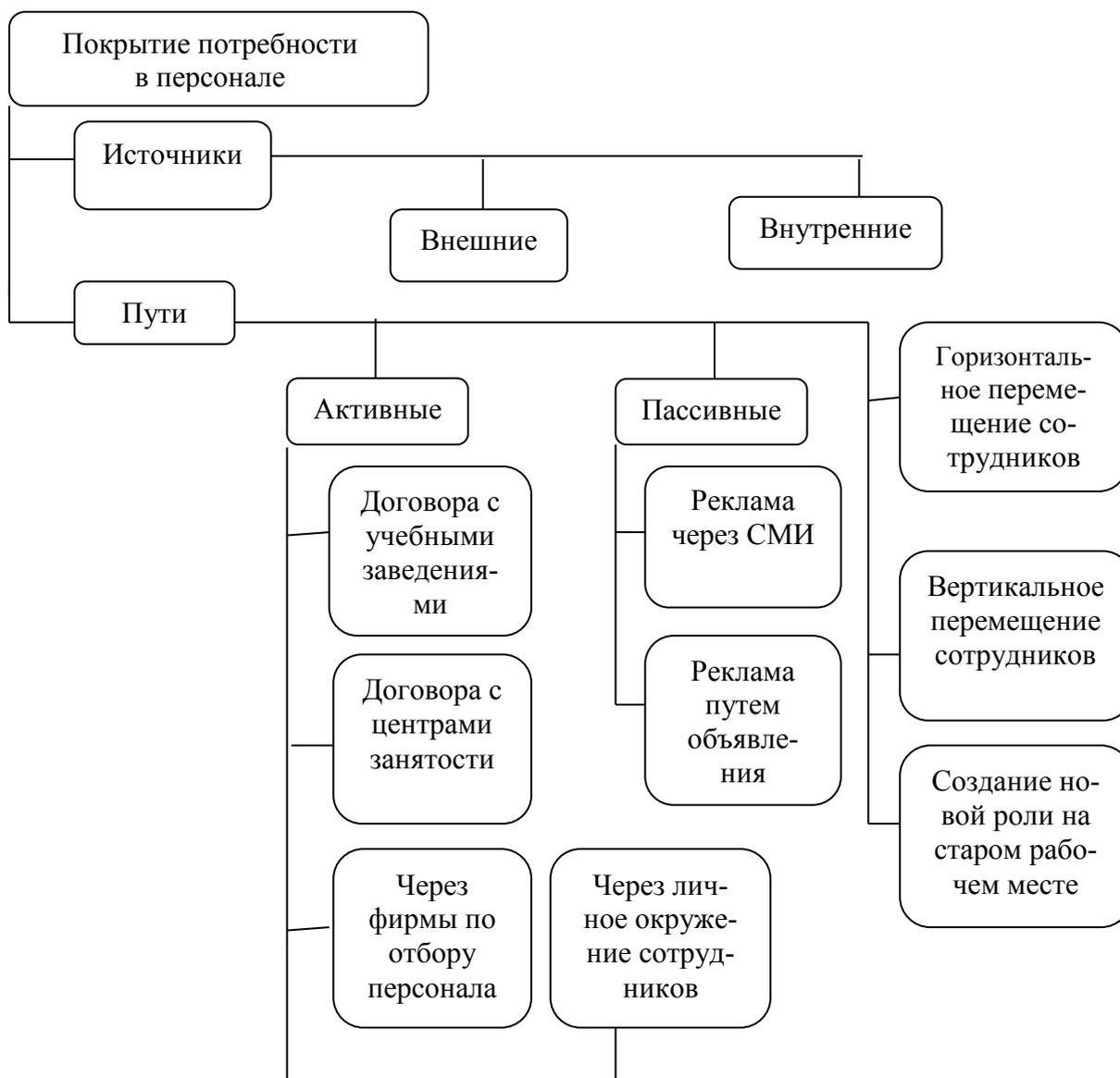


Рис. 1. Схема покрытия потребности в персонале

Вторичный найм – комплектование сотрудников организации во временные отделы и творческие группы. Приводит к снижению издержек на привлечение персонала, предоставляет возможность покрыть временно вакансии перемещением и предотвратить возможную текучесть кадров. Но сверхурочная работа в итоге может сводиться к усталости, в следствие чего будет снижаться производительность труда.

Существующие недостатки и преимущества источников покрытия потребности в персонале можно представить в виде таблицы (таблица 1). Каждый источник имеет ряд недостатков и преимуществ. И сложно сказать, какой вид более эффективен, так как у каждой организации свой отлаженный механизм покрытия потребности [4,5].

Недостатки и преимущества источников покрытия  
потребности в персонале

Вид источников	Преимущества	Недостатки
Внешние	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Возможность выбора не ограничена</li> <li>2) Возможность появления инновационных идей от новых сотрудников</li> <li>3) Отсутствие соперничества между работниками из-за вакантной должности</li> <li>4) Прием на работу покрывает абсолютную потребность в кадрах</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Высокие затраты на привлечение персонала</li> <li>2) Продолжительный срок адаптации.</li> <li>3) Осложнение отношений в коллективе</li> <li>4) Затруднение продвижения по карьерной лестнице персонала</li> <li>5) Приход новых сотрудников увеличивает коэффициент текучести кадров</li> </ol>
Внутренние	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Небольшие затраты на обновление кадров</li> <li>2) Претенденты являются проверенными в организации</li> <li>3) Претенденты на должность проверенные</li> <li>4) Не значительный период адаптации</li> <li>5) Появление шансов продвижения по службе</li> <li>6) Прозрачность кадровой политики</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ограниченный выбор</li> <li>2) Отсутствие энтузиазма как у новых сотрудников</li> <li>3) Не всегда покрывает количественную потребность в персонале</li> <li>4) Качественная потребность покрывается за счет переподготовки кадров, что ведет к дополнительным затратам</li> <li>5) Ухудшение морального климата в коллективе</li> </ol>

Пути покрытия потребности в персонале являются в некотором роде способами получения персонала у одного или нескольких источников покрытия кадровой потребности.

Пути покрытия потребности в персонале обычно делят на две разновидности активные и пассивные.

Под активными путями понимают: выбор будущих сотрудников среди студентов ВУЗов (заключение двухсторонних договоров, как с учебным заведением, так и с объектом обучения); обращение с заявками на вакантные должности в компании местные межрегиональные центры занятости; а также через личное окружение сотрудников, т.е. по знакомству.

При пассивных путях организацией подаются в СМИ рекламные объявления [2].

Как уже выше говорилось нельзя утверждать, что какой-то из источников или путей покрытия потребности в персонале лучше или хуже другого, так как выбор того или иного источника или пути зависит от ситуации в организации и на рынке труда.

### Список литературы

1. Вашко Т.А. О мотивах поведения безработных и профориентационной деятельности (на примере Красноярска)/ Т.А.Вашко, О.М. Федорова //Проблемы современной экономики. 2006. № 1-2. С. 454-455.
2. Данилова А.С. К вопросу о человеческом потенциале, как конкурентном преимуществе организации / А.С. Данилова // В мире научных открытий. 2014. № 7.2 (55). С. 924-935.
3. Демина Н. В. Отбор персонала как технология кадрового менеджмента в современных организациях: диссертация ... канд. соц. наук: 22.00.08 / Демина Н. Вл. - Пятигор. гос. технол. ун-т.- Пятигорск, 2011.- 187 с.
4. Здрестова-Захаренкова С.В. Корпоративные информационные системы как основа развития человеческого потенциала организации/ С.В.Здрестова-Захаренкова // Управление человеческими ресурсами – основа развития инновационной экономики. – 2011. № 3. С. 154-161.
5. Кибанов А.Я. Аудит, контроллинг и оценка расходов на персонал: учебно-практическое пособие / А.Я. Кибанов. – М.: Проспект, 2013.

**УДК 657.1.011.56**

## **АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ЗАДАЧ КОМПЛЕКСА «УЧЕТ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ»**

*Н.А. Дедкова, ст. преподаватель*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

При значительных объемах учетной информации обеспечить полноту, достоверность, своевременность и объективность информации можно лишь, используя преимущества новых автоматизированных технологий.

**Ключевые слова:** готовая продукция, автоматизированные технологии учёта.

Автоматизированная технология учета готовой продукции – это совокупность последовательных действий и алгоритмов для обработки первичной информации о выпуске, движении, реализации; её систематизация и обобщение до получения результатной информации с помощью методов и средств учета.

Основными принципами автоматизированного учета продукции являются:

–отображение в бухгалтерском учете информации о фактах хозяйственной деятельности применительно к потребностям руководства и контроля за производственно-хозяйственной деятельностью предприятия, а также к потребностям составления периодической и годовой отчетности и ее анализа;

–комплексный охват автоматизацией всех стадий учетного процесса (документирования хозяйственных операций, систематизации и обобщения учетных данных, отображения учетных данных) и функциональных задач;

- хранение всей информации о фактах хозяйственной деятельности в базе данных;
- формирование результатной информации и выдача ее не только в регламентном режиме и в полном объеме, но и по запросу пользователя в виде, наиболее удобном для него, на печать или дисплей в полном объеме или отдельных фрагментов интересующей его информации;
- обеспечение системы контроля информации на всех стадиях учетного процесса;
- исключение несанкционированного доступа к учетной информации;
- обеспечение единства аналитического и синтетического учета, хронологического и систематического учета, учетных и отчетных данных.

Общая последовательность автоматизированного учета представлена на рисунке.

Первый уровень является начальным моментом учетного процесса и включает сбор, регистрацию и передачу первичной информации о совершившихся хозяйственных операциях, а также всех прочих данных, привлекаемых для решения задач бухгалтерского учета готовой продукции.

Основное назначение этого уровня – своевременное включение достоверных данных в обработку. Следовательно, наряду с операциями сбора, регистрации и передачи данных на этом уровне должны осуществляться контроль данных при выполнении указанных операций и исправление обнаруженных ошибок.

Проконтролированная и откорректированная первичная информация загружается в информационную базу исходных данных системы, организованную в разрезе комплексов функциональных задач учета: учет основных средств, учет труда и заработной платы, учет товарно-материальных ценностей, учет готовой продукции, учет затрат на производство, учет финансово-расчетных операций.

Каждая запись (документ), отражающая хозяйственную операцию, должна содержать: номер (документа), дату совершения хозяйственной операции и содержание операции.

Важным является процесс загрузки учетных данных в информационную базу подсистемы, то есть пополнение ее достоверными данными. Перед загрузкой учетные данные еще раз контролируются, корректируются ошибки и выдаются контрольные документы вводимых в базу данных. Ввод данных в информационную базу системы рассматривается в учете, а описи данных являются регистрами хронологического учета, которые используются при последующем контроле и ревизии как перечни зарегистрированных хозяйственных операций.

Второй уровень реализует комплекс работ по систематизации и обобщению учетной информации. В процессе формирования результатной информации на этом уровне можно выделить три этапа: обработка первичной учетной информации в необходимых разрезах и формирование типовых учетных записей бухгалтерских проводок для пополнения базы сводного

аналитического и синтетического учета; обобщение учетных записей на аналитических и синтетических счетах; формирование показателей отчетности.



Рис. Автоматизированная технология учетного процесса

Третий уровень связан с отображением результатной информации. Информация, полученная на втором уровне в результате систематизации и обобщения, хранится в трех базах данных: текущего-аналитического учета, итогового аналитического и синтетического учета, сводного учета и отчетности. Выдается она пользователю по запросам в форме машинограмм или видеограмм (ведомости, карточки, другие регистры бухгалтерского учета).

Учет готовой продукции в силу широкого её ассортимента имеет ряд особенностей, как в отличие от других участков учета, так и внутри группы.

Основная особенность этого участка состоит в том, что учет готовой продукции организуется с полной материальной ответственностью за введенные ценности. Модель учета для запасов едина по общим признакам: поступление, выбытие, инвентаризация, переоценка.

При этом данный участок при моделировании является самым объемным, так как и в ручном учете, учет готовой продукции занимает лидирующее место по объему и трудоемкости. При формировании рабочего плана счетов, в нем следует заложить учет готовой продукции не только по укрупненным группам,

но и по отраслям, по материально-ответственным лицам, внутри их по местам хранения, по группам ценностей, по наименования, видам, ценам.

В подсистеме «Документы по учету ТМЦ» следует обратить внимание на то, что выпускаемая продукция может отражаться в учете, как по фактической, так и нормативной (плановой) производственной себестоимости. Поэтому системе необходимо указать способ ценообразования, выбрав его из предложенных программным обеспечением либо заложив их при моделировании. Фактическая производственная себестоимость готовой продукции может быть рассчитана только после окончания отчетного месяца. Однако известно, что движение продукции происходит ежедневно, поэтому может использоваться и условная оценка продукции, т.е. учетная цена. В качестве учетной цены может быть использована плановая, договорная цена и т.д.

При моделировании учета движения продукции используют общие модели учета, которые конструируют в соответствии с программным обеспечением, обычно предприятия предусматривают четыре группы моделей:

- 1) Оприходование готовой продукции.
- 2) Реализация готовой продукции.
- 3) Прочее выбытие.
- 4) Инвентаризация готовой продукции.

При создании модели оприходования готовой продукции учитываются особенности ценообразования (способ калькулирования), закрепленные в Учетной политике, особенности отражения в учете (с использованием счета 40 «Выпуск продукции» или без него). При моделировании учитывают организацию материальной ответственности.

При моделировании выбытия товаров формируют две общие модели:

- 1) Реализация.
- 2) Прочее выбытие.

Модель инвентаризации может быть полностью реализована лишь при организации натурально-стоимостного учета. При создании модели используется логически условный алгоритм на сравнение фактических остатков и учетных данных. При этом можно использовать бухгалтерскую запись по внутреннему перемещению товаров, где в дебете счета «Готовая продукция» будет указана информация по фактическим данным, а в кредите счета «Готовая продукция» по учетным данным. Выявленная разница будет отражена по таким моделям как оприходование излишков (Д43 – К91), либо списана недостача (Д94 – К43). Для рассмотрения результатов инвентаризации лучше предусмотреть отдельную модель.

При создании модели переоценки ценностей следует предусмотреть одну модель для отражения результатов переоценки с использованием условного логического алгоритма. Благодаря ему, системе предоставляется возможность сравнить цену, содержащуюся в базе учетных данных, до переоценки и новую цену после переоценки, запросить количество и вывести результат переоценки. Однако в полной мере данная модель сработает лишь

при натурально-стоимостном учете ценностей. При этом будет заполняться один документ опись-акт переоценки в автоматическом режиме.

#### *Список литературы*

1. 1С: Бухгалтерия 7.7-8.0: практический курс бухгалтера/ под ред. Е.П. Фигурного. – М.: ЭКСМО: НАУКА – ПРЕСС, 2008. – 223с.
2. Бартеньев О.В. 1С: Предприятие, программирование для всех. – М.: Диалог – МИФИ, 2005. - 356с.
3. Подольский В.И. Информационные системы бухгалтерского учета: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 060500 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»/ [В.В. Подольский, А.И. Уринцов, Н.С. Щербакова; под ред. проф. В.В. Подольского]. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 255с.
4. Федорова Г.В. Информационные технологии бухгалтерского учета, анализа и аудита: учебное пособие – 3-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2009. – 296 с.

**УДК334.012.62/.64; 334.7.012.62/.64**

### **К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЧЕСКОГО РОСТА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Е.В. Драгунова, канд.экон.наук, доцент*

Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

В данной статье рассмотрены основные подходы, определяющие понятие «органический рост» предприятия. С помощью инструмента анализа блогосферы Google Trends определены временные рамки появления интереса в Интернете и его изменения по отношению к теме «рост предприятия» в России и за рубежом. Выделены детерминанты, барьеры и контролирующие факторы, продуцирующие рост предприятия. Рассмотрены основные особенности быстрорастущих фирм России. Предложен алгоритм оценки перспектив роста предприятия в зависимости от его исходных параметров.

**Ключевые слова:** органический рост, модель развития, детерминанты роста, быстрорастущие предприятия

В современных условиях хозяйствования любая структура заинтересована в стабильности, финансовой устойчивости и в возможностях экономического роста. Укрупнено можно рассмотреть четыре основных направления изучения тематики, связанной с «ростом». Во-первых, исследования, фокусирующиеся на вкладе последствий роста в экономику в целом, например, влияние новых (стартапов) и быстрорастущих фирм на изменение таких показателей как ВВП, занятость в условиях турбулентности. Вторая группа исследований изучает проблемы роста с микроэкономических позиций. При этом упор делается на рассмотрение предприятия с точки зрения ресурсов, продукции предприятия, интенсивности их использования, оптимизации затрат и т.д. Вопрос процессного достижения большего роста посредством дополнительных ресурсов или дополнительной производительности часто рассматривается как «чёрный ящик». Третья группа исследований упор делает на внешние аспекты роста: в каких направлениях возможен рост, какие стра-

тегии могут использовать фирмы (развитие рынка, разработка новых видов продукции, диверсификация). Четвёртая группа концентрирует внимание на объяснении роста - его предпосылок и последствий для самой компании.

Воспользовавшись популярным инструментом анализа блогосферы Google Trends, мы определили примерные временные рамки появления интереса и его изменения в Интернете по отношению к теме «рост предприятия». На рисунке 1а представлен результат анализа поисковых запросов по словосочетаниям «growth of SMEs» и «growth of enterprises», с применением фильтров, период с февраля 2009 по сентябрь 2014 гг., «По всему миру».

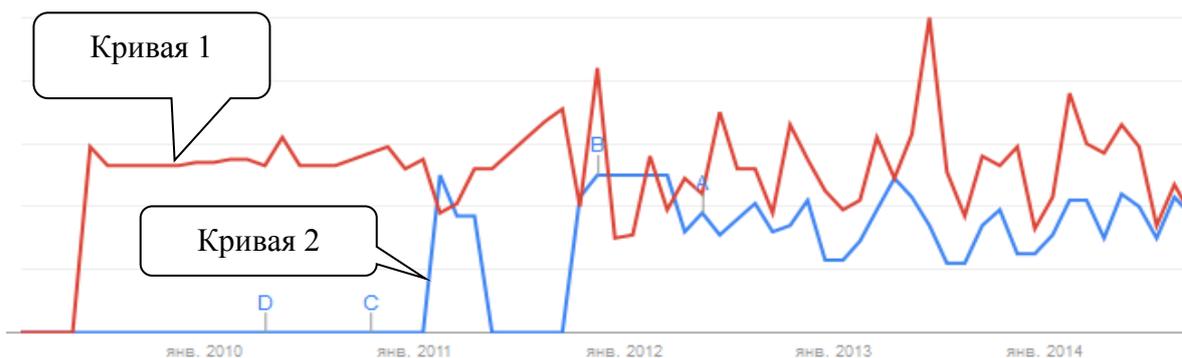


Рис. 1а. Динамика популярности запросов «growth of enterprises» (кривая 1), «growth of SMEs» (кривая 2)

Из рисунка видно, что интерес к росту предприятий малого и среднего бизнеса появился немного позже, чем в целом к теме роста. В результате применения дополнительного фильтра «Бизнес и промышленность» выяснилось, что широкое обсуждение в бизнес среде вопросов, связанных с ростом бизнес-структур, началось в 2011 году и до сих пор не утратило своей популярности (рис.1б).

Аналогичный алгоритм анализа с применением фильтра «Россия» показал лаг возникновения интереса к теме роста порядка двух лет (рис.1в), уточнение запроса «применительно к малому и среднему бизнесу» даёт нулевой результат поиска, т.е. на сегодняшний день в России уделяется мало внимания теме, которая за рубежом является значимой.

Рост предприятия может рассматриваться как минимум в четырёх теоретических плоскостях (рис. 2), быть абсолютным:  $AG_{t1t2} = \text{abs}(x_{t1} - x_{t2})$  – измеряет рост оборота или числа сотрудников как разность между данными первого и второго периодов; относительным:  $RG_{t1t2} = x_{t1}/x_{t2} - 1$  – измеряет рост оборота или числа сотрудников как отношение данных первого и второго периодов; или определяться посредством их комбинирования (например, индекс Берча:  $BI_{t1t2} = |AG_{t1t2}| * RG_{t1t2}$  - измеряет рост оборота или числа сотрудников как комбинацию и произведение относительного и абсолютного показателей).

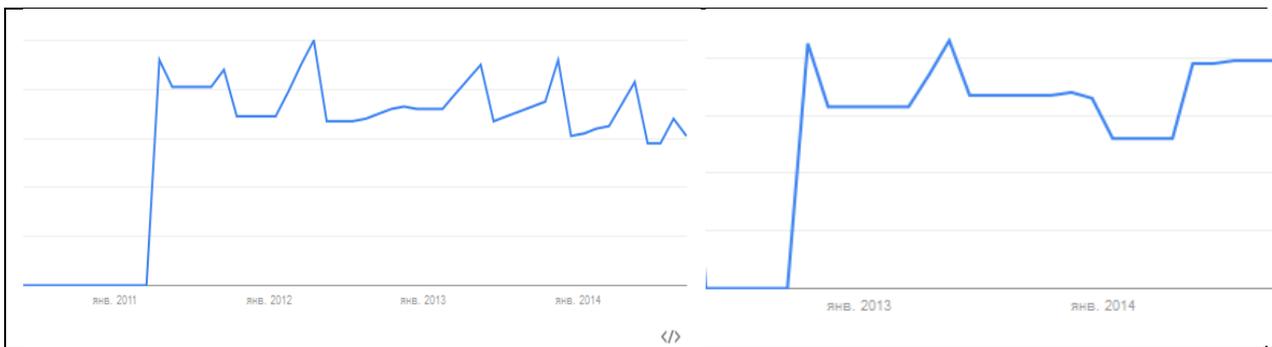


Рис. 1б. Динамика популярности запросов «growth of enterprises» с дополнительным фильтром «Бизнес и промышленность»

Рисунок 1в. Динамика популярности запросов «рост предприятия» без дополнительных фильтров

Сам рост можно рассматривать двояко. Во-первых – это непосредственно увеличение количественных и качественных характеристик (прибыли, количества занятых, доли экспорта, доли рынка, объёма продаж, скорости приобретения активов, повышения деловой репутации в ряде исследований экономической добавленной стоимости), связанных с деятельностью фирмы. Во-вторых – процесс, состоящий из серии взаимосвязанных внутренних изменений, улучшений приводящих к появлению новых характеристик фирмы. В первом случае упор в исследованиях сделан на результаты – увеличение размера за определённый период времени, во втором – исследуется сам процесс, в течение которого размер фирмы может не меняться с точки зрения первого подхода. Пожалуй, в практике российских предприятий доминирует первый подход, основными детерминантами роста выступают прибыль, оборот и количество занятых на предприятии. Причём интерес к российским фирмам, показывающим существенный рост в течение нескольких лет, стал ощутимым совсем недавно (рейтинг CNewsFast, РБК-30, Forbes, ТехУспех).

Кроме того, фирмы, демонстрирующие рост, отслеживаются на протяжении длительного периода времени рейтингами Эксперт. Результаты, т.е. фирмы, занимающие передовые позиции в рейтингах, не совпадают, что связано с различными методиками расчёта, несовпадением исходной базы и разными целевыми установками рейтингов. Примечательно, что за основу ранжирования рейтинги не берут такой показатель, как увеличение числа занятых на предприятии, достаточно популярный среди зарубежных исследователей и подчёркивающий социальную значимость подобного рода предприятий. Кроме того, рейтинги не отделяют понятия «органический рост» и «рост за счёт приобретений», однако, можно сделать выводы о доминировании среди демонстрирующих рост фирм разных отраслей, представителей розничной торговли и строительства. Отраслевая укрупнённая структура 2000 компаний с наивысшим индексом Берча выглядит следующим образом: 35,1% – Торговля, 13,4% – Строительство, стройматериалы, 5,3% – добывающая, 5,8% – Машиностроение и металлообработка, 5,3% – Транспорт, 9,4%

– Финансы и недвижимость, 25,7% – Прочие [6]. Продолжают динамично расти продуктовые сети, продавцы одежды и обуви. Особо выделить стоит сети, бизнес которых касается товаров для детей. В таблице 1 приведены сводные результаты основных рейтингов быстрорастущих фирм в области Информационно-коммуникационных технологий (часть расчётов, необходимых для представления результатов сделаны авторами данной статьи).

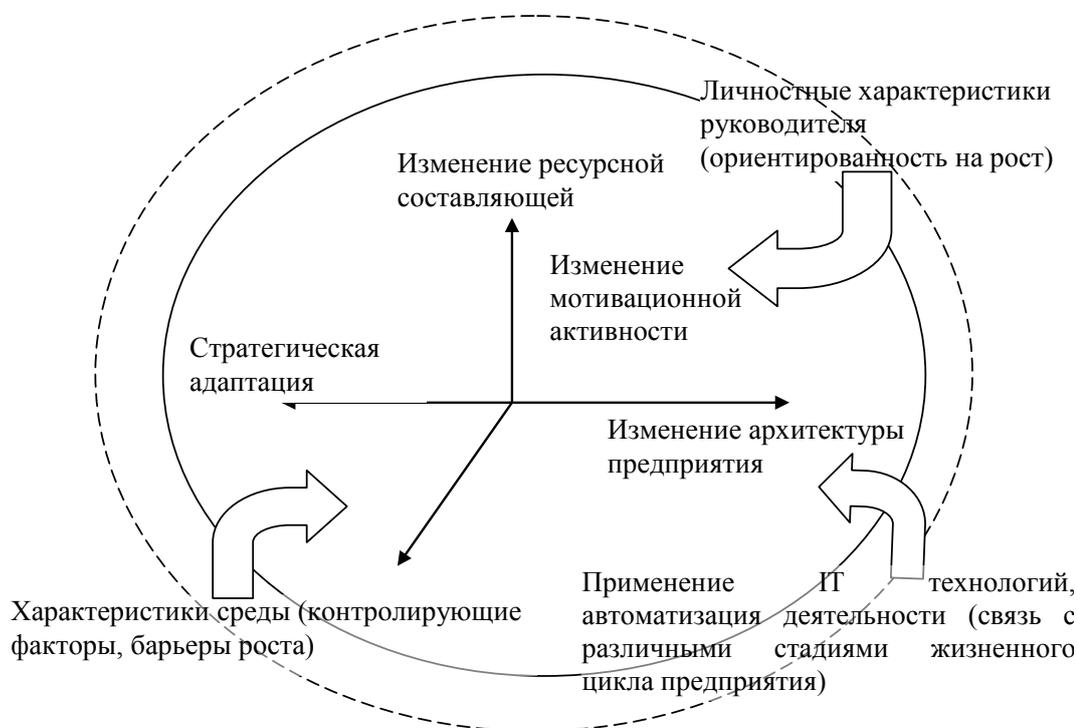


Рис. 2 Укрупнённые детерминанты роста

Крайне сложно учесть динамику внешней среды и влияние таких факторов, как управленческий потенциал, доступ к знаниям и технологиям, инновационность бизнеса, развитость корпоративной культуры и другие, зачастую качественные, трудно формализуемые показатели, не в меньшей степени, чем финансовые, определяющие эффективность бизнеса. Несмотря на то, что в последние годы проводится довольно много исследований, посвященных растущим компаниям, большинство ученых, изучающих данную проблему, отмечают, что сложно выделить последовательную картину такого явления, как феномен роста компаний малого и среднего бизнеса, в том числе предпринимательских фирм.

Таблица 1

Десять самых быстрорастущих российских предприятий в области ИТ  
(Сводные результаты различных рейтингов по данным 2012–2013 гг.)

Расчёты авторов на основе Рейтинга агентства "Эксперт РА" <sup>1</sup>	Рейтинг «ТехУспех» <sup>2</sup>	Рейтинг CNewsFast <sup>3</sup>
"Программный продукт"	ЗАО «БАРС Групп»	Автелком
OFT group	ООО «НПК «Разумные решения»	Парма-Телеком
КОМПАРЕКС	Холдинг ИСС	УЦСБ
СОВЗОНД	ООО НПФ «Гранч»	Совзонд
Itransition	ОАО «ИнфоТеКС»	OFT Group
"Эшелон"	ООО «Алавар.ру»	Синто
АСТОНИА	ООО «Группа Компаний «Тонк»	СГК-Автоматизация
"ЛанКей Информационные Системы"	ООО «Открытый код»	Сбербанк-Технологии
<u>B2B-Center</u>	ООО «Вокорд СофтЛаб»	АДВ Консалтинг
Инфотекс	ЗАО МВП «СВЕМЕЛ»	АСТ

Обобщая результаты эмпирических кроссекционных и лонгитюдных исследований зарубежных экономистов и социологов, нами были выделены наиболее важные результаты, которые могут быть полезными при формировании новых моделей оценки, применительно к российским субъектам хозяйствования: рост предприятия обеспечивается за счет постоянной диагностики хозяйственной деятельности организации, позволяющей определить и проанализировать развитие фирмы; оценка потенциала роста предприятия требует соотнесения и сопоставления в динамике разнообразных показателей, характеризующих различные стороны хозяйственной деятельности предприятия; молодые предприятия растут быстрее; малые предприятия растут быстрее, чем крупные; более высокий уровень враждебности среды будет соответствовать более низким темпам роста фирм; чем больше степень интенсивности конкуренции, тем ниже темпы роста предпринимательской фирмы; фирмы, которые проводят развивающие организационные изменения, растут быстрее тех фирм, которые не проводят подобных изменений; у группы компаний, осуществивших операции по слиянию или поглощению, выше темпы роста объема продаж, чем у группы компаний, не осуществивших эти операций; использование инноваций и высоких технологий способ-

1 Фрагмент рейтинга «Список крупнейших российских компаний в области информационных и коммуникационных технологий по итогам 2013 года» <http://raexpert.ru/rankingtable/it/2013/main/>

<sup>2</sup>Фрагмент Топ 80 рейтинга «ТехУспех-2014» с учётом фильтрации <http://www.ratingtechup.ru/>

<sup>3</sup> Самые быстрорастущие ИТ-компании 2013 <http://www.cnews.ru/reviews/new/2013/>

ствуется росту предприятия; обучение трудовых кадров и активное проведение социальных мероприятий положительно влияет на рост фирмы.

При оценке потенциала органического роста предприятия по нашему мнению, должны быть учтены три составляющие: детерминанты, барьерами роста и контролирующие факторы. В настоящее время методики оценки достигнутого предприятиями роста включают только первое слагаемое (в виде выручки, возраста фирмы и формы собственности (редко – этап жизненного цикла)), другие детерминанты, а также два оставшихся слагаемых практическое применение пока не нашли.

Принимая во внимание модель П. Дэвидсона [1], детерминанты «разложены» нами на способность/ потребность/ возможность, что позволяет в итоге получить «бенчмакинг-потенциал роста» и сопоставить с ним реально достигнутое значение. Факторы-результаты, которые могут оказывать существенное влияние на «успех» предприятия распределены нами между отдельными компонентами детерминант: предприниматель и фирма (таблица 2). В качестве контролирующих факторов при оценке потенциала роста предприятия мы, как и многие экономисты рассматривать факторы внешней среды, такие как уровень макроэкономической стабильности, стадия жизненного цикла отрасли, в которой находится предприятие, развитость инфраструктуры в регионе (стране), возможности межфирменного (сетевое) взаимодействия.

*Таблица 2*

Факторы, влияющие на потенциал роста предприятия [2, 3, 5]

Предприниматель	Фирма
1) Личные данные: возраст, пол, образование, опыт управления, функциональные навыки, опыт работы в данном секторе. 2) Черты характера: экстраверсия, эмоциональная устойчивость, добросовестность и открытость к опыту. 3) Мотивация к росту. 4) Высокая самоэффективность (ориентация на достижение целей и открытость). 5) Внутренний локус контроля. 6) Склонность к принятию риска	1) Характеристики: возраст и размер фирмы, отрасль, организационно-правовая форма, расположение, форма собственности, организационная культура, количество учредителей, наличие экспортной составляющей 2) Стратегия и траектория роста: «Пони», «Газели», «Черепахи», «Гусеницы». 3) Динамические способности (организационное обучение и масштабируемость фирмы). 4) Каналы получения информации и возможности внешнего консультирования.

При этом подчёркивается необходимость отслеживания способности адаптации субъекта реального сектора к изменениям среды, причём потенциал изменений напрямую зависит от развития факторов внутренней среды. Для вычисления потенциала роста в качестве независимых переменных в модель включены факторы, которые условно можно разделить на две группы: внешние (матрица контролирующих факторов) и внутренние. Внутрен-

ние факторы образуют матрица характеристик кадровой политики, финансового состояния, организационной структуры; материально-технической базы и матрица характеристик конкурентных преимуществ; организационных изменений; информационной мощности; индивидуальных характеристик руководителя и инновационной активности. К внешним факторам можно отнести экономическую и политическую стабильность, а также программы поддержки со стороны государства. Подробнее алгоритм оценки потенциала роста рассмотрен в работах [4, 5].

В результате оценки потенциала роста предприятия по предлагаемой технологии будут получены: категория роста: регрессивное развитие, отсутствие роста, незначительный рост, значительный рост; информация о критериях, подлежащих воздействию; многоугольник индикаторов роста; рекомендации.

Успешное функционирование предприятий в условиях современной российской бизнес-среды является довольно сложным процессом, поэтому определение внутренних и внешних факторов роста поможет предпринимателям не только выживать в сложных условиях, но и действовать более целенаправленно и достигать успеха. Оценка потенциала роста необходима управленческой команде предприятия для формирования верных стратегий и принятия эффективных управленческих решений.

#### *Список литературы*

1. Davidsson, P. (1991) – Continued entrepreneurship: ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6, pp. 405-429.
2. Mateev, M., Anastasov, Y. (2010) – Determinants of small and medium sized fast growing enterprises in central and eastern Europe: a panel data analysis. – *Financial Theory and Practice* №34 (3), pp. 269-295.
3. Moran, P. Profiling the Small Business Owner-Manager: Identifying Personal Characteristics Linked to “Growth-Oriented” – Small Business Centre, Durham University Business School
4. Драгунова Е. В. Алгоритм оценки динамики развития предприятия / Е. В. Драгунова, А. В. Кравченко // *Наука о человеке: гуманитарные исследования*. – 2013. – №3 (13). – С. 35-42
5. Драгунова Е. В. Конкурентоспособность мезо-уровня и развитие сектора малого и среднего бизнеса / Е. В. Драгунова // *Евразийский международный научно-аналитический Журнал «Проблемы современной экономики»*. – СПб. – 2012. – №3. – С.148-155
6. Юданов А., Полуниин Ю. Средний бизнес и консервативные экономические ценности // *Журнал «Эксперт»*. – 2014. – №26. Режим доступа : <http://expert.ru/expert/2014/26/>

## ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В СУБЪЕКТАХ РФ

*Е.В. Драгунова, канд. экон. наук, доцент*

*П.В. Штерк, магистрант*

Новосибирский государственный технический университет, г. Новосибирск

В данной статье рассмотрены методы выявления проблем развития малого и среднего бизнеса в Субъектах РФ. Исследование было проведено с помощью логико-структурного подхода и анализа блогосферы. Результатом анализа блогосферы является определение основных проблем малого и среднего бизнеса в СФО, а также выявление самых обсуждаемых тем в сети Интернет

**Ключевые слова:** малый и средний бизнес (МСБ), блогосфера, логико-структурный подход (ЛСП)

Целью статьи является описание методов, позволяющих определить основные проблемы развития малого и среднего бизнеса в Субъектах РФ. В результате анализа состояния малого и среднего бизнеса в России была выявлена роль МСБ, его отраслевая структура, а также основные барьеры, препятствующие его развитию. Обобщая исследования, посвященные состоянию и перспективам малого и среднего бизнеса в Субъектах РФ, можно выделить следующие барьеры, препятствующие увеличению доли данного сектора в ВВП страны:

- стартовый капитал;
- налогообложение (административные барьеры);
- получение заемных средств;
- коррупция;
- недостаточная эффективность программ поддержки;
- использование устаревшего оборудования;
- поиск земли или аренда помещений.

Помимо вышесказанного установлено, что одной из проблем экономики малого и среднего бизнеса (МСБ) в России является его неравномерное региональное развитие, как с точки зрения достигнутых показателей деятельности, так и с точки зрения эффективности инвестирования и реализации программ, направленных на помощь в укреплении МСБ.

Для выявления проблем развития малого и среднего бизнеса в Субъектах РФ могут применяться различные методы. В процессе исследования были использованы два современных метода с широкой областью применения: логико-структурный подход и анализ блогосферы.

Логико-структурный подход был разработан в 60-х гг 20 века Агентством международного развития для управления, планирования и оценки деятельности международного развития. Преимущества подхода:

- наглядность представления;
- не требует адаптации для отдельно взятой предметной области;

– логико-структурная схема (ЛСС) позволяет легко оценить поставленные цели, планируемые действия и все влияющие факторы, не используя сложные алгоритмы или специализированные математические методы.

ЛСП был использован в процессе оценки состояния малого и среднего бизнеса в регионах РФ, локализации причин и следствий проблемы диспропорции регионального развития МСБ, а также выявления действий, необходимых для решения проблемы и выявления потенциальных результатов, получаемых при стремлении к цели сокращения диспропорции в региональном развитии МСБ в России. Причины и следствия существующей диспропорции регионов определены с помощью логико-структурного подхода на рисунке 1.

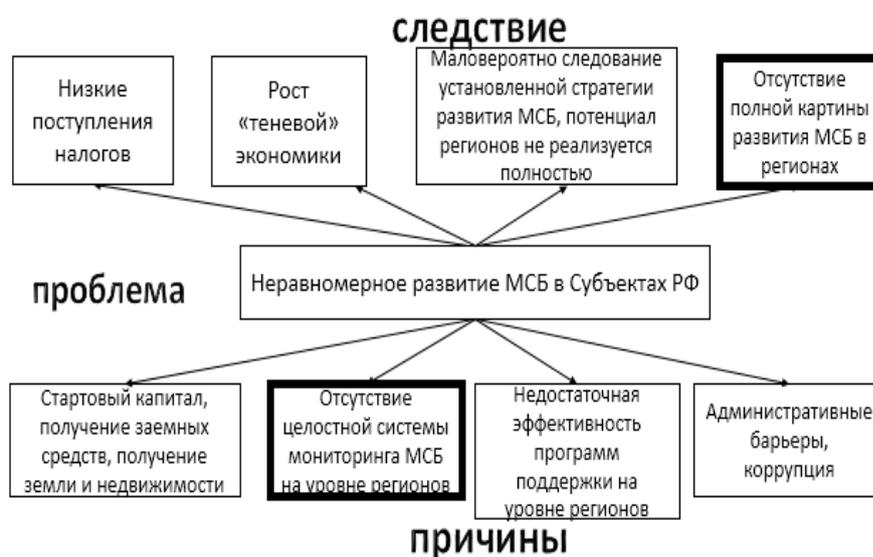


Рис. 1. Дерево проблем «Неравномерное развитие МСБ в Субъектах РФ»

Проблемы, связанные с недостатками налоговой системы, другими административными барьерами, проблемам с недвижимостью, кредитованием, программами поддержки, должны решаться органами власти в Субъектах РФ.

Проблема разрозненности существующих систем мониторинга может быть решена при помощи разработки мониторинга, интегрирующего как качественные, так и количественные показатели оценки состояния МСБ. Построение такой системы мониторинга требует использования сложных математических методов, а также использования серьезных прикладных программных продуктов.

Действие и результат для цели сокращения диспропорции в региональном развитии МСБ представлены на рисунке 2:



Рис. 2. Дерево целей «Сокращение диспропорции развития МСБ в регионах»

Альтернативным методом выявления проблем является анализ блогосферы. В последние годы анализ блогосферы стал использоваться во многих сферах как в России, так и зарубежом. В статье И. Купер «Общение в блогосферы: анализ изнутри» посвященной исследованию взаимосвязи блогов между собой, доказано, что блогосфера является неким «маленьким миром», который способен оказывать большое влияние на развитие мирового сообщества.

Ряд методологий для исследования использован из отчета Торгово-промышленной палаты «Мониторинг состояния малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: анализ блогосферы» [1]. Оценка блогосферы осуществлялась по следующим параметрам:

- оценка тональности сообщений;
- анализ статистики запросов;
- выявление наиболее популярных платформ для обсуждения МСБ.

На рисунке 3 представлены самые распространенные платформы для обсуждения проблем малого и среднего бизнеса и их доля в общем количестве сообщений о МСБ. Диаграмма разработана авторами на основании данных о количестве сообщений в разрезе каждой платформы.

Самой популярной платформой для обсуждения МСБ является twitter (микроблоги). С помощью этого сервиса пользователи оставляют свои отзывы и пожелания по поводу МСБ. Сервис Topsy [4] позволил оценить содержание постов пользователей микроблогов. Установлено, что за последние 30 дней 1500 публикаций («твитов») посвящены малому и среднему бизнесу, из них примерно 50% содержат положительную оценку. За последний месяц наибольшую популярность имеют данные о платежах предпринимателей муниципалитету. Большинство пользователей twitter считают, что это приведет к

отставанию развития малого и среднего бизнеса. Положительно оцениваются новости о поддержке кредитования предпринимательства в регионах.

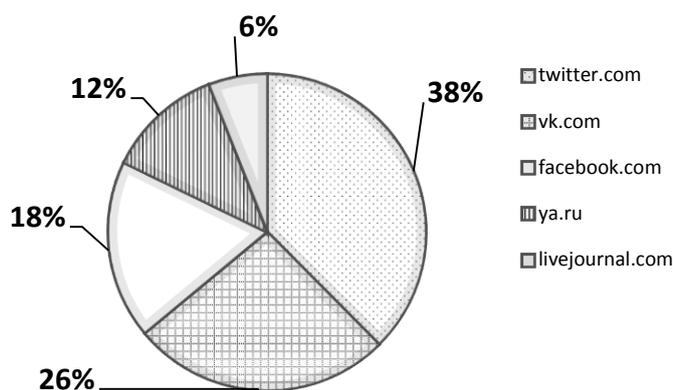


Рис. 3. Оценка наиболее используемых блогов и социальных сетей

Оценка тональности сообщений в социальных сетях и микроблогах, указанных на рисунке 3, показала следующие результаты: 28% сообщений имеют негативный окрас, 32% сообщений содержат положительные отзывы, и оставшиеся 45% нейтральны. Следует обратить внимание на то, что доли позитивных и негативных сообщений примерно равны (как и для сообщений в twitter). Далее приведена статистика запросов по малому и среднему бизнесу в Новосибирской области. Запросы в таблице коррелируются с причинами проблемы диспропорции регионов, выделенных с использованием логико-структурного подхода (рисунок 1). В таблице 1 представлены десять наиболее популярных запросов [2].

Таблица 1

Статистика запросов по СФО

Тема	Доля запросов	Ранг
Ип	23,50729	1
поддержка бизнеса	16,64316	2
Налоги	12,17677	3
малый бизнес	9,873061	4
начать бизнес	9,732017	5
средний бизнес	9,402915	6
выход из бизнеса	5,171603	7
Опора	4,701457	8
Кредит	4,701457	9
государственная регистрация	4,090268	10

Популярность перечисленных запросов позволяет сделать вывод о том, что пользователям недостаточно информации, которая публикуется на региональных порталах малого и среднего предпринимательства. Так, анализ связанных запросов по трем наиболее популярным темам обсуждений в бло-

госфере (ИП, поддержка бизнеса, налоги), позволил выявить, что пользователям недостаточно информации о процедуре открытия бизнеса, о налоговой системе, программах поддержки.

Важной частью анализа блогосферы является исследование трендов. В качестве инструмента выбран google trends [2] На рисунке 4 представлена динамика количества запросов с 2006 по 2014 гг. по СФО. Иллюстрация представляет собой снимок экрана инструмента google trends.

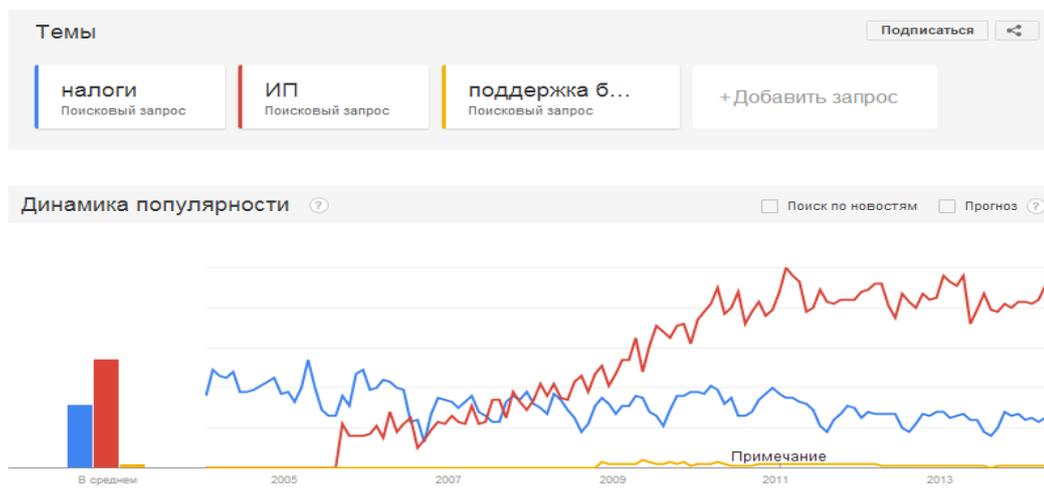


Рис. 4. Динамика количества запросов

В СФО наблюдается рост запросов по ключевому слову «ИП». Налоги являются популярной темой, но существует тенденция к сокращению количества запросов.

Основные выводы по исследованию могут быть представлены следующим образом:

1. Логико-структурный подход служит для выявления причинно-следственных связей для рассматриваемой проблемы неравномерного развития малого и среднего бизнеса в регионах РФ.

2. Анализ блогосферы может быть использован для оперативного выявления основных барьеров развития МСБ, а также для определения эффективности предлагаемых региональными правительствами программ поддержки.

3. Исследование блогосферы для СФО показало, что самыми обсуждаемыми вопросами по МСБ являются ИП, налоговая система и программы поддержки. Это говорит о том, что данные проблемы являются наиболее важными для малого и среднего бизнеса России.

#### *Список литературы*

1. Мониторинг оценки состояния малого и среднего предпринимательства: результаты анализа блогосферы [Отчет] / авт. Федерации Торгово-промышленная палата Российской Федерации. - Москва : [б.н.], 2013.

2. Google Тренды – Режим доступа: <https://www.google.ru/trends/> - Загл. с экрана;
3. Socialmention – Режим доступа: <https://www.socialmention.com> – Загл. с экрана;
4. Topsy – Режим доступа: <http://topsy.com/> - Загл. с экрана

**УДК 657**

## **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АКТУАРНОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*О.Е. Дубровская, старший преподаватель*

Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель

В рыночной экономике существует потребность в учетно-аналитическом обеспечении управления процессом приращения собственного капитала и снижения финансового риска коммерческих организаций. Традиционные системы учета и анализа такую информацию в необходимом объеме не формируют, что обуславливает необходимость разработки специальной системы учетно-аналитического обеспечения управления капиталом – актуарного учета. Актуарный учет – это подсистема бухгалтерского учета, нацеленная на формирование актуализированной информации о потенциальных выгодах организации и о стоимости будущих денежных потоков. В статье исследуется сущность, назначение, цель и пользователи актуарного учета, а также обоснованы направления его развития в Республике Беларусь.

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, актуарный учет, система управления организацией.

Конкуренция на рынке товаров, услуг и капитала обуславливает объективную необходимость развития и совершенствования информационной системы управления коммерческой организацией, нацеленной на удовлетворение запросов инвесторов, привлечение внешних и внутренних финансовых ресурсов, необходимых для реализации перспективных инвестиционных проектов. Возрастающая роль инвесторов и кредиторов в формировании финансовых ресурсов, необходимых для реализации инвестиционных программ коммерческих организаций, актуализируют проблему сохранения и окупаемости осуществленных вложений.

Ориентация системы управления коммерческой организацией на решение поставленной цели обусловило объективную необходимость особого вида учетно-аналитической информации, позволяющей рассчитывать прирост стоимости имущества и окупаемость инвестиций, проводить актуарный анализ его изменения, а также прогнозировать окупаемость инвестиций на основе потенциальных денежных потоков. Особо актуальна такая информация для существующих и потенциальных поставщиков капитала, так как перспектива роста их капитала в будущем за счет предстоящих доходов оказывают непосредственное влияние на инвестиционную привлекательность организации и, как следствие, на возможности привлечения новых инвестиций.

Впервые понятие «актуариус» (actuarium) встречается еще в Древнем Риме, в частности, в трудах Луция Марка Аннея Сенеки и Гая Светония Транквилла, Петрония Арбитра, Требеллия Поллиона для обозначения дела и

профессии регистратора, учетчика имущества и долговых обязательств, делопроизводителя. В латино-русском словаре И.Х. Дворецкого указываются следующие значения слова актуариус: скорописец, писец; счетовод; интендант, заведующий продовольствием [1].

В этом же смысле его употребляли в средневековой Европе вместо появившихся позже слов «бухгалтер» и «секретарь». В России официальная должность актуариуса была установлена Петром I для государственных коллегий и закреплена в Генеральном регламенте от 28 февраля 1720 г. В обязанности российских актуариев входила и организация контроля за расходом приумножением казенных денег [2, с. 124-125].

Развитие хозяйственной деятельности экономических субъектов за счет широкого привлечения внешних инвестиций обусловило необходимость проведения актуарных расчетов, обосновывающих долгосрочные финансовые взаимоотношения ее участников. Прежде всего, актуарный учет стали применять страховые общества, платежеспособность которых во многом зависит от умелого прогнозирования будущих доходов и расходов, продолжительности жизни объекта страхования, предстоящих платежей и выплат.

В настоящее время страховые организации и пенсионные фонды Российской Федерации обязаны вести актуарный учет в соответствии с Федеральным законом № 293-ФЗ от 2 ноября 2013 года «Об актуарной деятельности в Российской Федерации», принятый Государственной Думой 25 октября 2013 года и одобренный Советом Федерации 30 октября 2013 года (в редакции от 21 июля 2014 года) [3].

В теории бухгалтерского учета ученые используют термин «актуарный учет» для обозначения типа, вида или модели бухгалтерского учета. М.И. Кутер указывает на существование трех моделей бухгалтерского учета – статического, динамического и актуарного учета, и отмечает, что каждый из них характеризуется особой учетной философией [4].

Ивашкевич В.Б. и Шигаев А.И. актуарный учет относят к отдельному типу учета, отмечая необходимость сохранения в нем системных принципов и признаков бухгалтерского учета с введением дополнительных счетов, правил пользования ими, а также сводных регистров, подобных Главной книге, на основании которых в бухгалтерском учете будет составляться актуарная отчетность [5].

Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» определяет, что бухгалтерский учет – это система непрерывного формирования информации в стоимостном выражении об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации посредством документирования, инвентаризации, учетной оценки, двойной записи на счетах бухгалтерского учета, обобщения в отчетности [6]. Бухгалтерский учет ориентирован на широкий круг пользователей, имеющих разные интересы и возможности доступа к информации коммерческой организации. Формируемая в бухгалтерском учете информация, трансформируется и представляется ее пользователям исходя из их интересов.

Такое преобразование данных бухгалтерского учета в интересах ее пользователей, по нашему мнению, обусловило функционирование отдельных информационных подсистем бухгалтерского учета. Считаем, что в систему бухгалтерского учета входят четыре подсистемы, взаимосвязанные между собой. Каждая функциональная подсистема имеет свой комплексный состав задач и информации, предназначенных для реализации определенных функций управления. Взаимосвязь между представленными подсистемами бухгалтерского учета способствует к формированию более полной и достоверной информации о коммерческой организации для заинтересованных пользователей с учетом их интересов, принимающих управленческие и экономические решения.

Подсистемы бухгалтерского учета и его пользователи представлены на рисунке.

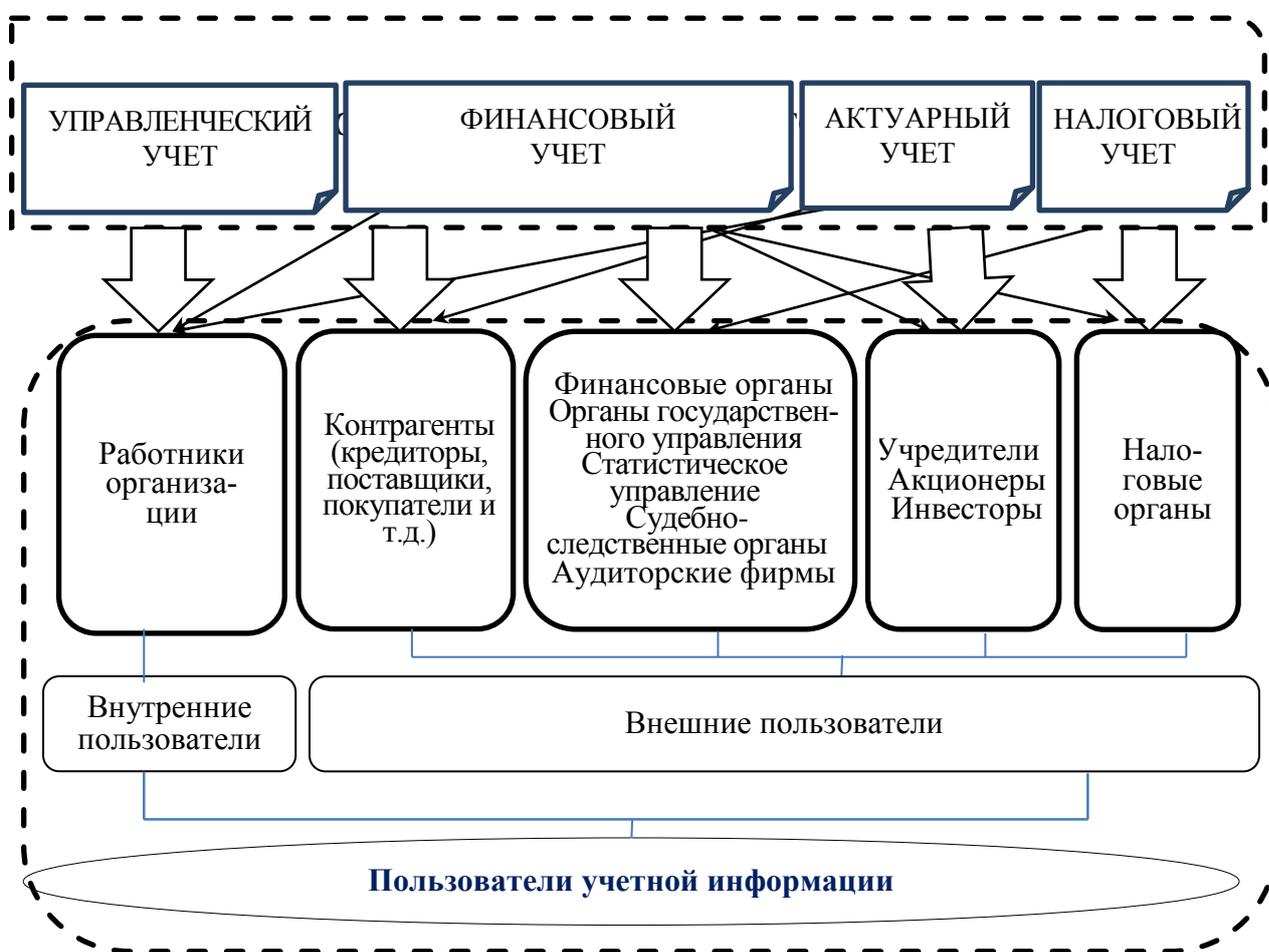


Рис. Подсистемы бухгалтерского учета и ее пользователи

Налоговый учет ведется параллельно с финансовым учетом, и необходим для учета объектов налогообложения. Финансовый и управленческий учет ориентирован на получение информации о финансовом положении организации и принятия эффективных управленческих решений. Данные актуарного учета и отчетности формируют информацию о будущем финансовом и имущественном положении организации, потенциальных доходах и воз-

можных расходах, о сумме долгосрочных и краткосрочных обязательств. Стремление инвесторов иметь учетную информацию не только о прошлом, текущем, но и о будущем финансовом состоянии коммерческих организаций становятся доминирующим фактором, определяющим инвестиционный климат страны. Руководителям коммерческих организаций такая информация необходима для разработки и корректировки стратегии и тактики управления активами, инвесторам – для снижения инвестиционных рисков.

Главной целью актуарного учета является оценка ожидаемого прироста собственного капитала и будущих денежных потоков. Для достижения поставленной цели в актуарном учете решается задача формирования финансовой информации о состоянии экономических ресурсов коммерческой организации в будущем:

- необходимой для принятия решения об инвестировании в организацию;
- полезной для прогнозирования величины, сроков и вероятности ее будущих денежных потоков;
- о предстоящих требованиях на экономические ресурсы со стороны учредителей, акционеров и кредиторов, а также об изменениях ресурсов и прав собственности на них.

В актуарном учете формирование информации, необходимой для оценки экономической стоимости и будущих денежных потоков коммерческой организации, осуществляется в соответствии с принципами современной теории корпоративных финансов, предусматривающей разграничение операционной и финансовой деятельности. Финансовая деятельность – это деятельность по привлечению и возврату финансовых ресурсов, необходимых для финансирования операционной деятельности. В процессе операционной деятельности совершаются определенные хозяйственные операции, направленные на получение экономических выгод от использования привлеченных финансовых ресурсов.

Группировка информации коммерческой организации по видам (операционной и финансовой) деятельности позволяет выявить изменение активов, собственного капитала и обязательств в результате превышения ее доходов над расходами. Финансовый результат операционной деятельности обеспечивает изменение активов организации, обусловленные осуществлением хозяйственных операций, не связанных с дополнительным вложением капитала. Такая информация необходима для оценки способности организации генерировать денежные потоки, а также эффективности окупаемости капитала. Информация о результатах финансовой деятельности характеризует изменения в структуре бухгалтерского баланса, которые происходят вследствие осуществления хозяйственных операций по привлечению и возврату финансовых ресурсов. Такая информация дает возможность инвесторам оценить финансовые риски, связанные со сложившейся структурой финансирования.

Актуарный учет как одна из подсистем бухгалтерского учета включает в себя все элементы его метода (документацию и инвентаризацию, оценку и калькуляцию, счета и двойную запись, балансовое обобщение и отчетность). Однако, в связи с целевой ориентацией данной подсистемы на учредителей, акционеров и инвесторов, содержание эле-

ментов ее метода существенно расширяется. При этом особое значение придается методам оценки объектов актуарного учета по справедливой и дисконтированной стоимости, а также актуарному балансовому обобщению и отчетности.

Для более четкого обозначения специфики целей и методики актуарного учета нами проведено сравнение всех информационных подсистем бухгалтерского учета и установлены существенные их различия. Сравнительная характеристика информационных подсистем бухгалтерского учета в Республике Беларусь представлена в таблице.

*Таблица*

Сравнительная характеристика информационных подсистем бухгалтерского учета в Республике Беларусь

Область сравнения	Актуарный учет	Финансовый учет	Управленческий учет	Налоговый учет
1	2	3	4	5
Обязательность ведения	Необязательное ведение, по усмотрению менеджеров организации	Обязательное ведение в соответствии с Законом Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности»	Необязательное ведение, по усмотрению менеджеров организации	Обязательное ведение в соответствии с Налоговым Кодексом Республики Беларусь
Цель ведения учета	Формирование информации о потенциальных выгодах организации и о текущей стоимости будущих поступлений или выбытия денежных потоков, необходимой для принятия решений об инвестировании, кредитовании, а также разработки стратегического плана развития организации	Формирование информации о финансовом состоянии организации за предшествующие периоды	Формирование информации для подготовки и принятия обоснованных и эффективных управленческих решений	Формирование информации необходимой для исчисления налоговых обязательств и контроля за их исполнением
Пользователи информации	Существующие и потенциальные инвесторы, акционеры и иные лица, выступающие в качестве поставщиков	Широкий круг внешних и внутренних пользователей	Внутренние пользователи (менеджеры)	Внутренние (акционеры, руководители и специалисты организации) и внешние (налоговые

1	2	3	4	5
	капитала, а также менеджеры организации			органы, аудиторы, контролирующие органы)
Объекты учета	Имущество и имущественные права	Имущество, имущественные права, хозяйственные операции и события	Затраты, расходы, доходы, инвестиции.	Налоговые базы и их элементы
Способы группировки информации об объектах учета	По видам операционной и финансовой деятельности	По видам текущей, инвестиционной и финансовой деятельности	По видам затрат и результатов, местам их формирования и центрам ответственности, объектам калькулирования	По видам налогов
Временной аспект	Нацеленность на будущее (подготовка информации для оценки финансового будущего организации, будущих денежных потоков)	Нацеленность на прошлое (подготовка информации о сформировавшемся финансовом положении и достигнутых финансовых результатах деятельности по состоянию на отчетную дату)	Нацеленность на будущее (оценка будущих затрат и результатов для обоснования принимаемых управленческих решений).	Нацеленность на прошлое (подготовка информации об налоговых обязательствах за предшествующие периоды)

Таким образом, актуарный учет – это подсистема бухгалтерского учета, обеспечивающая формирование актуализированной информации об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах коммерческой организации с целью определения ее рыночной стоимости. Развитие методологии и методик актуарного учета, по нашему мнению, является важной задачей теории и практики современного бухгалтерского учета и анализа. В Республике Беларусь становление данной подсистемы бухгалтерского учета будет способствовать модернизации традиционной модели информационного обеспечения управления в соответствии с требованиями современного этапа экономического развития, а также повышению эффективности управления коммерческой организацией.

### Список литературы

1. Дворецкий И.Х. Латино-русский словарь Около 50 000 слов. 2-е изд. – М. : Русский язык, 1976. – 1096 с.
2. Генеральный регламент от 28 февраля 1720 г. Выверено по изданию: Реформы Петра I. Сборник документов / сост. В.И. Лебедев, М. : Гос. соц.-эк. Изд-во, 1937. – Режим доступа: <http://www.hist.msu.ru/ER/Text/general.htm>.
3. Об актуарной деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федер. закон, от 02 ноябр. 2013 г., № 293-ФЗ : в ред. Федер. закона от 21.07.2014 г. // КонсультантПлюс. Россия / ЗАО «КонсультантПлюс». – М., 2015.
4. Кутер М. И. Теория бухгалтерского учета. 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 592 с.
5. Ивашкевич В.Б., Шигаев А.И. Концептуальные основы актуарного учета и отчетности // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 6. – С. 4–17.
6. О бухгалтерском учете и отчетности [Электронный ресурс]: закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013г., № 57-З // КонсультантПлюс: Беларусь. – Мн., 2015.

**УДК 330.34**

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

*Е.Б. Дуплинская, канд. экон. наук, доцент*

Сибирский государственный университет сообщения, г. Новосибирск

Несмотря на принимаемые попытки Правительства РФ улучшить экономическое положение социально незащищенных слоев населения, государственная социальная политика не в полной мере отвечает требованиям значительной части населения России.

**Ключевые слова:** социальная политика, экономика, уровень жизни, качество жизни.

В рамках данного исследования, под государственной социальной политикой, понимается целенаправленная деятельность органов публичного управления направленная на достижение социально значимых целей развития общества, выработку и реализацию решений, касающихся жизнедеятельности человека, обеспечения его потребностей и предоставления ему социальных гарантий.

В современном обществе признанным является принцип обеспечения государством социальной защиты граждан, что создает чувство уверенности в отношении будущего и возможность прожить достойную человека жизнь. Под социальным обеспечением принято понимать систему действий, целью которой является обеспечение людям различных свобод и создание лучших возможностей для развития экономики через развитие человеческого ресурса. В разработанном в 1999 году в Министерстве социальных дел основном документе политики развития социальных услуг рассматривалось применение социально – политических мер как инвестирование в людей, а через людей – в экономику и в общество в целом.

Согласно исторически сложившейся традиции в разработке социальной политики и ее претворении в жизнь ведущая роль принадлежит общественному сектору. При оказании социальной помощи исходят из принципа солидарности, согласно которому обязанности общественности выполняют предпочтительно, как правило, стоящие к гражданину ближе всего органы власти [8, С.54].

Основополагающим документом, регламентирующим основы социальной политики, является Конвенция Международной организации труда 1962 г. № 117 «Об основных целях и нормах социальной политики», в которой в частности говорится, что проводимая государством социальная политика должна способствовать росту благосостояния и развитию населения, поощрять его стремление к социальному прогрессу. Конституция РФ опирается на основные положения данной Конвенции.

В соответствии с Конституцией РФ наша страна определена как социально ориентированное государство, с развитой системой социальной защиты, гарантированными выплатами пенсий, социальных пособий, обеспечивающих жизнедеятельность граждан.

Ключевым фактором развития России в современных условиях является мобилизация макросоциальных ресурсов – «социального капитала», который может быть охарактеризован как вклад организации общества в экономическое функционирование. Это значит, что социально–экономическое развитие страны в решающей степени зависит от характера функционирования социальных институтов, социальной мобильности и мотивации хозяйствующих субъектов. Указанные факторы сегодня – наиболее существенны для социально–экономического развития России, так как являются необходимым условием создания сколько–нибудь устойчиво функционирующего механизма, без становления которого не могут быть преодолены ограниченность финансовых ресурсов и структурные диспропорции в экономике [1].

Российская Федерация в настоящее время находится на этапе глобальных изменений в экономике и социальной сфере, важнейшими проявлениями которых выступают инновационное развитие страны, гуманизация основных сфер жизни, изменение роли образования, науки и культуры в обществе. Возрастание роли человеческого фактора в решении социально–экономических задач обуславливает повышение значимости социальной сферы как важнейшего фактора обеспечения всестороннего и гармоничного развития личности. Состояние социальной сферы во многом определяет процессы воспроизводства человеческого капитала, его количество и качество, уровень научно–технического развития производительных сил, культурную и духовную жизнь общества [2, С. 56].

С точки зрения обеспечения материальными ресурсами наша страна – одна из богатейших в мире, каждый ее гражданин в принципе является долларовым миллионером. Радикально же мы уступаем, отмечают специалисты, в сфере нематериальных, социальных «активов», вложения в человека [3, С.72].

До середины 2000–х годов социальная политика в России охарактеризовалась низкой продолжительностью жизни, высокой социальной дифференциацией населения, региональной диспропорцией в уровне жизни, снижением общего уровня социального развития. В 2008 году распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662–р была разработана и утверждена Концепция долгосрочного социально–экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (КДР–2020), целью которой явилось определение путей и способов обеспечения в долгосрочной перспективе (2008 – 2020 годы) устойчивого повышения благосостояния российских граждан, национальной безопасности, динамичного развития экономики, укрепления позиций России в мировом сообществе [4].

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. (Указ Президента РФ от 12.05.2009 № 537) подчеркивается, что «стратегическими целями обеспечения национальной безопасности в области повышения качества жизни российских граждан являются снижение уровня социального и имущественного неравенства населения...».

Современная государственная социальная политика РФ направлена на выполнение задач поставленных в Указах Президента РФ от 07.05.2012:

– № 597 «О мероприятиях по реализации государственной социальной политики»,

– № 598 «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения»,

– № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки»,

– № 600 «О мерах по обеспечению граждан РФ доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно–коммунальных услуг»,

– № 606 «О мерах по реализации демографической политики РФ».

При разработке и реализации социальной политики в качестве показателя позволяющего оценить уровень жизни населения Российской Федерации используется расчетный показатель «прожиточный минимум». В статье 1 Федерального закона № 134–ФЗ сказано, что прожиточный минимум – стоимостная оценка потребительской корзины, а также обязательные платежи и сборы [5].

Вышеуказанный показатель, носит социальный характер и является ориентиром при установлении минимального размера оплаты труда и минимального размера трудовой пенсии. В соответствии с положениями Трудового кодекса РФ (ч. 1 ст. 133), минимальный размер оплаты труда не может быть ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения. Прожиточный минимум принято считать границей бедности. Семьи, имеющие среднедушевой доход ниже прожиточного минимума, относятся к категории малоимущих и могут претендовать на получение адресной социальной помощи.

Величина прожиточного минимума на душу населения и по основным социально–демографическим группам населения в целом по РФ, руб.

[составлено по 6]

Социально–демографические группы населения	III квартал по годам:						
	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.	2013г.	2014г.
Трудоспо-собное население	5017	5620	6159	6792	7191	8014	8731
Пенсионеры	3660	4134	4532	4961	5229	6097	6656
Дети	4418	4978	5510	6076	6387	7105	7738

Как следует из данных таблицы, за рассматриваемый период величина прожиточного минимума на душу населения стабильно растет. Несмотря на сложную экономическую обстановку в стране и в мере Правительством РФ планируется сохранить сложившуюся динамику. Однако если рассматривать прожиточный минимум как границу бедности, то в условиях введения экономических санкций для России, роста цен на первоочередные товары, продукты питания, услуги ЖКХ, величина, не превышающая девяти тысяч рублей едва ли позволит покрыть расходы на жизненно необходимые товары и услуги. В период кризиса особенно остро чувствуется необходимость в социальной поддержке граждан.

Основная цель государственной политики характеризуется объективными факторами, учитывающими уровень жизни в каждом конкретном регионе, и субъективными причинами, отражающими реальные возможности отдельных людей к изменению уровня качества своей жизни. Исходя из этого, выделяют ряд социально–экономических факторов, оказывающих влияние на качество жизни населения: экологические, социальные, экономические, демографические, национальные, культурные, образовательные и др.

Эффективная социальная политика является фактором экономического роста и должна быть направлена на повышение уровня и качества жизни населения, что должно отразиться:

- на увеличении доходной части бюджетов всех уровней;
- на повышение спроса на товары и услуги, что приведет к экономическому росту страны;
- на повышение образовательного и квалификационного уровней трудоспособного населения как одного из основных факторов современного экономического развития страны.

В ближайшие десятилетия каждый работник на протяжении своей карьеры будет вынужден менять место работы и ее профиль, неоднократно возвращаясь в той или иной форме в образовательный процесс [7].

Приоритетные направления государственной социальной политики современной России – сферы образования, здравоохранения, пенсионное обеспечение.

Признавая наличие положительных результатов в проведенной за последнее десятилетие Правительством РФ работы, позволившей сохранить стабильность параметров федерального бюджета, несмотря на введение экономических санкций, состояние социальной сферы нельзя признать удовлетворительным.

Для достижения долговременных целей социальной политики необходимо, чтобы концепция социально–экономического развития нашей страны стала стратегией устойчивого социального развития, направленного на совершенствование социальных отношений, обеспечение равных возможностей и социальной консолидации. Необходимость решения стратегических задач реализации социальной политики требует четкого представления о перспективах ее отдельных направлений, перестройки и повышенной ответственности органов публичного управления всех уровней власти, эффективных методов финансирования.

#### *Список литературы*

1. Дискин И.Е. Социальные ресурсы развития России // [Электронный ресурс] // – Режим доступа: // [http://ecsocman.hse.ru /data/800/ 679/1219/ 013 Diskin.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/800/679/1219/013_Diskin.pdf), свободный.
2. Миллаева М.И. Совершенствование бюджетного финансирования социальной сферы как фактор повышения качества жизни населения / М. И. Миллаева, Ф. И. Ниналалова // Финансы и кредит. 2011. № 39. С. 56 – 61.
3. Дуплинская Е.Б., Лысенко А.О. Человек в пространстве и времени бытия современной цивилизации: культурологический этюд в пессимистически–оптимистических тонах // Новый университет. 2014. № 2 (35). С. 70–75.
4. Концепция долгосрочного социально–экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] // – Режим доступа: // [http://economy.gov.ru/ minec/ activity/sections/ strategicplanning/ concept/indexdocs](http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategicplanning/concept/indexdocs) (дата обращения 27. 01. 2015), свободный.
5. Федеральный закон «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» от 24.10.1997 № 134–ФЗ (ред. от 03.12.2012).
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] // – Режим доступа: // <http://www.gks.ru>, свободный.
7. Кобелева Е.П., Дуплинская Е.Б. К вопросу о повышении эффективности образовательного процесса в системе непрерывного профессионального образования // Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. 2014. № 46. С. 74–78
8. Дуплинская Е.Б., Лысенко А.О. Анализ эффективности государственной политики в сфере социального обеспечения граждан// Новый университет. 2014. № 7–8 (41–42). С. 54–56.
9. Стратегия–2020: Новая модель роста – новая социальная политика. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально–экономической стратегии России на период до 2020 года. Книга 1; под научн. ред. В.А. Мау, Я.И. Кузьмина. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. – 430 с.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ АКБ «ЭНЕРГОБАНК» (ОАО)

*Е.В. Дьяконова, студентка*

*Научный руководитель: О.А. Николаев, ассистент  
Набережночелнинский институт ФГАОУ ВПО «Казанский  
(Приволжский) Федеральный Университет», г. Набережные Челны*

Основным способом улучшения эффективности функционирования банковской сферы в условиях растущей конкуренции стала задача расчета ежемесячного платежа по кредиту при досрочном погашении. Решение задачи путём совершенствования информационной системы бизнес-процесса «Маркетинг».

**Ключевые слова:** кредитный онлайн калькулятор, досрочное погашение, маркетинг, банк.

Тема данной работы актуальна, поскольку научно обоснованное совершенствование информационной системы – это задача современного этапа адаптации хозяйствующих субъектов к рыночной экономике.

Акционерный коммерческий банк «Энергобанк» (ОАО) основан в марте 1989 года под наименованием татарский Коммерческий Банк «Таткомбанк» (г. Казань) в форме паевого банка. В 1993 году по решению собрания пайщиков кредитная организация была переименована в коммерческий банк «Энергобанк». С 1999 года банк функционирует как открытое акционерное общество. В июле 2005 года финучреждение присоединилось к системе страхования вкладов. Банку была выдана лицензия Центрального Банка Российской Федерации № 67.

ОАО «АКБ «Энергобанк» – средний по размеру активов региональный банк, контролируемый ЗАО «Эдельвейс корпорейшн».

Модель ведения бизнеса ориентирована на кредитование и обслуживание счетов корпоративных клиентов, а также привлечение средств граждан во вклады. Основными источниками фондирования выступают средства корпоративных клиентов (35%), а также собственные средства банка (37,8%).

Банк устойчиво и финансово прибыльно работает уже на протяжении 23 лет, успешно пережив многочисленные кризисные периоды в экономике страны и безупречно выполняя свои обязательства. АКБ «Энергобанк» имеет 18 офисов в Казани и в других крупных городах Республики Татарстан (Альметьевске, Бугульме, Нижнекамске, Набережных Челнах) и офис в городе Чебоксары. Среднесписочная численность персонала – около 350 человек.

Основные виды оказываемых услуг:

Банк является универсальной кредитной организацией, оказывающий весь спектр банковских услуг для юридических и физических лиц. Наряду с кредитованием крупных корпоративных клиентов, Банк активно развивает кредитование малого и среднего бизнеса. Розничное направление бизнеса де-

лает упор на кредитование населения, в т. ч. автокредитование и ипотечное кредитование, привлечение средств частных лиц во вклады, выпуск банковских карт международных платежных систем «MasterCard» и «Visa», осуществление переводов и платежей населения.

Применяются и методы стимулирования продаж, к которым в организации относятся: повышение качества обслуживания, реклама (полноценные рекламные кампании в СМИ республики Татарстан и г. Чебоксары), разнообразная система акционных предложений.

Экономические показатели деятельности организации:

Уставный капитал общества составляет 2 137 400 000 рублей, он разделен на 21 374 000 штук обыкновенных именных акций, номинальная стоимость одной акции 100 рублей.

В своей повседневной деятельности «Энергобанк» неукоснительно руководствуется собственной нормативно-правовой документацией (внутренней и внешней). Все операции с нормативно-правовой документацией производятся строго согласно требованиям и нормам организации документооборота. Благодаря согласованной работе всех служб банк имеет возможность грамотно и рационально вести документооборот на предприятии, что закономерно сказывается на эффективности использования документов, а также на результативности коммерческой работы в целом.

Орган управления АКБ «Энергобанк» (ОАО): наблюдательный совет. Исполнительный орган: правление, в состав которого входит председатель правления и члены правления. Председатель Правления осуществляет оперативное руководство деятельностью банком и наделяется в соответствии с законодательством РФ всеми необходимыми полномочиями для выполнения этой задачи. Председатель Правления осуществляет свою деятельность в строгом соответствии с действующим законодательством и Уставом.

Председатель Правления вправе без доверенности осуществлять действия от имени банка.

Как и любая другая финансовая организация «Энергобанк» имеет кредитный калькулятор, который доступен всем клиентам на официальном сайте [www.energobank.ru](http://www.energobank.ru).

Калькулятор может рассчитать:

- сумму ежемесячного платежа для погашения кредита;
- сумму переплаты, выбрав тот или иной вид продукт банка.

Также для расчёта необходимо выбрать некоторые параметры, которые могут повлиять на процентную ставку такие как:

- семейное положение, с обеспечением (поручительство или залог);
- наличие ликвидного залога;
- наличие положительной кредитной истории;
- наличие собственности;
- схема платежа и другое.

Существует два вида ежемесячных платежей: аннуитетный и дифференцированный. Последний предполагает выплату с каждым месяцем всё меньше и меньше. Аннуитетный – равными частями. В графике можно увидеть: остаток задолженности по кредиту, погашение основного долга, погашение накопленных процентов, ежемесячная комиссия и итоговую сумму к выплате.

Данный калькулятор не может учитывать досрочное погашение кредита, что очень актуально на сегодняшний день. У каждого клиента есть такая возможность, но остаток долга остаётся для него неизвестным. Для облегчения работы экономиста по кредитованию, кредитный калькулятор должен рассчитывать остаток долга и накопленные проценты после досрочного погашения. Для лучшей наглядности графически можно показать ежемесячные выплаты.

На сегодняшний день решается задача «Расчёт ежемесячного платежа по кредиту при досрочном погашении» путём совершенствования информационной системы бизнес-процесса «Маркетинг».

Маркетинг как бизнес-процесс адаптирует деятельность предприятия к условиям рынка.<sup>4</sup> Поэтому основные подпроцессы связаны с сегментированием и анализом рынка, продвижением продукции на рынке и разработкой новой продукции. Одной из важных общих задач маркетинга – оценка эффективности маркетинга, необходимая для так называемого маркетинг-менеджмента. Существует два вида целевых сегментов рынка: сегменты рынка входных ресурсов и сегменты рынка продукции предприятия. Их сегментирование производится по трем группам признаков: географическим, социально-экономическим и товарным (ресурсным). Позиционирование на рынке и планирование деятельности предприятия может производиться только на основе анализа рынка и определения рыночных параметров. Существуют четыре взаимосвязанных направления продвижения продукции: реклама, развитие сети дилеров, адаптивные и интерактивные методы. Интерактивные технологии – это технологии согласования спроса и предложения, технологии, обеспечивающие взаимодействие потребителей и производителей. Они ориентированы не только на сбыт, но и на выявление реальных, постоянно возможно изменяющихся потребностей, на эффективное взаимодействие с рынком, на прогнозирование новых товарных свойств и потребности новой продукции. Таким образом, интерактивные технологии продвижения продукции являются инструментом реализации непрерывного-производственного менеджмента и маркетинга. Наиболее эффективная форма реализации интерактивных технологий – это использование Internet – технологий.

---

<sup>4</sup> Смирнов Ю. Н. Бизнес-процессы: реинжиниринг, экономика, управление, информационно-математическое обеспечение: научные материалы для студентов и магистрантов экономического направления / Ю. Н. Смирнов, Набережные Челны: Изд-во ИНЭКА, 2010, 21 с.

Обоснование необходимости выделения отдела маркетинга от отдела рекламы в самостоятельное подразделение.

Сейчас служба маркетинга является как бы придатком отдела рекламы и не выполняет полноценно своих задач. Ситуация с маркетингом в банке выглядит следующим образом.

Служба маркетинга функционирует на предприятии в условиях неопределенности, так как нет четкого распределения функций маркетинга/рекламы, отсутствует должность профессионального маркетолога. Совокупность этих факторов ведет к снижению эффективности работы организации на конкурентном рынке.

Основными задачами отдела маркетинга в «Энергобанке» являются:

- разработка стратегии рекламы по каждому финансовому продукту и плана проведения рекламных мероприятий;
- организация рекламы при помощи средств массовой информации; организация и подготовка статей для журналов, газет, радио;
- осуществление прямой почтовой рекламы: плановых и разовых рассылок писем с информационными материалами;
- анализ действенности рекламы, ее влияния на выполнение планов продаж, информированности потребителей о продукции предприятия; разработка предложений по совершенствованию рекламы;
- изучение передового опыта рекламы и стимулирование спроса в стране и за рубежом;
- формирование новых потребностей с целью расширения рынка и поиск новых форм применения предлагаемых услуг;
- подготовка и заключение договоров с покупателями с учетом нормативных актов на поставку полиграфической продукции;
- составление годовых, квартальных и внутримесячных медиа-планов, контроль за их выполнением.

Тем не менее, не выполняются следующие задачи отдела маркетинга и рекламы:

- анализ и прогнозирование основных конъюнктурообразующих факторов потенциальных рынков сбыта оказываемых услуг: коммерческо-экономических, включая экономическую ситуацию и финансовое состояние потенциальных покупателей; реального платежеспособного спроса и соотношения спроса и предложения на услуги;
- исследование потребительских свойств финансовых продуктов и сбор информации об удовлетворенности ими покупателей;
- выявление системы взаимосвязей между различными факторами, влияющими на состояние рынка и объем продаж;
- анализ конкурентоспособности продуктов банка, сопоставление ее потребительских свойств, цены, издержек производства с аналогичными показателями конкурирующих продуктов, предлагаемой другими банками;

- выявление системы взаимосвязей между различными факторами, влияющими на состояние рынка и объем продаж;
- расчет емкости рынка услуг банка;
- координация и согласование действий всех функциональных отделов в выработке единой коммерческой политики;
- сбор, систематизация и анализ всей коммерческо-экономической информации по конъюнктуре потенциальных рынков сбыта финансовых продуктов;
- определение географического размещения потенциальных потребителей;
- определение удельного веса финансовых услуг основных конкурентов в общем объеме сбыта на данном рынке;
- исследование структуры, состава и организации работ, точек продаж, обсуживающей данный рынок;
- организация обратной связи с потребителями: изучение мнения потребителей и их предложений по улучшению качества обслуживания.

В настоящее время отдел маркетинга и рекламы не справляется с поставленными перед ними задачами, поэтому многие маркетинговые функции не выполняются. Так, например, из-за проведения рекламных акций, довольно часто проводимых для повышения продаж продуктов банка, не остается времени для проведения полноценных маркетинговых исследований.

Большое преимущество обновлённого кредитного онлайн калькулятора – поисковая оптимизация.

Поисковая оптимизация (англ. *search engine optimization, SEO*) – комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта. Обычно, чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем. При анализе эффективности поисковой оптимизации оценивается стоимостьцелевого посетителя с учётом времени вывода сайта на указанные позиции и конверсии сайта.

Также неотъемлемой частью является:

- возможность создания кредитной онлайн заявки
- график погашения кредита

#### *Список литературы*

1. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков. – М.: Фин-Пресс, 2003. – 688 с.
2. Горфинкель В. Я., Швандар В. А. Экономика предприятия: Учебник для вузов – 4-е издание, переработанное и дополненное – М.: Юнити-Дана, 2007. – 670 с.
3. Смирнов Ю. Н. Бизнес-процессы: реинжиниринг, экономика, управление, информационно-математическое обеспечение: научные материалы для студентов и магистрантов экономического направления / Ю. Н. Смирнов, Набережные Челны: Изд-во ИНЭКА, 2010, 95 с.

4. Хант Б. Конверсия сайта. Превращаем посетителей в покупателей/ Б. Хант. – Питер, 2012.– 288 с.
5. Официальный сайт АКБ «Энергобанк» (ОАО) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://energobank.ru>. Дата обращения: 24.02.2015.

УДК 332.14

## ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

*Л.В. Еришова, аспирант*

*Научный руководитель: Л.Ю. Русалева, докт. экон. наук, доцент  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

Инвестиционная стратегия Республики Алтай нацелена, прежде всего, на создание максимально комфортных условий для старта и ведения бизнеса на территории региона, а также формирование эффективной системы привлечения инвестиций и сопровождения инвестиционных проектов.

**Ключевые слова:** стратегия развития, инвестиционный проект, туристско-рекреационный потенциал, нормативно-правовая база.

Инвестиционная стратегия Республики Алтай в долгосрочном периоде базируется на прогнозах социально-экономического развития Российской Федерации, Сибири и непосредственно самой республики до 2030 года.

В качестве базового сценария долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2030 года, как известно, рассматривается умеренно-оптимистичный вариант развития экономики. Он характеризуется усилением инновационно-инвестиционной составляющей экономического развития с целью укрепления позиций России в мировой экономической системе. В связи с введением санкций против РФ реализация этого направления развития приобретает особую значимость. Инвестиционная стратегия Республики Алтай - это выбор таких видов деятельности, которые создают устойчивое социально-экономическое развитие территории.

В Стратегии социально-экономического развития Сибири до 2020 года» определено, что «сценарий развития Сибири связан с инновационным сценарием Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Развитие увязывается с традиционными отраслями экономики Сибири и с расширением вовлечения в хозяйственный оборот ее природных ресурсов. Причем, необходимо повысить долю перерабатывающей промышленности в структуре валового регионального продукта региона» [2].

В указанном выше стратегическом документе названы конкурентные преимущества, определяющие направления социально-экономического развития Республики Алтай. К ним относятся уникальный природно-ресурсный и соответственно туристско-рекреационный потенциал, богатый гидроэнергетический потенциал горных рек, положительная динамика демографиче-

ских процессов в регионе, активно развивающийся строительный комплекс и наконец выгодное геополитическое положение республики. Оно определяется географической близостью к территориям нового освоения и активной инвестиционной политики.

Целью Инвестиционной стратегии Республики Алтай является создание максимально комфортных условий для старта и ведения бизнеса в регионе, а также формирование эффективной системы привлечения инвестиций и сопровождения инвестиционных проектов.

Для достижения поставленной цели в Республике Алтай необходимо решить несколько задач:

во-первых, сформировать благоприятный инвестиционный климат;

во-вторых, добиться притока инвестиций в приоритетные сектора экономики;

в-третьих, совершенствовать нормативно-правовую базу, регулирующую инвестиционную деятельность;

в-четвертых, улучшить взаимодействие органов государственной власти и инвесторов;

в-пятых, повысить эффективность использования мер государственной поддержки инвестиционной деятельности;

в-шестых, совершенствовать механизм привлечения инвестиций в республику.

Мероприятия по реализации основных направлений республиканской инвестиционной политики обращены, в первую очередь, к активизации притока инвестиций в приоритетные отрасли экономики: агропромышленный комплекс, биофармацевтика, пищевая промышленность, туризм и санаторно-курортный отдых.

Главным приоритетным направлением социально-экономического развития Республики Алтай является туризм, что закреплено в ряде документов стратегического планирования, в том числе в Стратегии социально-экономического развития Сибири на период до 2020 года, в Стратегии социально-экономического развития Республики Алтай на период до 2028 года.

Осуществляя реализацию государственной политики в сфере туризма, начиная с 2007 принято шестнадцать нормативно-правовых актов, среди которых основные: Закон «О туризме в Республике Алтай», Постановления Правительства Республики Алтай: «О Порядке предоставления государственной поддержки организациям, осуществляющим туристскую деятельность на территории Республики Алтай», «О порядке организации специализированных площадок отдыха (Караван-парков) для неорганизованных туристов в Республике Алтай» и другие.

Принятая Правительством Республики Алтай в 2010 году РЦП «Перспективная территориальная организация и развитие внутреннего и въездного туризма в Республике Алтай на 2011–2016 годы» предусматривает создание благоприятных условий для инвесторов, придерживающихся

принципов рационального природопользования, способствующих эффективному использованию местного ресурсного потенциала.

Некоторые результаты развития туризма в республике Алтай показаны в таблице 1.

Таблица 1

Анализ исполнения целевых показателей за 2011-13 и плановый 2014 гг.

Наименование целевого показателя	Единица измерения	Значения целевых показателей			
		2011 год	2012 год	2013 год	2014 год
		отчёт	факт	факт	оценка
общий туристский поток	тыс. чел	1350,00	1400,14	1450	1500,43
количество лиц, работающих в коллективных средствах размещения	тыс. чел	3,20	3,39	3,57	3,76
количество лиц, работающих в туристских фирмах	тыс. чел	5,00	5,36	5,73	6,09
объем платных туристских услуг, оказанных населению	млрд. рублей	2,30	3,52	4,73	5,95
объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения	млрд. рублей	1,00	1,46	1,93	2,40

В республике действуют крупные системные инвестиционные проекты, позволившие привлечь на развитие экономики значительные федеральные ресурсы:

- Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) «Алтайская Долина» создана на основании постановления Правительства РФ от 3 февраля 2007 года № 67 сроком на 49 лет.

Управление ОЭЗ осуществляют Департамент особых экономических зон и проектного финансирования Минэкономразвития РФ, ОАО «Особые экономические зоны» и его филиал в Республике Алтай. Расположена на территории Майминского района Республики Алтай в 12 км от столицы республики – г. Горно-Алтайска. Общая площадь 856,83 га (застройке подлежат 300 га); транспортная доступность - 10 км до аэропорта г. Горно-Алтайска; планируемый туристский поток – 95 000 человек в год с максимальной загрузкой 3 500 человек; среднегодовая загрузка – 51%; количество рабочих мест – 2 400 человек; объем частных инвестиций – 9-10 млрд. рублей; объем государственных инвестиций – 8,8 млрд. рублей.

Целью создания ОЭЗ ТРТ «Алтайская Долина» является организация современного семейного курорта мирового уровня, с широким комплексом туристических, развлекательных и санаторно-курортных услуг для всех поколений гостей, в соответствии с новейшими международными стандартами.

- Реконструкция участка Аэропорт – Союзга (наиболее загруженный участок ключевой транспортной артерии Республики Алтай) федеральной автодороги М-52 «Чуйский тракт».

ОАО «Сибмост» - победитель конкурса на реконструкцию протяженностью 16,7 км. Цена государственного контракта составляет 987,6 млн рублей.

После завершения работ дорога будет соответствовать категории IV, расчетная скорость движения по ней составит 120 км/час, ширина полосы движения — 3,75 м.

- Проблемы транспортной доступности республики снизились в результате открытия аэропорта Горно-Алтайска. Расширение географии полетов является еще одним шагом в направлении улучшения инвестиционного климата региона.

- Для улучшения качества предоставляемых услуг, уменьшения выброса загрязняющих веществ в атмосферу и улучшения экологической обстановки, Правительством Республики Алтай реализуется программа газификации Республики Алтай.

За период 2008-2012 гг. построено и введено в эксплуатацию всего 191,044 км, в том числе 73,354 км межпоселковых газопроводов, внутрипоселковых уличных газопроводов – 117,69 км. Переведено на газ 57 котельных, в том числе в 2011 году 17 котельных, в том числе 9 в г. Горно-Алтайске, 8 в с.Майма, в 2012 году 7 котельных, в том числе в г. Горно-Алтайске 4, в с.Майма 3 котельных. Газифицировано 1167 домовладений.

Общий объем финансирования программы газификации Республики Алтай за период с 2008 по 2012 год составил более 3,31 млрд. рублей: в том числе инвестиции ОАО «Газпром» - 2,5 млрд. рублей, средства предприятий - 596 млн. рублей, средства федерального бюджета – 81 млн. рублей, республиканского бюджета – 131,67 млн. рублей, бюджетов муниципальных образований – 6,5 млн. рублей.

- Одним из крупных инвестиционных проектов в Республике Алтай является строительство горнолыжного комплекса "Манжерок".

Этот уникальный проект по созданию горнолыжного комплекса в живописной экологически чистой зоне на берегу Манжерокского озера является одним из первых проектов, начатых с началом двухтысячных годов. Примечательным является то, что основным инвестором проекта выступила не государственная структура, а московская инвестиционно-финансовая компания "Алемар", вложившая в строительство около двух миллиардов рублей. Однако, экономический спад 2008- 2009 годов не позволил завершить строительство комплекса в полном объеме.

И, хотя, с ноября 2010 года комплекс начал принимать первых своих гостей, работает первый в Республике Алтай кресельный подъемник, оказываются гостиничные услуги, это - далеко не то, что было предусмотрено проектом и что ожидали любители горных лыж, туристы из регионов Сибири и представители бизнес-сообщества самой Республики Алтай.

- 2014 год в историю Республики Алтай должен войти, как год начала реализации давней мечты жителей республики, иметь собственные генерирующие мощности, которые позволят снижению энергодефицита в регионе.

Между Правительством РА, компаниями “Хевел” и “Авелар” в мае 2014 года подписано Соглашение о развитии в республике солнечной энергетики. В соответствии с документом стороны намерены построить в регионе пять солнечных электростанций общей мощностью до 45 мВт, которые будут поставлять электроэнергию в общую сеть.

Кош-Агачский район является одним из самых солнечных мест в России. Уровень удельной выработки здесь достигает 1400кВт\*ч/кВт в год, что сравнимо с показателями юга Италии.

Президент РФ Владимир Путин в режиме видеоконференции принял участие в запуске крупнейшей в стране Кош-Агачской солнечной электростанции мощностью 5 мегаватт. "Хочу поприветствовать и поздравить с началом эксплуатации Кош-Агачской солнечной станции! Это первая генерация в Республике Алтай. Особенно приятно, что это солнечная станция, основанная на энергии солнца! Для удаленных регионов использование альтернативных источников – это правильное и хорошее дело. Я вас поздравляю и знаю, что у вас в планах еще запуск четырех станций, инвестиции – пять миллиардов рублей", – сказал Президент [5]. Станция была возведена в короткие сроки. Строительство началось в мае, а уже в начале сентября она уже торжественно открылась.

- В непосредственной близости от столицы республики Алтай в Майминском районе создается Инжиниринговый центр биотехнологий. Пилотный проект как для Республики Алтай, так и для Российской Федерации.

Инжиниринговый центр формируется как инфраструктура для исследовательской и научной деятельности в сфере производства кормов и кормовых добавок для использования ресурсной базы Российской Федерации. В перспективе центр позволит обеспечить сельское хозяйство региона качественными и доступными кормами, а также даст возможность обосновать уникальность нашей сельскохозяйственной продукции. В инжиниринговом центре, будет сертифицироваться вся продукция, производимая в нашем регионе. Попадут под сертификацию даже блюда национальной алтайской кухни и непищевые товары.

Считаем, что эти основные инвестиционные проекты Республики Алтай создали только основу, на которой можно и нужно инвестиционную программу развить вширь, привлекая инвестиционные ресурсы не только государственных структур, и ресурсы не только крупных инвесторов, а, главным образом, ресурсы местных предпринимателей. Пусть суммы отдельных инвестиций будут небольшими, главное, количество инвестиционных проектов должно увеличиться в разы.

Но это – тема для следующего исследования.

#### *Список литературы*

1. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития РФ).

- //Справочно-правовая система «Гарант»: [Электронный ресурс]. - <http://base.garant.ru>
2. Стратегии социально-экономического развития Сибири до 2020 года. Распоряжение Правительства РФ от 05.07.2010 N 1120-р (в ред. Постановления Правительства РФ от 26.12.2014 N 1505. //Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
  3. Закон Республики Алтай от 05.12.2008 N 121-РЗ (ред. от 19.12.2014) "О туризме в Республике Алтай" (принят ГСЭК РА 17.11.2008) //Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
  4. Постановление Правительства Республики Алтай от 18.08.2014 N 242 "О внесении изменений в государственную программу Республики Алтай "Развитие внутреннего и въездного туризма"//Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
  5. Церемония запуска Кош-Агачской солнечной электростанции. [Электронный ресурс]. - [http://www.kremlin.ru/Новости/Президент России](http://www.kremlin.ru/Новости/Президент_России).
  6. Ежегодное Послание Главы Республики Алтай, Председателя Правительства Республики Алтай А.В. Бердникова - «Инвестиционный климат и инвестиционная политика Республики Алтай» Официальный интернет-портал [Электронный ресурс]. - <http://altayinvest.ru/>

**УДК 339.138**

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ**

*Г.Е. Жумжумаева, магистр экономических наук*

В статье описываются эффективные стратегии маркетинга, которые должны быть интегрированными и позволяющими решать цели предприятия на всех уровнях управления в области маркетинга.

**Ключевые слова:** маркетинг, стратегия развития, управление, философия бизнеса.

Успех предприятия на рынке во многом зависит от уровня организации маркетинговой деятельности, который в свою очередь влияет на качество управленческих решений, направленных на формирование маркетинговых программ, разработку и освоение новых товаров, стратегию в области ценообразования, сбыта и продвижения.

Для лучшего понимания роли маркетинга в деятельности промышленного предприятия необходимо рассматривать эффективные стратегии, которые должны быть интегрированными и позволяющими решать цели предприятия на всех уровнях управления: корпоративном функциональном и инструментальном [1].

На корпоративном уровне, маркетинг выступает как основной набор ценностей и взглядов, метод принятия управленческих решений, как корпоративная культура и философия бизнеса, выделяется первостепенное значение потребителя для организации.

На функциональном уровне наибольшую значимость приобретает понимание маркетинга как инструмента планирования деятельности для достижения и сохранения конкурентоспособности на избранных сегментах рынка и направлениях бизнеса.

На инструментальном уровне, когда перед предприятиями ставится задача наиболее эффективного размещения материальных, трудовых, финансовых ресурсов, в наибольшей степени находят применение инструменты и методы маркетинга, связанные непосредственно с реализацией продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной стратегии предприятия. Это целый набор разнообразных видов деятельности и методов, которые условно можно разделить на группы: маркетинговые исследования, деятельность по оптимизации цен и каналов распределения продуктов, доведение продуктов до потребителя, разработка рекламных компаний и других способов информирования потребителей о компании и ее продуктах, продвижение товаров и услуг и др. Отсюда следует, что основной задачей управления маркетингом на инструментальном уровне является использование комплекса инструментов маркетинга таким образом, чтобы достичь максимального эффекта.

Рассмотрим последовательно, как осуществляется управление маркетингом на инструментальном уровне.

Основными элементами комплекса маркетинга представляют товар, продукт, услуга. Товар в деятельности предприятия рассматривает многофакторную сферу, требующую принятия решений по формированию ассортимента товаров, создания новых видов товаров, повышения качества и конкурентоспособности, сервисное обслуживание [2].

Наряду с изложенными понятиями рассматривается так называемая стратегия товара. Стратегия товара - предлагаемый какой-либо вид товара или набор товаров, который соответствует миссии и служит достижению целей. Товар является основой для разработки ценовой, сбытовой и коммуникационной политик. Характер и содержание маркетинговой деятельности предприятия определяются особенностями производимых товаров и предоставляемых услуг.

Процесс совершенствования товаров, предполагает постоянное обдумывание каждым сотрудником способов внесения креативов в имеющийся товар. Разработка товаров начинается с поиска новых идей, который в будущем осуществляется с применением приемов функционального анализа и творческих путей.

Анализ проблем управления продуктовой стратегией, изложенных в трудах П. Завьялова, Н. Молчанова, А. Романова, Д. Баркана, и других, показал, что имеются такие понятия как «товарная стратегия», «продуктовая стратегия», «ассортиментная стратегия», характеризующие различные аспекты изучаемой темы, что требует уточнения понятийного аппарата.

По мнению некоторых казахстанских ученых-экономистов, товарная политика - многофакторная сфера деятельности фирмы, требующая принятия решений по формированию ассортимента товаров, созданию новых их

видов, повышению качества и конкурентоспособности, анализу жизненного цикла, использованию товарных знаков, упаковке, маркировке и сервисному обслуживанию.

Продуктовая стратегия представляет средства достижения стратегических целей фирмы, определяет направления развития производства продуктов, товаров на долгосрочную перспективу в соответствии с ее ресурсными возможностями и состоянием рыночной конъюнктуры [3].

В результате изложенного можно констатировать, что продуктовая стратегия – это комплекс принципов, методов и решений, согласуемых между собой, направленных на достижение общей экономической цели развития предприятия как по отношению к каждому отдельному товару (маркировка, упаковка, сервис, разработка, модификация, снятие с производства), так и по отношению к номенклатуре продукции в целом (объем производства, структура выпуска).

Таким образом, продуктовая стратегия это, прежде всего выбор ориентированный на работу предприятия, обеспечивающий оптимальный товарный ассортимент и выпуск конкурентоспособной продукции. Последовательное и целенаправленное проведение продуктовой стратегии требует анализа деятельности предприятия, его экономических показателей, рыночной конъюнктуры. В процессе маркетингового анализа необходимо изучать спрос и отношение покупателей к товару, определить емкость рынка. В продуктовой стратегии предприятия важное место занимает повышение качества и конкурентоспособность предприятия.

Следующим компонентом управления маркетингом на инструментальном уровне является ценообразование.

Цена является отражением социально-экономической стратегии государства и определяется объективными рыночными факторами, а также изменениями производства и реализации товаров на целевом рынке[4].

Рыночное ценообразование служит как теоретической, трудовой базой, так и различной нетрудовой теории стоимости. Трудовая теория стоимости определяет основу цен, но не может выявить закономерности формирования их уровней, так как в условиях рынка обмен товаров совершается по ценам, устойчиво отклоняющимся от трудовой стоимости. Одновременно с теорией стоимости, кардинальные изменения в развитие теории цены внесли некоторые зарубежные ученые, создавая новую ее концепцию, основанную на анализе закономерностей формирования и взаимодействия рыночных категорий спроса и предложения.

Представители неоклассической теории А. Маршалл, Л. Вальрас, В. Парето, Дж. Хикс и другие при объяснении стоимостных связей механизма рыночного хозяйствования широко использовали ценовой инструментарий по сравнению со своими предшественниками, которые больше уделяли внимание другим рыночным категориям, то маржиналисты сущность цены объясняют предельной полезностью товара [4]. Однако критики данной теории, не подвергая сомнению правильность ее принципиальных положений, считают,

что, используя предельные издержки, невозможно определить размеры цен из-за отсутствия надежных методов их количественного измерения.

В современной экономической теории формула цены рассматривается, в условиях соответствующе совершенной конкуренции, с одной стороны, предельной полезности, с другой - предельным издержкам и находится в точке пересечения кривых спроса и предложения [4]. Таким образом, имеющиеся теоретические и прикладные исследования по проблемам цен и ценообразования, данная тема для отечественной экономики и науки, до сих пор остается актуальной.

В условиях рынка цены выступают как результат функционального взаимодействия ценообразующих факторов, без учета которых невозможно определить ценовую политику и стратегию. Поэтому выбор конкретного вида цен начинается с их анализа и оценки, основными из которых являются: издержки производства, покупательная способность населения, соотношение спроса и предложения, состояние денежной сферы, уровень инфляции, движение валютных курсов денежных единиц, конкуренция, государственное регулирование цен, качество товара, условия поставок и другие.

Ценовая стратегия, является основным элементом, как и товар в маркетинговой деятельности предприятия. Стоит отметить, что цена - наиболее разработанный и не требующий затрат элемент маркетинга.

В отечественной практике недостаточно используется зарубежный опыт применения маркетинговых цен, основанных на восприятии потребителей. Ценовая стратегия, применяемая на предприятии, основывается на более выгодной цене, чем у конкурентов.

Таким образом, в соответствии с определением некоторых казахстанских ученых, ценовая политика маркетинга представляет собой определение путей достижения цели фирмы установлением конкретных цен и она может базироваться на издержках, спросе, конкуренции, оценке этапа ЖЦТ [5].

Важными задачами деятеля рынка в современных условиях является изучение цен товаров и услуг, имеющих на рынке конкурентов, предвидение их ценовых методов, что служит основным элементом ценообразования.

Третьим компонентом в системе управления маркетингом на тактическом уровне является формирование, развитие системы сбыта товаров и услуг. Большая доля отечественных предприятий в процессе формирования сбыта товаров и услуг обращаются к реализаторам, дилерам, менеджерам.

Значительный вклад в развитие науки о сбыте, товародвижении и логистике внесли ведущие отечественные и зарубежные ученые Г. Багиев, А. Баскин, М. Гордон, М. Залманова, Х. Мефферт, Н. Нагапетьянц, А. Нурсейт, Д. Новиков, О. Новиков, О. Проценко, К. Сагадиев, Л. Сухова, П. Смирнов, Н. Фасоляк, Г. Дж. Болт и др.

По мнению некоторых ученых-экономистов, под сбытом понимают транспортировку, складирование, хранение, доработку, продвижение к оптовым и розничным торговым звеньям, предпродажную подготовку и продажу

товара. Сбыт - это система всех мероприятий, которые производятся после выхода продукта за ворота предприятия и завершаются продажей.

Как отмечает, один из казахстанских ученых-экономистов: «эволюция развития сбыта нашла свое выражение в концепциях: функциональной, институциональной, товарной и системной». Функциональная концепция заключается в выделении определенных функций по перемещению товаров от поставщика к потребителю, которые можно охарактеризовать как пространственную, временную, количественную и качественную. В соответствии с институциональной концепцией сбыт рассматривается с точки зрения наличия различных сбытовых институтов, функционирующих как на уровне предприятий, так и вне него. Существование сбытовых институтов приводит к сокращению издержек сбыта благодаря умелой организации этой деятельности. Товарный подход характеризует специфику организации сбыта относительно потребительских товаров и продукции производственного назначения. Системная концепция рассматривает сбыт как систему, состоящую из определенных элементов, имеющих связи с внешней средой посредством обмена товарами и информацией.

Следует выделить две стороны сбыта в современных условиях: функционирование самостоятельных сбытовых институтов рынка и сбытовую деятельность предприятий. Они между собой тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Эффективность организации формирования сбыта на предприятии заключается в широком ассортименте, эффективной системы управления товарами, получение низких цен и выгодных условий поставок клиентам на определенном месте.

Одним из направлений стратегии распределения предприятия является развитие фирменной торговли, которая играет немалую важную роль в сбыте продукции предприятия. Особенность состоит в том, что формирование стратегии распределения осуществляется через торговую сеть.

Стратегия распределения рассматривает следующие направления: распределение осуществляется как непосредственно конечным потребителям, так и через торгово-розничную сеть, по характеру взаимодействия существующая система распределения на предприятии действует независимо от других, с целью получения своей прибыли.

Таким образом, элементы стратегии распределения должны рассматриваться комплексно, только в этом случае каждый из участников каналов сбыта может рассчитывать на прибыльность предприятия. Анализируя вышеизложенное, следует отметить, что продукт, цена, распределение, продвижение взаимосвязанные элементы сферы деятельности, от их эффективной организации зависит получение конечного результата.

Следующим элементом управления маркетингом представляют маркетинговые коммуникации, под которыми понимают систему мер, направленную на формирование и стимулирование спроса в целях воздействия на потребителей.

На основе изучения мнений различных авторов, среди которых Э. Дитль, Х. Хершген [6, Ф. Котлер [7], а из российских - А. Романов [8], И. Рожков [9], И. Крылов [10] и другие, можно выделить следующие формы коммуникации: реклама; персональные продажи; стимулирование сбыта; публичное рилейшнз.

По мнению многих ученых в сфере коммуникаций, личные продажи важны для сбыта товаров, требующих пояснений к их применению, проведения консультаций и убеждения потенциального покупателя. Эта форма коммуникации эффективнее, чем реклама и является самой гибкой, однако расходы на ее организацию в сравнении с другими формами продвижения продукции намного превосходят рекламные.

Стимулирование сбыта («сейлз промоушн») в отличие от рекламы - мера кратковременного воздействия на рынок, и ее результаты достигаются быстрее по сравнению с другими формами коммуникации. В основном она используется для поддержания позиции товара на стадии зрелости в целях оживления спроса и повышения осведомленности покупателей о предлагаемых товарах. Прежде чем начать кампанию по стимулированию сбыта, составляется план, в котором целесообразно определить концепцию, формы, условия, сроки, продолжительность этой акции, рассчитать бюджет на его проведение и выбрать каналы сбыта.

Существует мнение, что акции «сейлз промоушн» являются результатом последствия ценовой конкуренции, причиной которой послужила недальновидная политика руководителей, и в ближайшей перспективе его значение будет снижаться в связи с низкой прибыльности [8, с. 53]. Некоторые специалисты предлагают отказаться от проведения стимулирования сбыта и использовать вместо него низкую ценовую политику, которая позволяет сэкономить потребителям значительные средства, а кампании - сократить расходы на маркетинг. Однако такой подход требует своего исследования и обоснования.

Организация выставок является значительной частью маркетинговой программы производителя.

Выставки - это средство публичной демонстрации товара и изучения спроса на него, источник для заключения новых контрактов, а также выявления потенциальных покупателей.

В классической теории маркетинга в системе продвижения товара на рынок главную роль играет реклама, в сжатой, художественно выраженной форме доводящая до сознания и внимания потенциальных покупателей наиболее важные факты и сведения о товарах и услугах.

Как одна из сложных и противоречивых проблем развитию рекламы, посвящено большое количество трудов зарубежных ученых и специалистов в области рекламы. В последние годы эта проблема заинтересовала российских [8] и казахстанских ученых [9].

Этимология происхождения слова «реклама» до сих пор остается спорной. По мнению У. Уэллса, Дж. Бернета, С. Мориарти, реклама (advertisement) воз-

ника приблизительно в 1655 г., но еще в Библии она использовалась для обозначения извещений и предупреждений [10]. Сущность рекламы выражается в тех ролях, которую она играет в обществе: общественной, экономической, маркетинговой и коммуникационной.

Общественная роль рекламы проявляется в том, что она способствует формированию сознания, взглядов, мнений и поведения людей, распространению знаний из различных сфер человеческой деятельности. Отражая тенденции в моде и дизайне, она влияет на эстетические потребности человека [11].

Экономическая роль рекламы заключается в том, что она способствует созданию спроса и предложения, конкуренции, привлечению инвестиций, расширению рынков сбыта, и, в конечном счете - развитию экономики в целом и различных ее сфер.

Стратегия продвижения на предприятии позволяет выработать следующие предложения: осознать значение и роль рекламы в сбыте продукции и повышения имиджа предприятий. Маркетинговая роль в деятельности предприятия состоит в повышении спроса на товары, увеличении объема их сбыта и, соответственно, в росте прибыли фирмы [11].

Таким образом, эффективность маркетинговых усилий предприятий в значительной степени определяется правильным применением инструментов маркетинга.

Каждый из инструментов, хотя и достаточно традиционен, приобретает специфическое содержание в связи с объектом реализации маркетинговой деятельности. В этой неоднозначной ситуации, главное для маркетологов – выявить основные параметры, определяющие отличительные особенности производимой продукции которые и будут основой действенной диверсификации.

#### *Список литературы*

1. Авторский коллектив: Т.В. Иссык, Г.Е. Касенова, И.А. Леонтьева, Ж.Д. Серикбаева, «Экспресс-курс предпринимательства для начинающих предпринимателей» -Алматы, 2013,- 234с.
2. Ассель Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов.М.: ИФРА-М.: ИНФРА-М,2000.
3. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. Учебное пособие.- М Издательская группа ИНФРА МНОРМА,2007.
4. Баркан Д.И. Маркетинг для всех: Беседы для начинающих.- Издательский центр «Культ-информ-пресс» совместно с социально-коммерческой фирмой, 2001.
5. Моисеева Н.К., Конышева М.В. Управление маркетингом: теория и практика, информационные технологии: Учебное пособие/ Под ред. Моисеевой Н.К..Финансы и статистка,2005.
6. Накипова Г.Н., Ахметова К.А., Каменова М.Ж. Маркетинг: место и роль в современной рыночной экономике Казахстана. Вестник университета «Туран», Алматы, 2002.
7. Накипова Г.Н. Стратегическое управление и маркетинг в продовольственной сфере: теория и практика. Учебное пособие. – Караганда. – КЭУК, 2009.

8. Ноздрева Р.Б. Цыгличко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке.- М. Финансы и статистика, 2003.
9. Титова В. А., Цой М.Е., Е.В. Мамонова «Управление маркетингом». Учебное пособие.- Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2005.-484 с.
10. Трусов Ю. Операция маркетинг.- Международные отношения, 1976.-215с.
11. Турсумбаев Б.М., И.Я. Петренко, С.Б.Исмурастов «Основы организации бизнеса» Учебное пособие: Челябинск: Южно-Уральское книжное издательство 1995.-637с.

**УДК.658.15:614.39**

## **ПРОБЛЕМЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ КАЗЁННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

*О.П. Зайцева, д-р экон. наук, профессор*

*Т.В. Харлова, студентка*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Формирование методики финансового анализа с учетом особенностей деятельности учреждений здравоохранения является актуальной задачей, поскольку ранее оценка финансового состояния не применялась в практике управления бюджетными организациями. В статье предложен методический подход к оценке финансового состояния бюджетных учреждений здравоохранения, позволяющий повысить эффективность и финансовую обеспеченность деятельности, обосновать изменение типа учреждения.

**Ключевые слова:** казённые учреждения здравоохранения, финансовое состояние, методика анализа.

Здравоохранение – социально-значимая и во многих аспектах особенная сфера, экономика которой трудно адаптируется к рынку, требуя поиска нетрадиционных подходов или значительной модификации известных способов обеспечения эффективной деятельности. Проблемы недофинансирования, реализации бюджетно-страховой модели, перехода всех типов учреждений здравоохранения на экономную модель деятельности обусловили актуальность анализа финансового состояния медицинских организаций, поскольку на его основе выявляются внутренний потенциал и неиспользованные резервы.

В течение всего периода реформирования здравоохранения значительное внимание уделялось развитию и упорядочению бюджетного учета и отчетности, при этом вопросы анализа финансово-хозяйственной деятельности остались недооценёнными. В учреждениях здравоохранения, особенно казенных, финансовый анализ не проводится, либо выполняется в минимальном объеме, а с 2011г. необходимость разработки его методики стала предметом дискуссии.

В медицинской литературе и практике предлагаются некоторые общие подходы к анализу финансового состояния учреждения: Ф.Н. Кадырова, Н.В. Фадейкиной, Ю.А. Журнаджянц, Н.А. Головиной, Л.Е. Никифоровой, Н.В. Рудлицкой, Н.В. Кривенко, Н.Л. Кузнецовой, Н.И. Яшиной и др. [1, 2, 3,

4, 5]. Однако в трудах указанных ученых система показателей оценки финансового состояния четко не определена и недостаточно адаптирована к результатам реформирования сферы здравоохранения. Методика, соответствующая типу казённого учреждения, до сих пор не проработана. Анализ финансового состояния даже в условиях сближения бухгалтерской отчетности бюджетных учреждений и коммерческих организаций остаётся наименее разработанным направлением экономического анализа [6].

Цель статьи – разработка методического подхода к анализу финансового состояния казённого учреждения здравоохранения.

В качестве объекта исследования выбрано краевое государственное казенное учреждение здравоохранения «Детская туберкулёзная больница» (далее – КГКУЗ), г. Барнаул.

Казённое учреждение по сравнению с другими типами (автономное, бюджетное учреждение) отличается наименьшим уровнем хозяйственной самостоятельности при возросшей экономической ответственности, а финансовое обеспечение его деятельности осуществляется в рамках бюджетной сметы. Поэтому финансовое состояние казённого учреждения зависит в большей степени от уровня финансового обеспечения, что определило следующую логику анализа:

- анализ финансового обеспечения с учетом его формы;
- оценка выполнения бюджетным учреждением государственного (муниципального) задания;
- анализ показателей финансовых результатов и финансового состояния бюджетного учреждения.

Рассмотрим указанные направления анализа более детально.

1. Современный подход к анализу финансового обеспечения предполагает углублённую оценку выполнения сметы учреждения, в т.ч. состава и структуры расходов. Расходы группируются по статьям бюджетной классификации, делятся на текущие и капитальные, зависящие и не зависящие от изменения показателей сети, штатов и контингента. Как показывают данные таблицы 1, в 2013 г. произошёл «недорасход» сметных назначений КГКУЗ на общую сумму 605,22 тыс. руб. Средства по смете освоены на 98,7%, что связано с невыполнением по таким статьям, как «Услуги связи» и «Оплата труда».

Превышение лимита сметы наблюдается по статье «Медикаменты и перевязочные материалы» на 30 тыс. руб. или на 1%. Данную группу расходов сложно спрогнозировать, ее доля в общей сумме расходов составляет не более 5% и может быть компенсирована за счет перераспределения расходов по другим статьям. Средства на капитальный ремонт освоены в полном объеме, это положительно влияет на качество предоставляемых населению медицинских услуг.

Таблица 1

Состав и структура сметы расходов КГКУЗ «Детская туберкулёзная  
больница» за 2013 г.

Статьи	По смете		Фактически		Отклонение ,+, -	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%
1. Оплата труда	17486,95	36,17	17338,94	36,32	-148,01	0,15
2. Начисления на оплату труда	5407,69	11,18	5365,89	11,24	-41,80	0,05
3. Услуги связи	437,79	0,91	191,00	0,40	-246,79	-0,51
4. Транспортные услуги	231,15	0,48	92,53	0,19	-138,62	-0,28
5. Коммунальные услуги	4658,20	9,63	4658,20	9,76	0,00	0,12
6. Предметы снабжения	9223,40	19,08	9223,40	19,32	0,00	0,24
6.1 Канцелярские принадлежности	1400,30	2,90	1400,30	2,93	0,00	0,04
6.2 Медикаменты и перевязочные средства	2260,31	4,67	2290,31	4,80	30,00	0,12
6.3 Мягкий инвентарь и обмундирование	2311,56	4,78	2311,56	4,84	0,00	0,06
6.4 Продукты питания	3251,24	6,72	3221,24	6,75	-30,00	0,02
6.5 Прочие расходные материалы и предметы снабжения	2536,30	5,25	2536,30	5,31	0,00	0,07
7. Прочие текущие затраты на закупки товаров и услуг	5628,00	11,64	5628,00	11,79	0,00	0,15
Итого расходов по текущему содержанию имущества	43073,18	89,09	42497,96	89,01	-575,22	-0,02
8. Приобретение оборудования	2640,00	5,46	2640,00	5,53	0,00	0,07
9. Капитальный ремонт	100,00	0,21	100,00	0,21	0,00	0,00
Итого капитальные расходы	2740,00	5,67	2740,00	5,74	0,00	0,07
Всего по смете	48349,48	100,00	47744,26	100,00	-605,22	0,00

На следующем этапе проводится сопоставление кассовых расходов с назначениями по смете. В процессе анализа нередко устанавливают факты нецелевого использования бюджетных ассигнований, т.е. превышения кассовых расходов по одним статьям сметы с одновременным недоиспользованием средств по другим статьям. Причинами превышения сметных назначений по статьям являются: приобретение излишних или дорогостоящих материальных ценностей, нарушения в оплате труда, завышение плана по объему строительно-монтажных работ или выполнение работ на сверхплановых объектах и др. Отклонения кассовых расходов от выделенных по смете представлены в таблице 2.

В КГКУЗ «Детская туберкулёзная больница» перерасход бюджетных средств допущен в 2013 г. лишь по одной статье «Медикаменты и перевязочные средства» на 27400 руб., что связано с неправильным распределением товарно-материальных запасов по группам «Медикаменты и перевязочные средства» и «Продукты питания». Некоторые пищевые добавки, не имеющие

лечебного характера, были ошибочно отнесены к медикаментам вместо включения их в состав продуктов питания. Факт нецелевого использования средств доведен до муниципального органа, осуществляющего финансирование больницы, а так как перерасход по бюджетной статье составил всего 1% от предусмотренных средств, то наложение штрафа он не повлек.

Таблица 2

Отклонения кассовых расходов от сметных назначений КГКУЗ  
«Детская туберкулёзная больница» за 2013 г., тыс. руб.

Статьи	Остаток средств на 31.12. 2012г	Профинансировано за отчетный период	Кассовые расходы	Отклонение бюджетных средств, +, -	
				недорасход	перерасход
1. Оплата труда рабочих и служащих	15,21	17486,95	17338,94	163,22	-
2. Начисления на ФОТ	8,5	5407,69	5365,89	50,30	-
3. Услуги связи		437,79	191,00	246,79	-
4. Транспортные услуги		231,15	92,53	138,62	-
5. Коммунальные услуги		4658,20	4658,20	-	-
6. Приобретение предметов снабжения, расходных материалов	20,4	9223,40	9223,40	20,40	-
6.1 Канцелярские принадлежности	17,8	1400,30	1400,30	17,80	-
6.2 Медикаменты и перевязочные средства	2,6	2260,31	2290,31	-	-27,40
6.3 Мягкий инвентарь и обмундирование		2311,56	2311,56	-	-
6.4 Продукты питания		3251,24	3221,24	30,00	-
6.5 Прочие расходные материалы		2536,30	2536,30	-	-
7. Прочие затраты на закупки товаров и услуг		5628,00	5628,00	-	-
8. Приобретение оборудования		2640,00	2640,00	-	-
9. Капитальный ремонт		100,00	100,00	-	-
Итого	36,11	48349,48	47744,26	641,33	-

Вместе с тем КГКУЗ недоиспользовала перечисленные средства на общую сумму 641,33 тыс. руб., из них 213,52 тыс. руб. – на оплату труда и социальное страхование. Это составляет 0,9 % от суммы средств, предусмотренных на эти цели, при условии увеличения объема работы по количеству койко-дней. Дальнейший анализ предполагает установление причин неполного использования средств, основными из которых могут быть изменение численности работников, среднего уровня оплаты труда, структуры персонала и т.д.

2. Методика анализа выполнения учреждением государственного задания находится в стадии формирования и апробации критериев оценки. Задание определяется для бюджетных и автономных учреждений учредителем. По решению главного распорядителя бюджетных средств задание выдаётся и подведомственным казённым учреждениям. Методика анализа не должна ограничиваться только алгоритмами оценки фактического объема оказания государственных услуг в сопоставлении с планом; сравнения фактического и планового объемов финансирования государственных заданий; оценки степени достижения установленных показателей качества. Должна быть более детально разработана критериальная область методики и шкала оценки с учетом типа учреждения.

Авторами за основу взята методика оценки выполнения учреждениями, подведомственными министерству здравоохранения Калужской области, государственного задания на оказание государственных услуг, хотя и в ней присутствуют несовершенные алгоритмы расчетов и упрощенный подход к общей оценке [7].

Например, К1 - оценка выполнения государственного задания по критерию «эффективность использования средств краевого бюджета на выполнение государственного задания» определяется:

$$K1 = (K1.1 + K1.2) / 2, \quad (1)$$

где К1.1 - оценка выполнения государственного задания на оказание государственных услуг с учетом кассового исполнения краевого бюджета; К 1.2 - оценка выполнения государственного задания с учетом фактического освоения средств краевого бюджета.

Достоинство методики в том, что эффективность использования средств бюджета на выполнение государственного задания проводится с учетом положительных факторов. К ним относятся экономия средств бюджета в результате конкурсных процедур; на оплату коммунальных услуг в результате погодных условий или в связи с установкой приборов учета потребления энергии, воды и других расходов на содержание учреждения; экономия в результате выполнения количественных показателей с затратами ниже плановых.

К2 - оценка выполнения государственного задания по критерию «количество потребителей государственных услуг»:

$$K2 = K2ф / K2пл. \times 100\%. \quad (2)$$

КЗ - оценка выполнения государственного задания по критерию «качество оказания государственных услуг»:

$$КЗ = \text{SUM } КЗi / n, \quad (3)$$

где n - число государственных услуг, указанных в государственном задании на оказание государственных услуг;

КЗi - оценка выполнения государственного задания по каждой государственной услуге, рассчитывается по формуле:

$$КЗi = \text{SUM } КЗj / m, \quad (4)$$

где m - число показателей качества, указанных в государственном задании; КЗj - оценка качества выполнения государственной услуги по каждому показателю качества в государственном задании б

$$КЗj = КЗфj / КЗплj \times 100\%, \quad (5)$$

где КЗфj - фактическое значение показателя, характеризующего качество государственных услуг; КЗплj - плановое значение показателя, характеризующего качество государственных услуг.

КЗ – актуальный показатель в здравоохранении, однако методика его определения для казённых учреждений не проработана.

Итоговые показатели выполнения государственного задания КГКУЗ отражены в таблице 3. Сокращение объемов стационарной помощи обусловлено снижением заболеваемости и уровня госпитализации, а также проведением длительного капитального ремонта.

*Таблица 3*

Показатели выполнения государственного задания КГКУЗ  
«Детская туберкулёзная больница» за 2013 г., %

Наименование государственной услуги	Эффективность использования средств краевого бюджета (К1)	Количество потребителей государственной услуги (К2)	Выполнение плана по финансированию
Стационарная помощь	95,3	86,4	104,2
Стационарозамещающая помощь (ДС)	124,6	103,4	83,0

Увеличение объемов финансирования, в частности, обусловлено ростом статьи расходов «Заработная плата» с целью укомплектования больницы медицинским персоналом (степень укомплектованности в 2013 г. равна 71%). Средняя длительность пребывания больного на койке увеличилась с 90,6 дней до 139,75 дня за счет появления смешанных заболеваний, а также рецидивов, на фоне хронического туберкулёза. По стационарозамещающей деятельности государственное задание перевыполнено по количеству больных, а также по эффективности использования средств краевого бюджета (с экономией средств). Стационар соблюдает план по выполнению финансового обеспечения. В целом ни один из критериев по видам деятельности не имеет значения ниже 80%, в

соответствии с указанной методикой государственное задание можно считать выполненным.

Анализ выполнения государственного задания высветил проблемы, обусловленные недостатками сметного финансирования:

– избыточное и жесткое регулирование статей расходов в рамках бюджетной сметы, с точностью до 100% невозможно предусмотреть на очередной финансовый год расходы учреждения;

– несбалансированность доходов и расходов вследствие несвоевременного перечисления средств на лицевой счет в органе Федерального казначейства и неточности планирования бюджетного денежного потока в течение всего периода исполнения бюджета;

– невозможность осуществления любых «передвижек» по статьям расходов, что затрудняет внутреннее регулирование сумм по дебиторской и кредиторской задолженности. Например, бюджетные ассигнования по статье «Коммунальные услуги», как правило, превышают реальные годовые потребности КГКУЗ, в то время как по статье «Материальные запасы» наблюдается недофинансирование бюджетных средств, а «передвижка» по законодательству и решениям местной администрации невозможна.

3. Коэффициентный анализ финансового состояния и финансовых результатов деятельности КГКУЗ «Детская туберкулезная больница» за 2011-2013 гг. произведен на основе годовой отчетности. В настоящее время бюджетный учет сближается с обычным бухгалтерским учетом для коммерческих организаций, многие формы бухгалтерской отчетности составляются по единому принципу. Это говорит о появлении возможности оценить финансовое состояние бюджетных учреждений здравоохранения и о том, что финансово-экономические показатели становятся для них первостепенными.

Предлагаемые подходы к методике расчета финансовых показателей пока не отражают специфику организационно-правовой формы учреждения и особенности его финансового обеспечения [5, с. 44]. Сложность и в том, что нормативные значения показателей финансового состояния для казенных учреждений не установлены. Рассмотрим некоторые из них.

Для оценки краткосрочной платежеспособности рассчитаны на основе баланса КГКУЗ (ф. 0503130) следующие показатели:

1. Коэффициент покрытия как отношение сумм строк 170,210,230,260,290,310,320,331,370,380 к сумме строк 490,510,530. Показывает степень покрытия краткосрочных обязательств финансовыми активами.

2. Коэффициент срочной ликвидности, равный отношению строк 170, 210, 230, 260,290,310,320,331,370 за вычетом строки 080 к сумме строк 490,510,530, отражает степень погашения срочных обязательств за счет наиболее ликвидной части финансовых активов.

3. Коэффициент денежных средств – отношение суммы строк 170 и 370 к сумме строк 490,510,530. Показывает, какая часть финансовых активов находится в свободном обращении учреждения и др.

В таблице 4 представлены некоторые показатели, характеризующие финансовое состояние больницы. Анализ показал, что больница полностью обеспечена оборотными средствами для ведения хозяйственной деятельности на протяжении рассматриваемого периода, может вовремя погашать свои срочные обязательства. На 1 рубль текущих обязательств в 2013 г. приходится 6,79 руб. финансовых активов, что больше на 0,47 пунктов, чем в 2011 г. Примерно 80 - 100% краткосрочной задолженности КГКУЗ может погасить за счет наличных денежных средств и дебиторской задолженности только в 2013 г. Фактически погашение осуществляется за счет свободных денежных средств на счетах.

Таблица 4

Финансовые показатели КГКУЗ «Детская туберкулёзная больница» за 2011-2013 гг.

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Коэффициент покрытия	6,32	8,79	6,79
Коэффициент срочной ликвидности	-	-	0,866
Коэффициент денежных средств	-	-	0,867
Доля чистого оборотного капитала в общей сумме активов	0,958	0,998	0,996
Коэффициент задолженности	0,042	0,0013	0,0035
Коэффициент собственного капитала	1,044	1,002	1,004
Оборачиваемость запасов, обороты	-	-	0,005
Период реализации запасов, дни	-	-	7300
Коэффициент оборачиваемости активов	-	-	0,0001
Маржа прибыли	-	-	2029,8
Рентабельность активов	-	4,22	17,71
Доходность собственного капитала	1,99	11,8	21,98

Коэффициент срочной ликвидности КГКУЗ может быть рассчитан только за 2013 г., когда у больницы появляются свободные денежные ресурсы. Возможность отвечать по своим обязательствам в долгосрочном периоде КГКУЗ находится в прямой зависимости от финансирования из бюджета Алтайского края. Поэтому ни один из показателей данной группы не входит в оптимальный диапазон значений. Финансовая устойчивость КГКУЗ обеспечена тем, что доля учредителей больницы (краевое управление здравоохранения) в общей сумме средств достаточно высока (доля собственного капитала в 2013г. составляет 99,65%). Ряд показателей оборачиваемости активов не рассчитывался в связи с отсутствием в 2011-2012 гг. доходов от оказания платных медицинских услуг, а также дебиторской задолженности в 2011 г. Низкий уровень доходов от оказания услуг в 2013 г. и значительные объемы материальных запасов и основных средств на балансе больницы обусловлены типом бюджетного учреждения.

Применение коэффициентного финансового анализа в казённых учреждениях здравоохранения выявило ситуации получения некорректных значений указанных показателей, либо чрезмерно высоких, либо близких к нулю. Методика анализа финансового состояния на основе коэффициентов

требует доработки с учетом особенностей деятельности и типа учреждения здравоохранения. Необходимо разработать особый методический подход к анализу финансового состояния на основе абсолютных и относительных показателей, обосновать нормативные значения дифференцированно по типам учреждений и рекомендации для правильной интерпретации характера финансового состояния и его динамики.

#### *Список литературы*

1. Кадыров, Ф.Н. Экономические методы оценки эффективности деятельности медицинских учреждений: учеб.пособие / Ф.Н. Кадыров. – М.: ИД «Менеджер здравоохранения», 2011. – 496 с.
2. Зурнаджянц, Ю.А. Формирование аналитических показателей по направлениям деятельности медицинского учреждения // Вестник АГТУ, сер. Экономика, 2010. – № 1. – с. 178-187.
3. Головина, Н.А. Оценка эффективности функционирования национальной системы здравоохранения и ее субъектов на основе релевантного учетно-аналитического обеспечения// Сибирская финансовая школа. - 2013. - №5. - С.35-45.
4. Фадейкина, Н.В. Особенности менеджмента в сфере здравоохранения //Сибирская финансовая школа. - 2014. - № 5. - С. 22-23.
5. Яшина Н.И., Яшин К.С., Артамонычева Е.В. Проблемы и подходы к оценке финансового состояния лечебно-профилактических учреждений для определения типов организаций // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. - № 37 (388). - С. 44-57.
6. Зайцева, О.П., Мавлина, И.Н., Чистякова, О.А. Учетно-аналитическая система бюджетных учреждений здравоохранения: оценка состояния // Вестник СибУПК. – 2014. - № 4.
7. Методика оценки выполнения государственными учреждениями, подведомственными министерству здравоохранения Калужской области, государственного задания на оказание государственных услуг. Приказ министерства здравоохранения Калужской области от 30 июня 2011 № 631 [Электронный ресурс] // Режим доступа:  
[http://www.admoblkaluga.ru/upload/minzdrav/current\\_activities/gosuslugi/pr\\_631.doc](http://www.admoblkaluga.ru/upload/minzdrav/current_activities/gosuslugi/pr_631.doc) (дата обращения 25. 02. 2015).

#### **УДК 65.014.1**

### **ПЕРСПЕКТИВЫ СОВМЕСТНОГО РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ И СЛУЖБЫ КОНТРОЛЛИНГА**

*Св.В. Здрестова-Захаренкова, канд. экон. наук, доцент  
ФГАОУ ВПО «Сибирский Федеральный Университет»,  
Торгово-экономический институт, г. Красноярск*

Основная задача управления – координация деятельности функциональных подразделений предприятия с точки зрения эффективности совместного развития корпоративных информационных систем управления и службы контроллинга с целью обеспечения соответствия информационных процессов реальным бизнес-процессам предприятия.

**Ключевые слова:** контроллинг, центры ответственности, система, корпоративные информационные системы, управленческие решения, бизнес-процессы.

Управленческие решения на предприятии охватывают все стороны его деятельности: от организации производственного (операционного) процесса до сбыта продукции (оказания услуг). Основная задача управления при этом – координация деятельности функциональных подразделений предприятия для наиболее эффективного их использования по решению стратегических и оперативных задач. Особую роль в этой связи играет контроллинг, понимаемый как управление будущим для обеспечения функционирования предприятия в долгосрочной перспективе.

Информационная поддержка контроллинга основывается на потребности предприятия в повышении качества выпускаемой продукции (оказываемых услуг), улучшении качества управления, в обеспечении соответствия информационных процессов реальным бизнес-процессам, в ускорении документооборота и в разработке и принятии управленческих решений, что определяет актуальность данного исследования.

Цель состоит в теоретическом обосновании и разработке перспектив совместного развития информационных систем управления предприятием и службы контроллинга.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

- провести комплексный анализ основных понятий и концептуальных подходов;
- определить проблемы и ограничения, затрудняющие развитие и внедрение корпоративных информационных систем;
- разработать алгоритм общей последовательности работ по внедрению системы контроллинга на предприятии.

**Объектом исследования** выступают предприятия всех форм собственности. **Предметом исследования** являются отношения, возникающие в процессе разработки, реализации и внедрения систем поддержки принятия управленческих решений, в частности контроллинга, направленные на повышение эффективности деятельности предприятий

Понятие «контроллинг» - произошло от английского глагола «to control», который имеет разнообразные значения, в экономическом смысле означает управление и регулирование хозяйственной и финансовой деятельности предприятия. Говоря о контроллинге можно выделить на сегодняшний момент ряд определений:

1) контроллинг – философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия (организации) в долгосрочной перспективе;

2) контроллинг – управление будущим для обеспечения длительного функционирования предприятия и его структурных единиц;

3) контроллинг – система управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности фирмы, т.е. в экономическом отношении,

с некоторой долей условности и ограничения, система управления прибылью предприятия;

4) контроллинг – система, обеспечивающая методическую и инструментальную базу для поддержки основных функций управления;

5) контроллинг – информационная система поддержки принятия управленческих решений:

- это принципиально новая концепция информации и управления, которая обеспечивает поддержание внутреннего баланса экономики предприятия путем формирования информации о затратах и доходах как основы для принятия оптимальных управленческих решений;
- это поддержка менеджмента через централизацию и координацию всех информационных систем;
- обеспечивает методическую и информационную поддержку основных функций управления на предприятии и является инструментом методического и информационного сопровождения процесса управления;
- это контрольно-информационная система обеспечения управления развитием предприятия на основе измерения ресурсов, затрат и результатов внутрихозяйственной деятельности, бизнес-процессов и всей деятельности предприятия.

Все приведенные выше определения понятия «контроллинг» носят разноплановый характер, дополняя друг друга. Разночтение в точках зрения исследователей по данному вопросу только свидетельствует о многогранности и сложности концепции контроллинга. Поэтому представляется возможным и целесообразным сформулировать **авторское обобщающее определение** данного понятия: контроллинг – это ориентированная на достижение конечных целей и результатов интегрированная система **информационно-аналитической и методической поддержки руководителей в процессе** планирования, организации, мотивации, контроля, **регулирования для разработки и принятия управленческих решений** по всей деятельности предприятия.

Современное управление разделяет цели предприятия на две группы: оперативные (краткосрочные) и стратегические (долгосрочные, перспективные). Поэтому и контроллинг, основываясь на системном подходе к управлению предприятием, позволяет осуществлять постоянный контроль за достижениями как стратегических, так и оперативных целей. Таким образом, контроллинг как система включает в себя два основных аспекта: стратегический и оперативный.

Поскольку основная функция контроллинга на предприятии – анализ и управление затратами и прибылью, служба контроллинга должна иметь возможность получать всю необходимую ей информацию и претворить ее в рекомендации для принятия управленческих решений высшими руководителями предприятия. В соответствии указанными требованиями возникают возможные варианты создания службы контроллинга и ее места в организационной структуре предприятия. Организационную форму контроллинга выбирают исходя из

нескольких критериев с учетом специфики конкретного предприятия. Следует помнить, что в рамках системы контроллинга аккумулируется и анализируется огромное количество информации. Информационные потоки призваны обеспечивать нормальную работу предприятия, что достигается путем их оптимизации, автоматизации и регулируемости с помощью службы контроллинга на предприятии и входящих в нее центров ответственности.

**Центр ответственности** – это сегмент внутри предприятия, во главе которого стоит ответственное лицо, принимающее решения (ЛПР).

Различают следующие 4 основных центра ответственности: центры затрат; центры прибылей, центры выручки; центры инвестиций (рисунок 1).

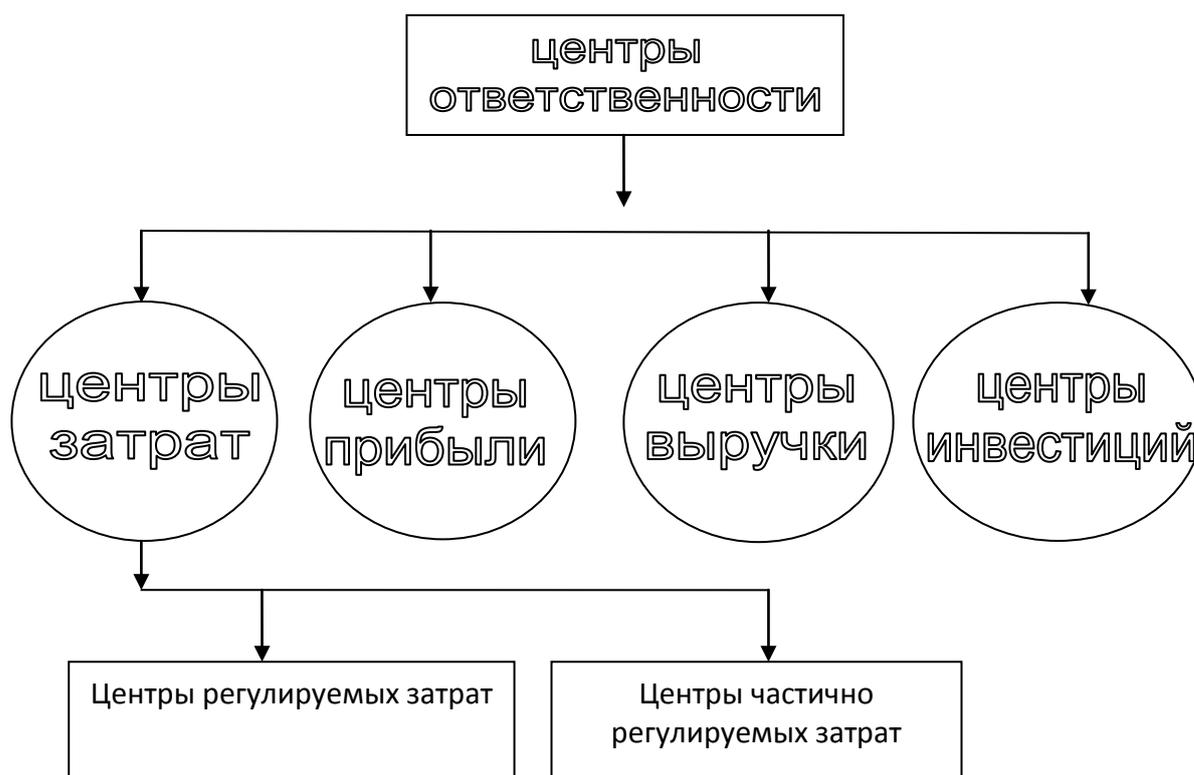


Рис. 1. Классификация центров ответственности системы контроллинга

Идею деления предприятия на центры ответственности по функциональному принципу можно развить дальше, разделив функциональные центры по принципу сходства структуры затрат, (дополнительное удобство- возможность работы с одинаковыми калькуляциями затрат, одинаковыми нормативами).

Выбор способа деления предприятия на центры ответственности определяется спецификой конкретной ситуации, при этом важно учитывать способность предприятия к информационной поддержке как стратегического, так и оперативного контроллинга.

Информационная поддержка контроллинга должна не только обеспечивать руководство информацией о текущем состоянии дел, но и про-

гнозировать последствия организационных изменений. Только подобный подход позволит обеспечить руководство предприятия всей необходимой информацией, требуемой для детального анализа ситуации, и предусмотреть необходимые шаги для совершенствования деятельности предприятия. Новые подходы к информационной поддержке контроллинга и внедрение современных систем поддержки принятия управленческих решений необходимы для:

- 1) пояснения усложняющихся экономических проблем промышленного предприятия и возможности подвергнуть их оперативному анализу;
- 2) обеспечения информационной поддержки управления бизнес-процессами по установленным целям;
- 3) анализа и возможности предложить решения по реструктуризации и развитию промышленного предприятия.

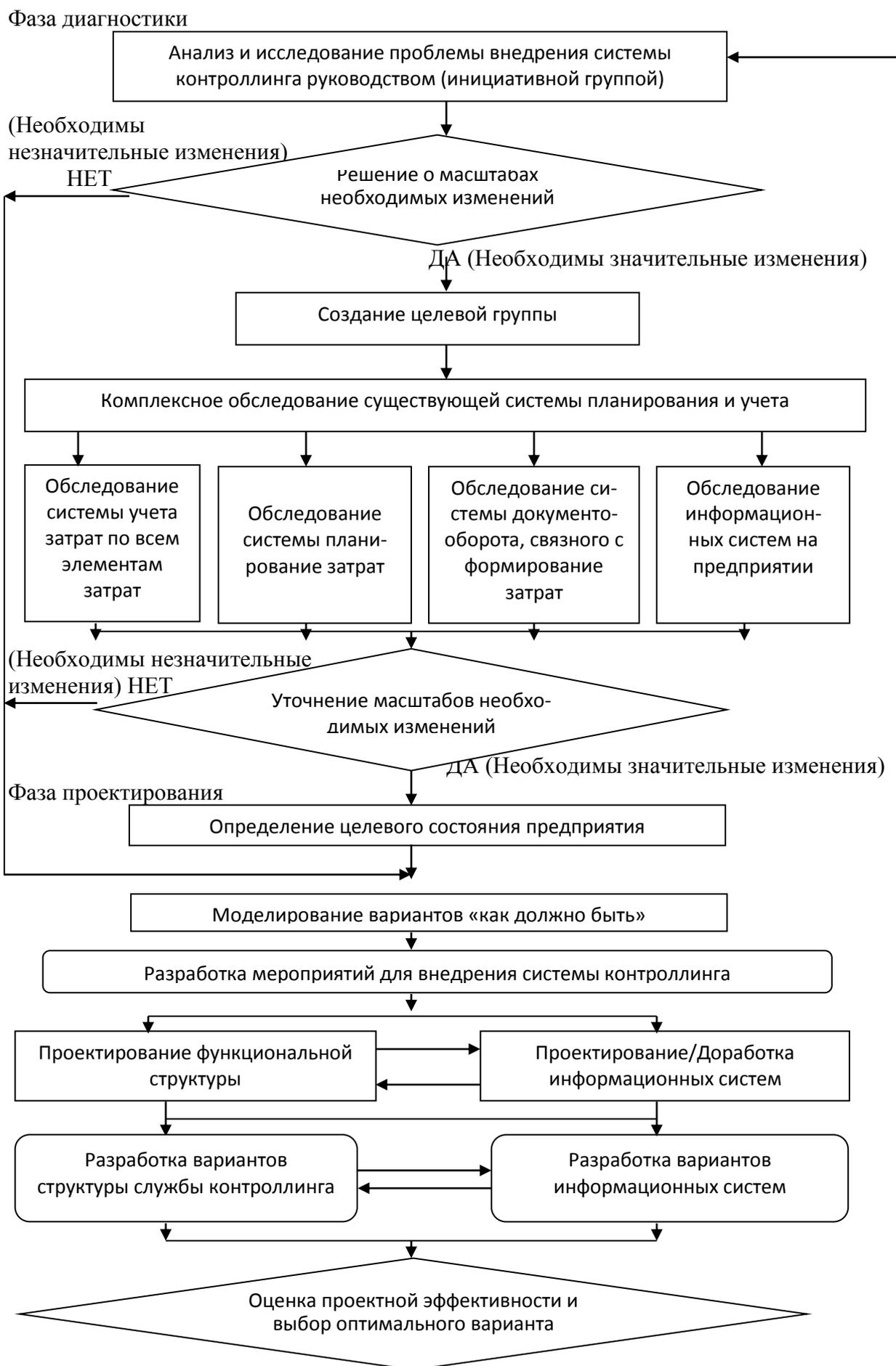
Стержнем информационного обеспечения контроллинга на предприятии является система поддержки принятия управленческих решений, она призвана обеспечить принятие обоснованных решений в соответствии с миссией промышленного предприятия, его стратегическими и оперативными целями и задачами. Система должна обеспечивать методическую и информационную поддержку принятия оптимальных управленческих решений по ключевым вопросам. Это предполагает ситуационное и регламентное прогнозирование, мониторинг, анализ и корректировку деятельности промышленного предприятия и его функциональных подразделений.

Отмеченные выше особенности требуют формирования единого аналитического информационного пространства, одним из главных элементов которого будет и система контроллинга. В последние десятилетия информационные системы поддержки принятия управленческих решений получили достаточно широкое распространение, во многих из них присутствует модуль «Контроллинг». Однако практические задачи, решаемые системами поддержки принятия управленческих решений, во многом зависят от области деятельности, структуры и других особенностей конкретного предприятия, поэтому выбирать корпоративные информационные системы (КИС) необходимо особенно тщательно. На российском рынке представлены КИС, включающие модуль «Контроллинг», как зарубежных (R/3 компании SAP AG, SAS System компании SAS Institute, Oracle Express компании Oracle), так и отечественных («Галактика» компании «Галактика», «Флагман» компании ИНФОСОФТ, «М-3» фирмы «Клиент-Серверные технологии» (КСТ), «Алеф» фирмы «Alaf Consulting and Soft») производителей. Все перечисленные системы являются корпоративными информационными системами различного класса.

Итак, контроллинг – новое явление в организации, которое при его рациональном и разумном использовании может принести огромную пользу промышленному предприятию. Занимая особое место в системе управления предприятием, контроллинг осуществляет эффективное информационное обеспечение работы предприятия и является основой системы поддержки принятия управленческих решений.

При формировании системы контроллинга на предприятии необходимо учитывать общую последовательность работ по ее внедрению, **предлагаемую автором** (рисунок 2) в целях оптимального использования всех возможностей предприятия и эффективности функционирования системы поддержки и принятия управленческих решений (СППУР).

Следует помнить, что система контроллинга на предприятии – это информационно-аналитическая поддержка принятия управленческих решений. Цель информационной поддержки контроллинга – обеспечить руководство информацией о текущем состоянии дел предприятия и спрогнозировать последствия изменений внутренней и внешней среды. КИС, в которые должен быть включен специальный модуль «Контроллинг», бесспорно играют огромную роль для решения задач контроллинга и достижения поставленных целей. Анализ реальных потребностей предприятий показал, что для создания полноценной СППУР, обеспечивающей не только учетные функции, но и возможности прогнозирования, анализа, синтеза, исследования, поддержки принятия управленческих решений, типового набора функций недостаточно. Здесь требуется применение аналитических систем и методов, позволяющих исследовать систему управления в перспективе совместного развития КИС и системы контроллинга.



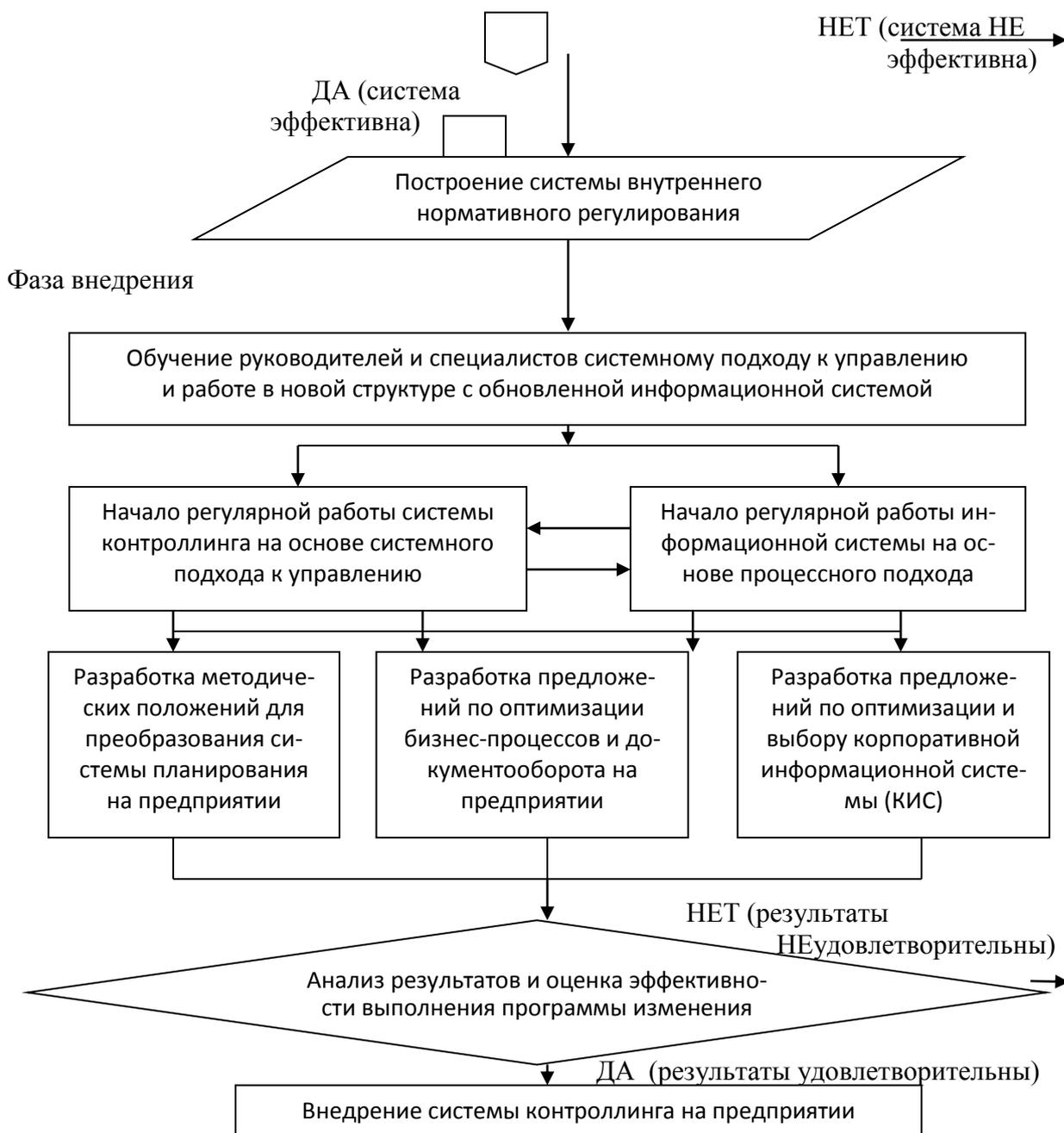


Рис. 2. Алгоритм общей последовательности работ по внедрению системы контроллинга на предприятии

#### Список литературы

1. Бородушко И. В., Васильева Э. К.. Стратегическое планирование и контроллинг: СПб.: Питер, 2006, С. 162.
2. Шигаев А. И. Контроллинг стратегии развития предприятия: учеб.пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 351 с., С.11.
3. Здрестова-Захаренкова С.В. Методическое и информационное обеспечение системы поддержки принятия управленческих решений производственного предприятия /С.В.Здрестова-Захаренкова // Проблемы современной экономики. - 2009. - № 3. - С. 176-178.

## СПОСОБЫ ОПТИМИЗАЦИИ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ РАСХОДОВ ПО ТЕКУЩЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*А.В. Змиевский, старший преподаватель*

УО «Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации», г. Гомель

*О.В. Уханова, канд. экон. наук, доцент*

УО «Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации», г. Гомель

В статье рассматриваются особенности учёта и контроля расходов по текущей деятельности торговых организаций, их роль в управлении финансовыми результатами, а также сформулированы основные направления алгоритмизации их аналитического учёта.

**Ключевые слова:** расходы, доходы, аналитический учет, учетная политика, информация, управление, налог на прибыль

Хозяйственная деятельность торговой организации с момента её создания требует определённых расходов и предполагает использование разнообразных трудовых, материальных, финансовых и других ресурсов для обеспечения продвижения товаров от производителя до потребителя. Исследовав структуру расходов, причины их возникновения и упорядочив систему их учёта и контроля, можно оптимизировать работу любой организации, свести затраты к минимуму и, следовательно, получить больший доход.

В настоящее время появляется всё больше разносторонних услуг, на которые могут расходоваться средства, а также формируется всё больший выбор применяемых в основной текущей деятельности ресурсов. Рациональная организация учёта и контроля произведённых расходов и потреблённых средств позволит выбрать оптимальную для данного предприятия политику расходования ресурсов с целью обеспечения более результативного процесса их регулирования и планирования. Поскольку от величины расходов основной текущей деятельности напрямую зависит конечный финансовый результат организации, возникает объективная необходимость в создании эффективного механизма управления ими, цель которого заключается в обеспечении превышения доходов над расходами.

Управление расходами по основной текущей деятельности организации рекомендуется осуществлять по следующим этапам:

1. Рационализация учёта расходов и затрат;
2. Выбор критериев идентификации объектов: определение, оценка, признание расходов;
3. Обоснование управленческих решений.

Критерии признания расходов в бухгалтерском учёте, их определение и оценка предусмотрены в законодательных актах, в частности, в Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов, утвержденной постановлением

Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 года № 102 с последующими дополнениями. Однако возможны различные варианты, выбор которых организация осуществляет самостоятельно, и от чего в значительной степени зависит построение рациональной системы учёта. Данная работа проводится на этапе разработки учётной политики организации, в которой отражаются не только выбор критериев идентификации объектов, но и основы детализации расходов для оперативного и аналитического учёта. При составлении учётной политики, следует учесть множество аспектов и, выбрать характерные для конкретной организации.

Так, например, учётной политикой может предусматриваться порядок распределения транспортных расходов по завозу товаров в зависимости от способов их отражения в составе расходов на реализацию или в стоимости приобретаемых товаров. Включение транспортных расходов поставщиками в стоимость товаров позволит в значительной мере сократить трудоёмкость бухгалтерской работы по их распределению между реализованными и нерезализованными товарами.

Международные стандарты финансовой отчётности определяют условия и критерии признания доходов и расходов для каждой их группы, а в ряде случаев для конкретных фактов хозяйственной жизни. Признание расходов состоит в выявлении момента их возникновения на основе соблюдения определённых условий, а также установления периода, к которому следует отнести данные объекты. В практике хозяйствования торговых организаций наибольший удельный вес составляют расходы на реализацию, которые признаются в бухгалтерском учёте в момент их начисления в том отчётном периоде, в котором были признаны соответствующие им доходы, независимо от времени фактического поступления денежных средств. Для этого необходимо соблюдение следующих условий:

- наличие взаимосвязи произведённых расходов и доходов;
- временная определённость произведённых расходов и полученных доходов.

Однако на практике по данным проблемам возникают нерешённые вопросы, поскольку полный перечень таких расходов законодательно не определён. Поэтому учётной политикой организации необходимо разработать критерии признания таких расходов. Например, расходы, которые невозможно соотнести с доходами определённого отчётного периода, следует признавать в бухгалтерском учёте в составе расходов того отчётного периода, в котором они были произведены. Кроме того, отдельные виды затрат в целях налогового учёта могут отражаться путём создания в установленном порядке резервов предстоящих расходов.

На практике также могут возникать спорные вопросы отнесения затрат к капитализированным или текущим, например, при разработке веб-сайта, средств наружной рекламы и др. Имеются различные варианты отнесения расходов на техническое диагностирование и освидетельствование объектов основных средств: либо на текущие затраты, либо на увеличение стоимости

основных средств. Если в отношении каких-либо расходов организации в нормативных документах не установлен единый порядок их отражения в бухгалтерском учёте, то организация вправе самостоятельно разработать его с применением профессионального суждения исходя из требований, установленных законодательством.

В настоящее время организации, формируя свою учётную политику, могут в определённой степени регулировать свою затратную часть через амортизационную политику, которая предусматривает расширение возможностей организации по корректировке сумм амортизационных отчислений, то есть по замедлению или ускорению процесса амортизации в зависимости от сложившихся условий хозяйствования. Равномерное начисление амортизации целесообразно применять в том случае, если доходы, получаемые от использования объекта основных средств, одинаковы в каждом периоде на протяжении срока его использования. Ускоренная амортизация (метод уменьшаемого остатка и прямой метод суммы чисел лет) значительно увеличивает суммы амортизационных отчислений в первые годы эксплуатации основных средств, сокращая их в последующем, тем самым приводятся в соответствие уровни физического и морального износа. Кроме того, в связи с отменой льготы по налогу на прибыль при осуществлении финансирования капитальных вложений организация имеет право введения инструмента инвестиционного вычета. Введение указанных механизмов амортизационной политики позволит обеспечить соответствие объёмов начисляемой и включаемой в затраты на производство и реализацию товаров (работ, услуг) амортизации и предполагаемых поступлений будущих доходов от использования каждого конкретного объекта основных средств, а также будет способствовать стабилизации финансового состояния организации.

Реформирование системы бухгалтерского учёта на основе международных стандартов обусловило различные подходы к методике формирования расходов в бухгалтерском и налоговом учёте. Несовпадение показателей бухгалтерской и налоговой прибыли обусловило появление отложенных налоговых активов и обязательств, что приводит к необходимости отражения постоянной и временной разницы. Постоянная разница приводит к возникновению в бухгалтерском учёте постоянного налогового актива (ПНА) или постоянного налогового обязательства (ПНО), рассчитанных как произведение постоянной разницы на ставку налога на прибыль.

Начисление текущего налога на прибыль производится по данным налоговой декларации, при этом суммы ПНО уже учтены при расчёте налога, поэтому на счетах бухгалтерского учёта не отражаются. Вместе с тем, на наш взгляд, для контроля и точного исчисления суммы постоянной разницы рекомендуется открыть к счетам затрат на производство, реализацию, прочих расходов следующие субсчета:

- расходы, учитываемые при налогообложении;
- расходы, не учитываемые при налогообложении.

В результате, в конце года на данных субсчетах выявится постоянная разница за весь отчётный период.

Методика бухгалтерского учёта расходов определяется не только критериями их признания и оценки, но и уровнем их детализации и расшифровки, используемой при разработке оперативного и аналитического учёта, от чего в значительной степени зависит принятие управленческих решений по оптимизации затрат. Рассматривая расходы торговых организаций, можно сделать вывод, что они весьма неоднородны, поэтому для более глубокого анализа сущности расходов по текущей деятельности и обеспечения возможности управлять ими рекомендуется система алгоритмизации аналитического учёта, то есть группировка по какому-либо ранее оговоренному признаку (табл. 1).

*Таблица 1*

Основные направления алгоритмизации аналитического учета расходов по текущей деятельности

Признак алгоритмизации	Вид расходов (затрат)
1. Расходы на реализацию	<ul style="list-style-type: none"> <li>● основные: затраты, непосредственно связанные с процессом реализации товаров;</li> <li>● накладные: затраты образующиеся в связи с организацией, обслуживанием, управлением.</li> <li>● распределяемые между реализованными и нереализованными товарами;</li> <li>● нераспределяемые.</li> <li>● условно-переменные;</li> <li>● условно-постоянные.</li> <li>● структурные подразделения</li> <li>● торговые объекты;</li> <li>● другие рабочие места.</li> </ul>
1.1 по экономической роли в процессе реализации	
1.2 по способу включения в затраты процесса реализации товаров	
1.3 по отношению к объёму реализации товаров	
1.4 по центрам ответственности	
Признак алгоритмизации	Вид расходов (затрат)
2. Прочие расходы по текущей деятельности	<ul style="list-style-type: none"> <li>● запасы;</li> <li>● денежные средства.</li> <li>● реализация;</li> <li>● ликвидация;</li> <li>● безвозмездная передача.</li> <li>● по видам резервов.</li> <li>● по платежам в бюджет;</li> <li>● нарушение договорных обязательств.</li> <li>● в разрезе исковых требований.</li> <li>● материальная помощь;</li> <li>● по итогам работы за год;</li> <li>● прочие.</li> <li>● по видам и причинам возникновения чрезвычайных ситуаций.</li> </ul>
2.1 реализация и прочее выбытие запасов (кроме товаров)	
2.1.1 по видам средств	
2.1.2 по направлениям выбытия	
2.2 создание резервов	
2.3 штрафные санкции	
2.4 судебные издержки	
2.5 вознаграждения	
2.6 расходы, связанные с чрезвычайными ситуациями	

Таким образом, использование различных методологических вариантов учета расходов по текущей деятельности позволит принять оптимальные решения по выбору соответствующих алгоритмов информационного обеспечения хозяйственных процессов и повысить эффективность управления расходами.

#### *Список литературы*

1. О бухгалтерском учете и отчетности : закон Респ. Беларусь от 12 июля 2013г., № 57-3 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Мн., 2015.
2. Инструкция по бухгалтерскому учету доходов и расходов : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 сен. 2011 г., № 102 (в ред. Постановления от 31 дек. 2013 г., № 96) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Мн., 2015.
3. Инструкция по бухгалтерскому учету отложенных налоговых активов и обязательств : утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 31 окт. 2011 г., № 113 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпектр". – Мн., 2015.

#### **УДК 657.1**

### **ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ КАК ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ**

*Е.Н. Кислица, преподаватель учетно-экономических дисциплин  
КГБПОУ «Уссурийский агропромышленный колледж», г. Уссурийск*

В процессе хозяйственной деятельности у предприятия возникают обязательства, как со стороны самого предприятия, так и по отношению к нему. Одним из видов обязательств является дебиторская задолженность, которая оказывает непосредственное влияние на платежеспособность предприятия. Учет и контроль дебиторской задолженности позволяет своевременно отслеживать обязательства и оценивать их влияние на уровень платежеспособности предприятия.

**Ключевые слова:** дебиторская задолженность, инвентаризация

В целях исследования дебиторской задолженности необходимо определиться с понятиями и терминами. В основе определения дебиторской задолженности понимаются суммы обязательств, причитающиеся предприятию, от юридических и физических лиц в итоге хозяйственных взаимоотношений с ними.

Каждое предприятие, в процессе своей хозяйственной деятельности ведут расчеты с различными внешними и внутренними контрагентами. В зависимости от того, появляются ли обязательства со стороны предприятия или же по отношению к нему, в существующей практике принято подразделять задолженность на дебиторскую и кредиторскую.

Согласно российским стандартам бухгалтерского учета и отчетности (далее РСБУ) и международным стандартам финансовой отчетности (далее

МСФО) дебиторская задолженность - это сумма денежных средств, причитающаяся организации от ее покупателей продукции, товаров (потребителей услуг) - дебиторов. Причина возникновения дебиторской задолженности в большинстве случаев заключается в том, что факт поставки товара (предоставления услуг) не всегда совпадает по времени с поступлением денежных средств.

Дебиторскую задолженность можно рассматривать в трех основных направлениях:

- во-первых, как средство погашения кредиторской задолженности;
- во-вторых, как часть продукции, проданной покупателям, но еще не оплаченной;
- в-третьих, как один из элементов оборотных активов, финансируемых за счет собственных либо заемных средств.

Дебиторская задолженность являются одним из объектов бухгалтерского учета, а именно, представляют собой обязательства организации. Сроки исполнения обязательств должны быть оговорены в договорах организации, заключаемых с другими юридическими и физическими лицами.

При процессе работы с бухгалтерской отчетностью важно сгруппировать дебиторскую задолженность по срокам образования. При краткосрочной задолженности платежи ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты. При долгосрочной задолженности - более чем через 12 месяцев после отчетной даты. Как показывает практика, наибольший удельный вес в структуре общей дебиторской задолженности, как правило, занимают, во-первых, задолженность покупателей и заказчиков и, во-вторых, долговые обязательства в виде векселей к получению. МСФО требуют использования ряда основополагающих принципов и правил отражения дебиторской задолженности. Основными принципами отражения дебиторской задолженности в соответствии с МСФО являются:

1. Отражение реализации и дебиторской задолженности в полной сумме.
  2. Оценка дебиторской задолженности в соответствии с вероятностью ее взыскания.
  3. Раскрытие информации об операциях между взаимосвязанных сторон.
- Правила размещения дебиторской задолженности предусматривают:
- выделение различных видов дебиторской задолженности, если это существенно;
  - расположение корректирующих статей рядом с соответствующими статьями дебиторской задолженности;
  - отражение всех значительных оценок риска в связи с существующей дебиторской задолженностью;
  - раскрытие непредвиденных убытков, связанных с существующей дебиторской задолженностью.

Многие организаций, занимающиеся реализацией продукции, товаров или оказывающих услуги в кредит на условиях отсрочки платежа, разрабатывают меры контроля за своевременным погашением дебиторской задол-

женности. В связи с этим на предприятиях создаются отделы по изучению платежеспособности клиентов, покупателей (заказчиков). Однако независимо от того, насколько эффективна система платежеспособности, у компании часто возникают проблемы с оплатой, а в следствии это приводит и к непоплаченным долгам, которые приводят к образованию дебиторской задолженности.

В соответствии с МСФО (IAS) выручка от реализации определяется по моменту отгрузки товара или выполнения услуги. Следовательно, дебиторская задолженность отражается в полной сумме, подлежащей оплате покупателями, на момент отгрузки. В настоящее время российские стандарты бухгалтерского учета и отчетности содержат аналогичные требования.

Операции по учету расчетов за отгруженную продукцию (товары), выполнение работы или оказанные услуги отражаются на синтетическом счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» является преимущественно активным. По дебету счета 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» при отгрузке продукции покупателям отражается возникающая дебиторская задолженность по цене продажи продукции, а по кредиту – ее погашение. Счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» может быть пассивным только в том случае, если был получен аванс от покупателя (заказчика) в качестве предварительной оплаты по договору [1].

Аналитический учет по счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» ведется по каждому счету, предъявленному покупателю или заказчику, а при расчетах в порядке плановых платежей – по каждому покупателю или заказчику. С помощью аналитического учета обеспечивается получение данных по покупателям и заказчикам по расчетным документам, срок оплаты которых не наступил; по непоплаченным в срок расчетным документам, авансам полученным [1].

Для получения наиболее достоверных данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности организация должна проводить инвентаризацию дебиторской задолженности организации.

В отличие от РСБУ цель инвентаризации по МСФО – это выявление просроченной дебиторской задолженности для работы с сомнительными долгами и подтверждение балансовых данных на определенную дату. Поэтому инвентаризация проводится с целью соблюдения принцип консервативности, не завысить активы компании и не ввести пользователей в заблуждение.

В международной практике распространена инвентаризация дебиторской задолженности аудиторами. Для целей аудита такая инвентаризация проводится обычно не чаще одного раза в год, но для целей учета и контроля со стороны компании может требоваться более частая инвентаризация расчетов [3].

В системе указанных расчетов в организациях преобладают расчеты по продажам продукции и оказанию услуг. В связи, с чем на каждом предприятии необходимо обеспечить действенный постоянный контроль за продажей

готовой продукции и состоянием расчетов с покупателями.

В процессе контроля необходимо проверить:

- соблюдается ли порядок отгрузки продукции покупателям на условиях последующей оплаты только при наличии необходимых санкций;
- обсуждаются ли кандидатуры покупателей до выдачи им разрешения на отгрузку продукции на условиях последующей оплаты;
- учитываются ли мнение банка, гарантии третьей стороны;
- своевременно ли направляется дебиторам, нарушающим сроки оплаты, извещение о возникновении задолженности;
- установлен ли на предприятии лимит дебиторской задолженности;
- есть ли у персонала, который отвечает за отгрузку оперативная информация о текущей дебиторской задолженности;
- ставится ли на пакете документов на реализацию продукции отметка о проверке дебиторской задолженности покупателя.

Ревизору в процессе проведения проверки необходимо проверять, погашаются ли сразу после подписания платежного поручения сопроводительные оправдательные документы. Кроме того, нужно проверить, проводится ли анализ финансового состояния заказчика, которому продукция отпускается на условиях последующей оплаты. Практика показывает, что наиболее эффективно проводить анализ финансового состояния заказчика по его отчетности за последние три года.

Так же ревизор проверяет порядок сверки расчетов в организации. Начальнику финансового отдела рекомендуется ежемесячно производить выверку дебиторской задолженности, направляя покупателям до установленному в организации порядку акты сверки, подписанные начальником финансового отдела и заверенные печатью.

Ревизор проверяет законность и реальность задолженности по расчетам с покупателями (потребителями) и разными дебиторами, а также по внутриведомственным и внутрихозяйственным расчетам. Необходимо выяснить, проведена ли в установленном порядке годовая инвентаризация всех расчетных статей баланса и отражены ли ее результаты в учете и отчетности.

По результатам проверки требуется выяснить следующие факты:

- какие меры применяются по снижению дебиторской задолженности (особенно просроченной);
- производится ли взаимная сверка с дебиторами и кредиторами сумм задолженности;
- имеются ли подтверждающие документы о размере долгов;
- существует ли нереальная дебиторская задолженность, каковы причины и лица, виновные в ее возникновении, соблюдается ли установленный порядок списания на убытки сумм надежной дебиторской задолженности;
- нет ли фактов необоснованного списания дебиторской задолженности на результаты деятельности;
- не производилось ли списание, как безнадежной дебиторской задолженности покупателей и заказчиков;

– не относятся ли на счет расчетов с дебиторами по претензиям (или на другие счета) недостачи, хищения, брак и порча товаров с последующим отнесением этих сумм на убытки под видом списания безнадежной дебиторской задолженности и несостоятельности ответчиков.

Анализ дебиторской задолженности проводится, на основании ведомости № 16 в соответствии данного документа нужно составить перечень покупателей-дебиторов с просроченной задолженностью и сгруппировать их в порядке приоритетности получения от них оплаты. Следует провести анализ каждого конкретного случая для выявления причины неоплаты счетов. Подобный список должен составляться ежемесячно. Любые задержки платежа должны классифицироваться по времени следующим образом:

- менее одного месяца;
- более одного месяца, но менее двух месяцев;
- более двух, но менее трех месяцев;
- более трех месяцев.

Ревизор обязан проанализировать состав и структуру дебиторской задолженности, при необходимости проследить динамику таких задолженностей. Анализ проводится в разрезе видов деятельности (продукции). Для выявления организаций с наибольшей задолженностью составляется рейтинг покупателей-дебиторов, который может служить основанием для выводов о платежеспособности таких предприятий по датам возникновения задолженности.

В современных условиях практически невозможно управлять сложным экономическим механизмом хозяйствующего субъекта без своевременной, полной и достоверной экономической информации, которую дает только четко налаженная система учета и внутреннего контроля на предприятии. Данные бухгалтерского учета используются для оперативного руководства работой хозяйствующих субъектов и их структурных подразделений, так же служат основой для составления экономических прогнозов и текущих планов предприятия.

Финансовое состояние предприятия характеризуется рядом показателей, среди которых платежеспособность привлекает особое внимание пользователей финансовой отчетности предприятия – инвесторов, банков, партнеров, акционеров и т. д.

Задолженности, возникающие при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности предприятий, образуют текущее и долгосрочное отвлечение средств, известных как дебиторская и кредиторская задолженности, влияющие в свою очередь на платежеспособность и ликвидность предприятия.

Сокращение дебиторской задолженности, увеличение оборачиваемости оборотных средств и как результат улучшение финансового состояния предприятия определяются различными факторами его функционирования, в том числе и рациональной организацией расчетов.

Существенные суммы дебиторской задолженности крайне отрицательно сказываются на платежеспособности и ликвидности баланса. Дебитор-

ская задолженность как одно из проявлений деятельности любого предприятия связаны с его жизнеспособностью и нормальным функционированием [2]. Поэтому учет и экономический контроль дебиторской задолженности на предприятии помогает своевременно принимать меры по снижению уровня образования задолженности на предприятии, тем самым стабилизировать и увеличивать уровень платежеспособности предприятия.

Синтетический и аналитический учет дебиторской задолженности должен быть организован таким образом, чтобы обеспечивать прозрачность и простоту формирования необходимых раскрытий информации в финансовой отчетности, а также управление этими активами. Степень детализации аналитического учета должна позволять анализировать оборачиваемость данного актива в разрезе каждого контрагента и однородных хозяйственных операций в разрезе каждого договора, а также отдельно отражать скидки и процентный доход.

При учете дебиторской задолженности необходимо уделять особое внимание анализу оборачиваемости данной задолженности и факторам, которые оказывают влияние на сроки и полноту ее погашения. Для наибольшего эффекта как минимум надо вести учет в разрезе каждого контрагента, чтобы определить платежеспособность дебиторов. Данные действия позволят найти подход компании к созданию резерва по сомнительной задолженности и своевременно списать безнадежные долги. Необходимо проводить анализ авансов выданных на предмет выявления предоплаты, по которым не ожидаются оказания услуг или поставки товаров. Аналитический учет должен позволять проанализировать задолженность по срокам возникновения в разрезе каждого счета-фактуры.

Основываясь на данных учета, компания может выбрать оптимальные для ее хозяйственной деятельности условия работы с контрагентами и предусмотреть их в договоре, разработать рычаги управления данной задолженностью [3].

Изучив дебиторскую задолженность как объект бухгалтерского учета, можно сказать, что дебиторская задолженность является одним из важных показателей платежеспособности предприятия. Учет и постоянный контроль дебиторской задолженности позволяет руководству предприятия своевременно принимать меры по снижению дебиторской задолженности, что благоприятно сказывается на жизнеспособности и развитии предприятия. Для обеспечения достоверности данных бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности организация должна проводить инвентаризацию дебиторской задолженности, в связи, с чем на каждом предприятии необходимо обеспечить действенный постоянный контроль за продажей готовой продукции (товаров, работ, услуг) и состоянием расчетов с покупателями.

#### *Список литературы*

1. Алексеева Г.И. Роль системы внутреннего аудита расчетов в управлении дебиторской задолженностью // Международный бухгалтерский учет. – 2010. - № 8.

2. «Учебно – практическое пособие по применению МСФО». Алматы Центральный Дом Бухгалтера- 2006. – 416с.
3. Юдина Г.А. Основы аудита: учебное пособие. – М.: КноРус, 2008. - 336с

**УДК 330.131.7:65.011**

## **МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ТЕКУЩЕГО АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ РИСКОВ ОРГАНИЗАЦИИ**

*Е.А. Ковалев, аспирант*

*Научный руководитель: Е.Г. Толкачева, канд. экон. наук, доцент  
Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель*

В статье рассмотрена необходимость идентификации основных видов экономических рисков организации, предложен методический инструментарий их текущего анализа по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности, а также разработаны критерии деления организаций в зависимости от уровня экономических рисков, что позволит обосновать тактику и стратегию развития организации при принятии управленческих решений в условиях неопределенности.

**Ключевые слова:** экономические риски, маркетинговые риски, имущественные риски, финансовые риски, неопределенность, анализ экономических рисков

В настоящее время все большее значение при проведении аналитических процедур приобретает скоринговый анализ, который наибольшее распространение получил в банковской деятельности. С его помощью в процессе оценки кредитоспособности организации дается заключение о возможности выдачи кредита. Данное обстоятельство связано с простотой его использования и с тем, что значения полученных показателей можно однозначно толковать только при их сопоставлении с их нормативными значениями, значениями других показателей, или со значениями аналогичных показателей других организаций. С помощью данного анализа выявляются изменения контрольных параметров исследуемых организаций, тенденции и закономерности их развития, причинно-следственные связи между ними. Кроме того, результаты скорингового анализа позволяют принимать управленческие решения, от принятия и реализации которых во многом зависит эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации. На взгляд автора, отмеченные преимущества дают основания предполагать, что с таким же успехом скоринговый анализ может быть использован и при анализе экономических рисков организации.

Для оценки уровня рисков в экономической литературе организации чаще всего условно относят к организациям с низким, средним или высоким рисками. Кроме того, законодательством Республики Беларусь предусмотрено назначение плановых проверок исходя из того, к какой группе рисков относится субъект хозяйствования: высокой, средней или низкой группе рисков. Однако градация должна быть более детализированная, что позволит произвести более точную оценку уровня экономических рисков.

По мнению автора, при построении системы показателей анализа экономических рисков торговой организации необходимо руководствоваться следующими принципами:

1. По возможности использовать показатели, которые не взаимосвязаны друг с другом, что повысит степень объективности рассматриваемой системы.

2. Применять относительные показатели, что позволит абстрагироваться от масштабируемости деятельности организации и рассмотреть уровень экономических рисков с учетом ее развития.

3. Оптимизировать совокупность предлагаемых показателей до всесторонней характеристики основных видов экономических рисков, что приведет к повышению степени полноты и эффективности данной системы.

Отметим, что в самой системе необходимо обеспечить иерархическую упорядоченность показателей. Это необходимо для того, чтобы с помощью одних и тех же показателей провести не только анализ, но и последующую оценку экономических рисков торговой организации. Если для анализа экономических рисков можно допустить равнозначность используемых показателей, то для оценки экономических рисков необходимо определить их упорядоченную значимость. Данное требование обеспечивается тем, что каждому показателю в соответствии ставится весовой коэффициент: чем выше значение показателя в системе показателей, тем больше весовой коэффициент.

Для построения системы показателей анализа маркетинговых, имущественных и финансовых рисков, как основных видов экономических рисков организации, необходимо дать определение данным рискам. Так как отмеченные риски являются основными видами экономических рисков, то их определение должно соответствовать определению экономического риска. Отметим, что экономический риск – понимается объективно существующая вероятность наступления неблагоприятных обстоятельств в процессе осуществления финансово-хозяйственной деятельности организации, вызванная воздействием факторов внешней и внутренней среды [1, с. 51].

Следовательно, на взгляд автора, под маркетинговым риском следует понимать объективно существующую вероятность снижения объемов продаж и возникновения убытков в процессе реализации товаров, вызванную воздействием факторов внешней и внутренней среды. Система показателей анализа маркетинговых рисков будет состоять из следующих показателей:

– отношение выручка от реализации товаров и точки безубыточности, коэфф. ( $M_1$ );

– отношение прибыли от реализации товаров и валовой прибыли, коэфф. ( $M_2$ );

– отношение средних остатков дебиторской задолженности и однодневной выручке от реализации товаров, дни ( $M_3$ );

– отношение постоянных и переменных расходов, коэфф. ( $M_4$ );

– темп роста выручки от реализации товаров в сопоставимых ценах, коэфф. ( $M_5$ );

– отношение выручки от реализации товаров и себестоимости реализованных товаров, коэфф. ( $M_6$ ).

Под имущественным риском следует понимать объективно существующую вероятность снижения эффективности использования активов в процессе управления ими, вызванную воздействием факторов внешней и внутренней среды. Система показателей анализа имущественных рисков будет состоять из следующих показателей:

- отношение чистой прибыли и средних остатков активов, коэфф. (И<sub>1</sub>);
- отношение активной части основных средств и основных средств, коэфф. (И<sub>2</sub>);
- отношение выручки от реализации товаров и средних остатков основных средств, коэфф. (И<sub>3</sub>);
- отношение амортизации основных средств и основных средств, коэфф. (И<sub>4</sub>);
- отношение средних остатков товарных запасов и однодневной выручке от реализации товаров, дни (И<sub>5</sub>);
- отношение неработающих активов и активов, коэфф. (И<sub>6</sub>).

На взгляд автора, финансовый риск – объективно существующая вероятность снижения эффективности использования капитала в процессе его привлечения, размещения и использования, вызванная воздействием факторов внешней и внутренней среды. Система показателей анализа финансовых рисков будет состоять из следующих показателей:

- отношение краткосрочных активов и краткосрочных обязательств, коэфф. (Ф<sub>1</sub>);
- отношение нераспределенной прибыли и собственного капитала, коэфф. (Ф<sub>2</sub>);
- отношение обязательства и собственного капитала (Ф<sub>3</sub>);
- отношение основных средства и добавочного капитала (Ф<sub>4</sub>);
- отношение товарных запасов и кредиторской задолженности перед поставщиками (Ф<sub>5</sub>);
- отношение кредитов и займов и обязательств (Ф<sub>6</sub>).

Согласно значению представленных показателей исследуемую организацию можно условно отнести к организации с минимальным, низким, средним, высоким или чрезмерным экономическим риском. Примерная шкала оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков для торговой организации представлена в таблице 1.

Согласно данным таблицы 1, показателю, значение которого относится к минимальным рискам, присваивается один балл, для низких рисков – два балла, для средних – три балла, для высоких – четыре балла, а для чрезмерных рисков – пять баллов. Интегральные показатели оценки каждого вида рисков определяются по средней простой арифметической по следующей формуле (1):

$$R = \frac{\sum_{i=1}^n a_i N_i}{n}, \quad (1)$$

где  $R$  – интегральные показатели оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков;

Таблица 1

Примерная шкала оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков торговой организации

Показатели	Экономические риски				
	Минимальные риски	Низкие риски	Средние риски	Высокие риски	Чрезмерные риски
<b>I. МАРКЕТИНГОВЫЕ РИСКИ</b>					
$M_1$	более 1,81	от 1,61 до 1,8	от 1,31 до 1,6	от 1,01 до 1,3	менее 1
$M_2$	более 0,16	от 0,11 до 0,15	от 0,06 до 0,1	от 0,01 до 0,05	менее 0
$M_3$	менее 8	от 8,1 до 10	от 10,1 до 12	от 12,1 до 14	более 14,1
$M_4$	менее 0,15	от 0,16 до 0,2	от 0,21 до 0,25	от 0,26 до 0,3	более 0,31
$M_5$	более 1,31	от 1,21 до 1,3	от 1,11 до 1,2	от 1,01 до 1,1	менее 1
<b>II. ИМУЩЕСТВЕННЫЕ РИСКИ</b>					
$M_6$	более 1,35	от 1,3 до 1,34	от 1,25 до 1,29	от 1,2 до 1,24	менее 1,19
$I_1$	более 0,076	от 0,051 до 0,075	от 0,026 до 0,05	от 0,001 до 0,025	менее 0
$I_2$	более 0,36	от 0,3 до 0,35	от 0,26 до 0,3	от 0,21 до 0,25	менее 0,2
$I_3$	более 11,1	от 9,1 до 11,0	от 7,1 до 9,0	от 5,1 до 7,0	менее 5
$I_4$	менее 0,3	от 0,31 до 0,4	от 0,41 до 0,5	от 0,51 до 0,6	более 0,61
$I_5$	менее 20	от 20,1 до 25	от 25,1 до 30	от 30,1 до 35	более 35,1
$I_6$	менее 0,05	от 0,051 до 0,1	от 0,101 до 0,15	от 0,151 до 0,2	более 0,201
<b>III. ФИНАНСОВЫЕ РИСКИ</b>					
$\Phi_1$	более 1,151	от 1,101 до 1,15	от 1,051 до 1,1	от 1,001 до 1,05	менее 1
$\Phi_2$	более 0,21	от 0,151 до 0,2	от 0,11 до 0,15	от 0,051 до 0,1	менее 0,05
$\Phi_3$	менее 0,75	от 0,76 до 0,9	от 0,9 до 1,05	от 1,06 до 1,2	более 1,21
$\Phi_4$	менее 1,05	от 1,051 до 1,075	от 1,076 до 1,1	от 1,101 до 1,25	более 1,251
$\Phi_5$	более 1,01	от 0,81 до 1	от 0,61 до 0,8	от 0,41 до 0,6	менее 0,4
$\Phi_6$	менее 0,05	от 0,051 до 0,07	от 0,071 до 0,09	от 0,091 до 1,1	более 1,101

$a$  – весовые коэффициенты к показателям оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков;

$N$  – баллы по показателям оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков;

$n$  – количество показателей оценки маркетингового, имущественного и финансового рисков.

При определении весовых коэффициентов целесообразно использовать экспертный способ, а именно метод приписывания баллов. Выбор данного метода обусловлен тем, что при его использовании разрешается приписывать одну и ту же величину из выбранной шкалы нескольким показателям. Экспертиза проводится группой ученых в составе 8 человек, которые являются квалифицированными специалистами в области риск-менеджмента. Каждый эксперт расставляет частные критерии важности рассматриваемых показателей от 1 до 10 следующим образом: чем важнее показатель, тем выше балл. В таблице 2 представим полученные весовые коэффициенты.

Таблица 2

Расчет весовых коэффициентов к показателям оценки основных видов экономических рисков торговой организации

Показатели	$M_1$	$M_2$	$M_3$	$M_4$	$M_5$	$M_6$
Весовые коэффициенты	0,164	0,182	0,156	0,154	0,182	0,162
Показатели	$I_1$	$I_2$	$I_3$	$I_4$	$I_5$	$I_6$
Весовые коэффициенты	0,179	0,161	0,161	0,166	0,179	0,154
Показатели	$\Phi_1$	$\Phi_2$	$\Phi_3$	$\Phi_4$	$\Phi_5$	$\Phi_6$
Весовые коэффициенты	0,181	0,164	0,182	0,156	0,156	0,161

Таким образом, формулу 1 для оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков торговой организации с учетом весовых коэффициентов показателей можно представить в следующем виде:

$$R_M = \frac{0,164\hat{I}_1 + 0,182\hat{I}_2 + 0,156\hat{I}_3 + 0,154\hat{I}_4 + 0,182\hat{I}_5 + 0,162\hat{I}_6}{6}. \quad (2)$$

$$R_E = \frac{0,179\hat{E}_1 + 0,161\hat{E}_2 + 0,161\hat{E}_3 + 0,166\hat{E}_4 + 0,179\hat{E}_5 + 0,154\hat{E}_6}{6}. \quad (3)$$

$$R_O = \frac{0,181\hat{O}_1 + 0,164\hat{O}_2 + 0,182\hat{O}_3 + 0,156\hat{O}_4 + 0,156\hat{O}_5 + 0,161\hat{O}_6}{6}. \quad (4)$$

Значение интегральных показателей оценки маркетинговых, имущественных и финансовых рисков колеблется в интервале от 0,17 до 0,83. Следовательно, чем ниже интегральные показатели, тем ниже соответствующие виды экономические риски. Отметим, что для минимальных рисков значения

интегральных показателей находятся в интервале от 0,17 до 0,3, для низких – от 0,31 до 0,43, для средних – от 0,44 до 0,56, для высоких – от 0,57 до 0,69, для чрезмерных рисков – от 0,7 до 0,83.

Для интегральной оценки экономических рисков торговой организации полученную атрибутивную шкалу оценки по каждому виду экономических рисков целесообразно перевести в буквенную кодировку. В результате минимальным рискам будет соответствовать код А, низким – код Б, средним – код В, высоким – код Г и чрезмерным рискам – код Д. Исходя из буквенной кодировки уровень экономических рисков может принимать значения от  $\bar{A}\bar{A}\bar{A}$ ;  $\bar{A}\bar{A}\bar{A}$  . Удобство данного представления объясняется тем, что мы не только оцениваем уровень экономических рисков, но и видим наиболее проблемные направления экономической деятельности организации с точки зрения их рискованности.

Таким образом, использование скорингового анализа основных видов экономических рисков позволяет подготовить информационную базу для принятия управленческих решений в области маркетинговой, имущественной и финансовой политики организации с учетом риск-факторов.

Предлагаемая методика текущего анализа основных видов экономических рисков позволяет учесть влияние всех основных факторов, которые оказывают свое влияние на величину маркетинговых, имущественных и финансовых рисков. Она является достаточно простой и в то же время эффективной, так как сочетает в себе простоту аналитических и эффективность статистических способов. Отметим также, что данная методика была представлена для организаций торговли, однако при необходимости перечень показателей может быть расширен с учетом специфики деятельности организации отдельно взятой отрасли.

#### *Список литературы*

1. Ковалев Е.А. Экономический риск организации: понятие и основные подходы к определению // Потребительская кооперация. – 2014. – № 4. – С. 48 – 52.
2. Когденко В.Г. Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией: монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 543 с.
3. Толкачева Е.Г. Методические аспекты комплексной оценки рисков в торговле // Бухгалтерский учет и анализ. – 2010. – № 8. – С. 3-6.

## СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА ТОВАРОВ И УСЛУГ В РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*В.Е. Колесникова, канд. экон. наук, доцент*

*В.А. Миклушова, доцент*

УО «Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации», г. Гомель

В статье рассматривается современное состояние и развитие рынка потребительских товаров и услуг внутренней торговли Республики Беларусь.

**Ключевые слова:** социально-потребительский комплекс, торговля, розничный товарооборот.

В условиях рынка товаров и услуг функционирует социально-потребительский комплекс, который объединяет производство материальных благ и услуг для населения и включает торговлю и общественное питание, бытовое обслуживание населения и жилищно-коммунальное хозяйство. Особенность его функционирования состоит в том, что через субъекты хозяйствования (организации, фирмы и др.) осуществляется доведение до населения товаров и услуг.

Такие отрасли, как внутренняя торговля, общественное питание участвуют в создании валового внутреннего продукта, валовой добавленной стоимости. Так за последние годы увеличился вклад торговли в создание внутреннего валового продукта и валовой добавленной стоимости. Увеличивается удельный вес работников торговли в общей численности занятых в экономике Беларуси.

*Таблица 1*

Основные показатели социально-экономического  
развития розничной торговли в Республике Беларусь

Показатели	2005	2010	2011	2012
1. Валовой внутренний продукт, млрд. руб.	66067	164476	297158	527385
2. Удельный вес валовой добавленной стоимости в валовом внутреннем продукте, %	9,3	12,1	15,3	14,3
3. Среднегодовая численность занятого населения в экономике, тыс.чел. в том числе в торговле	4414,1 546,8	4665,9 638,4	4654,5 628,8	4577,1 637,2
4. Удельный вес среднегодовой численности работников торговли в общей численности занятого населения, %	12,4	13,7	13,5	13,4

Опыт зарубежных стран показывает, что без успешного развития этих отраслей нельзя создать высокоэффективную рыночную экономику.

Торговля — одна из крупных отраслей экономики Республики Беларусь. Торговля представляет собой обособившуюся на основе общественного разделения труда совокупность организаций, реализующих потребитель-

ские товары путём купли-продажи. Расширение торговой деятельности приводит к экономии живого и овеществлённого труда, связанного с реализацией товаров, ускоряет оборот общественного продукта, способствует более полному удовлетворению личных потребностей населения.

Торговля, как самостоятельная отрасль национальной экономики, позволяет освободить товаропроизводящие отрасли от необходимости самостоятельно реализовывать произведенную ими продукцию, что привело бы к распылению и неэкономичному использованию материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Ориентация торговли на реализацию товаров создаёт объективные предпосылки для ускорения товарооборачиваемости, уменьшения времени пребывания товаров в сфере обращения, что способствует получению значительного народнохозяйственного эффекта. Увеличению эффекта способствует создание специальной материально-технической базы (складская и торговая сеть, машины, аппарат, оборудование, транспортные средства и др.), разработка и внедрение новейших технологических процессов (по транспортировке, хранению, подготовке к продаже товаров и др.), подготовка специалистов.

Основные средства торговли возросли в 2013 году по сравнению с 2010 в 2,8 раза и составили 1449,8 трлн. руб.

Торговля делится на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя торговля осуществляет реализацию товарной продукции на внутреннем рынке страны. Она охватывает оптовую и розничную торговлю. Именно розничная торговля завершает процесс товарного обращения, так как с её помощью товары, произведённые в других отраслях экономики, переходят из сферы производства в сферу потребления, т.е. доводятся до непосредственных потребителей, удовлетворяя постоянно растущие потребности покупателей, что подтверждается развитием розничного товарооборота страны. Розничный товарооборот торговли через все каналы реализации в 2013 г. составил 268,0 млрд. рублей, или 133,5% к обороту 2012 г. Доля продажи товаров отечественных производителей торговыми организациями в розничном товарообороте торговли 2013 г. составила 70,9%, в том числе пищевых продуктов, напитков и табачных изделий — 82,2%, непродовольственных товаров — 55,2%. В розничном товарообороте торговли через все каналы реализации удельный вес продовольственных товаров в 2013 г. составил 48%, непродовольственных товаров 52%, а в 2012 г. — соответственно 48,5% и 51,5%.

*Таблица 2*

Товарная структура розничного товарооборота в Республике Беларусь  
(в процентах в общем товарооборота)

Показатели	2005	2010	2011	2012	2013
Всего	100	100	100	100	100
Пищевые продукты, напитки и табачные изделия	54,6	50,8	46,6	48,5	48,0
Непродовольственные товары	45,4	49,2	53,4	51,5	52,0

Объём продажи в 2013 г. продовольственных товаров составил 128,6 млрд. рублей, непродовольственных товаров 104,3. Темпы роста продажи в 2013 г. по сравнению с 2012 г. составили соответственно 131,2% и 133,7%. Положительным является значительное улучшение структуры товарооборота, т. е. снижение удельного веса в общем объёме товарооборота продовольственных товаров. Так удельный вес продовольственных товаров во всём обороте в 2010 г. составлял 50,8%, то в 2013 г. 48%. За последние годы наблюдается рост товарооборота по формам собственности. В 2013 г. темпы роста товарооборота государственной торговли по сравнению с 2012 г. составили 163,8%, частной торговли – 124,7%, в том числе потребительской кооперации 120,6%, иностранной – 249,2%. За последние годы значительно изменился удельный вес товарооборота по формам собственности во всём обороте страны.

Таблица 3

Розничный товарооборот по формам собственности в Республике Беларусь

Показатели	2005	2010	2011	2012	2013
в миллиардах рублей					
Розничный товарооборот	23951	64865	112899	202309	208019
в том числе по формам собственности:	3566	7703	12829	21372	24814
- государственная	19871	53992	93668	168538	210805
- частная, из нее организаций потребительской кооперации	2173	5786	9879	16990	20476
- иностранные	514	3170	6402	12399	32400
в процентах к итогу					
Розничный товарооборот	100	100	100	100	100
в том числе по формам собственности:	14,9	11,9	11,4	10,6	9,2
- государственная	83,0	83,2	82,9	83,3	78,7
- частная из нее организации потребительской кооперации	9,1	8,9	8,8	8,4	7,6
- иностранные	2,1	4,9	5,7	6,1	12,1

Доля розничного оборота государственной торговли снизилась с 10,6% в 2012 г. до 9,2% в 2013, в частной торговле соответственно с 83,3% до 78,7%. Наблюдается рост удельного веса товарооборота иностранной торговли. Если в 2012 г. этот показатель составлял 6,1%, то в 2013 г. 12,1%. Постоянно наблюдается рост товарооборота на душу населения, который в 2013 г. составил 28,3 млн. рублей, в том числе продовольственных товаров – 13,6 млн. рублей, непродовольственных товаров 14,7 млн. рублей. По сравнению с 2010 г. розничный товарооборот на душу населения в 2013 г. увеличился в 14,1 раза, в том числе по продовольственным товарам – 3,9 раза, по непродовольственным – 4,4 раза.

Таблица 4

## Розничный товарооборот на душу населения в Республике Беларусь

Годы	Тысяч рублей			В процентах к предыдущему году в сопоставимых ценах		
	Всего	в том числе		Всего	продовольственные	непродовольственные
		продовольственные	непродовольственные			
2000	394,4	239,9	154,5	112,5	113,4	111,4
2005	2478,4	1352,9	1125,5	121,5	113,4	131,7
2010	6834,7	3469,4	3365,3	115,9	112,0	120,2
2011	11917,7	5556,5	6361,2	109,2	99,8	118,9
2012	21375,6	10361,0	11014,6	114,2	112,8	115,3
2013	28313,8	13588,3	14725,5	118,0	111,7	124,0

В 2013 г. объём платных услуг в действующих ценах, оказываемых населению через все каналы реализации, составил 53941,4 млрд. рублей, а в сопоставимых ценах по отношению к 2010 г. — 43958,4 млрд. рублей, т.е. рост платных услуг в 2013 г. по сравнению с 2010 г. более чем в 2,8 раза. За последние годы значительно изменилась структура платных услуг населению. В общем объёме платных услуг наибольшая доля приходится на услуги связи, причём их удельный вес растёт. В 2013 г. этот показатель составил 21,3% в общем объёме услуг. Второе место в оказании платных услуг населению занимают жилищно-коммунальные услуги. В 2013 г. их доля составляла 13,8%, однако их доля по сравнению с 2010 г. снизилась на 7,1%. В общих услугах населению значительный вес занимают бытовые услуги. По отношению к 2010 г. этот показатель в 2013 г. увеличился на 1,4%, а по сравнению с 2011 г. он снизился на 0,6%. В тоже время незначительный удельный вес в общем объёме платных услуг приходится по таким видам: физическая культура 1,2%, санитарно-оздоровительные — 1,3%, культура — 2,2%. Несмотря на изменение структуры платных услуг за последние годы увеличивается их размер, приходящегося на душу населения, как в целом по всем видам (3,4%), так и по отдельным видам. Наибольший рост платных услуг, предоставляемых на душу населения наблюдается по таким видам как: гостиничное хозяйство — 8,6, медицинские услуги — 5,2.

За последние годы наблюдается систематический рост реальных доходов на душу населения. Так в 2011 году по сравнению с 2010 рост реальных доходов возрос на 53 %, в 2012 по сравнению с 2011 — на 94,2%, в 2013 по сравнению с 2012 соответственно на 37,5%.

Таблица 5

## Денежные доходы населения в расчете на душу населения в Республике Беларусь

Показатели	2010	2011	2012	2013
Реальные денежные доходы на душу населения в месяц, тыс. руб.	952,4	1457,7	2831,4	3896,6
Темпы роста в процентах к предыдущему году, %	124,3	153,0	194,2	137,5

Всё это свидетельствует о том, что стремительное увеличение потребительского рынка, обусловленное повышением покупательского спроса населения, обеспечивается положительной динамикой реальных денежных доходов населения.

*Список литературы*

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, 2014 г. с 534.

**УДК 339.37**

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В 2000–2013 ГОДЫ**

*В.Е. Колесникова, кандидат экономических наук, доцент*

*Е.А. Бекерина, магистрант*

*А.Н. Чечунов, студент*

Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель, Беларусь

В данной статье рассматривается состояние внешнеторговой деятельности рынка товаров и услуг Республики Беларусь за период с 2000 по 2011 годы. Выявлены тенденции его развития. Определены положительные и отрицательные моменты во внешнеторговой деятельности страны. Рассмотрена структура рынка товаров и услуг. Изучено развитие экспорта и импорта товаров в целом, в том числе с основными странами импортерами и экспортерами, а так же товарная структура экспортно- импортных мероприятий. Установлено, что наибольшую долю во внешнеторговом обороте занимают: минеральные продукты, продукция экономической промышленности, машины, оборудование, транспортные средства, черные и цветные металлы и изделия из них.

Разработаны рекомендации, которые будут способствовать росту внешнеторговой деятельности Республики Беларусь в целом и особенно увеличению экспорта товаров и услуг, что дает возможность выйти на положительное сальдо внешней торговли и выполнить задание Президента Республики Беларусь

**Ключевые слова:** внешнеторговая деятельность, импорт, экспорт

В настоящее время практически нет ни единого государства, которое бы не участвовало во внешнеэкономической деятельности. Внешнеэкономическая деятельность оказывает активное влияние на общественное воспроизводство, повышает эффективность многих экономических и социальных задач. Важное значение внешнеэкономические отношения оказывают на социально-экономический уровень жизни населения, на укрепление позиций государства в мировом экономическом сообществе, на что неоднократно указывалось Президентом страны в программах развития Республики Беларусь, в послании Президента белорусскому народу и Национальному собранию страны, Парламенту и в других документах. Учитывая это, считаем, что развитие внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь занимает одно из центральных мест в экономике страны.

Функционирование Республики Беларусь в рыночной экономике со всей остротой поставило перед ней проблему интеграции в мировую экономику. Активизация участия нашей страны в мировом хозяйстве, протекающих в

нем процессов оказывает благотворное влияние на ее экономику, позволяет получить дополнительные стимулы, приступить к структурной перестройке внутренней экономики и внешнеполитических связей, приспособить национальные экономические механизмы к современным требованиям и таким образом ускорить создание цивилизованного рынка.

Современное состояние мировых хозяйственных связей характеризуется прогрессом в развитии специализации в международном масштабе и возрастающей зависимостью национальных экономик от внешних факторов, в первую очередь, от развития мирового производства, уровня науки и техники, развития международных обменов. Даже государства, имеющие громадные природные, материальные и человеческие ресурсы, не могут эффективно развиваться без активного участия в международном разделении труда. В этих условиях внешнеэкономическая политика приобретает особую значимость для любого государства, это касается и Республики Беларусь.

Данные о развитии внешнеторгового оборота позволяют оценить степень проникновения экономики страны на внешний рынок, определить сложившуюся конъюнктуру рынка, выявить конкретные позиции стран на рынке товаров и услуг

Внешнеторговый оборот товаров Республики Беларусь с каждым годом растет и в 2013 году по сравнению с 2000 годом увеличился более чем в 5 раз, в том числе экспорт товаров возрос за указанный период в 5,1 раза, а импорт – в 4,97 раза (таблица 1).

*Таблица 1*

Внешняя торговля товарами Республики Беларусь, млн долл. США  
(в текущих ценах)

Показатели	Год					
	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Внешнеторговый оборот, всего	15972,8	32687,4	60167,9	87177,8	92464,3	80225,8
цепные темпы роста, %	–	204,6	184,1	144,9	106,1	86,8
в том числе: экспорт	7326,4	15979,3	25283,5	41418,7	46059,9	37203,1
цепные темпы роста, %	–	218,1	158,2	163,8	111,2	80,8
импорт	8646,2	16708,1	34884,4	45759,1	46404,4	43022,7
цепные темпы роста, %	–	193,2	208,8	131,2	101,4	92,7
сальдо	-1319,8	-728,8	-9600,9	-4340,4	-344,5	-5819,6

Данные таблицы 1 свидетельствуют о том, что абсолютная величина внешней торговли товарами с 2000 по 2012 год ежегодно растет, причем довольно высокими темпами. Однако в 2013 году происходит резкое снижение внешнеторгового оборота по товарам и в 2013 году по сравнению с 2012 годом темп роста составил только 86,8 %. Аналогичное положение наблюдается в развитии экспорта и импорта товаров, т.е. сумма их ежегодно увеличи-

вается, исключение составляет 2013 год по сравнению с 2011 и 2012 годом. Но так как сумма импорта товаров во все рассматриваемые годы превышает сумму экспорта, то торговля Республики Беларусь имеет отрицательное сальдо по внешнеторговому обороту товаров. Наибольший его размер был получен в 2010 году (-9600,9 млн долл. США), 2011 и 2012 году этот показатель снижается по сравнению с 2010 годом и соответственно составил 45,2 и 3,59 %.

Снижение отрицательного сальдо в 2005, 2011 и 2012 году обусловлено тем, что темпы роста экспорта в эти годы превышали темпы изменения импорта. В то же время превышение темпов роста импорта по сравнению с темпами увеличения экспорта в 2010 и 2013 году отрицательно сказалось на развитии сальдо экспорто-импортных операций и способствовало его росту, что отрицательно сказывается на экономической деятельности Республики Беларусь. Но если в 2013 году в целом по внешней торговле товарами получено отрицательное сальдо, то по таким областям Республики Беларусь как: Брестская, Могилевская, Гомельская, Гродненская, Минская получено положительное сальдо. Для того, чтобы достичь положительного сальдо во внешнеторговом обороте страны необходимо добиться преимущественного роста экспорта товаров над импортом, а для этого, как было отмечено на «Открытом диалоге Президента с журналистами», проводимом 30 января 2015 года, стране необходима диверсификация экспорта с различными странами. Он отметил: «Главная задача – диверсификация экспорта. Она сегодня еще острее встала. Чтобы устойчивым быть, надо опираться на много точек. Нельзя, чтобы была одна опора, тогда система неустойчива. Это во-первых. Во-вторых, если поколеблется один рынок, на который ты ориентируешься, полетит вся экономика и страна обрушится», т.е. необходимо расширять и углублять внешний рынок товаров.

Рассматривая структуру внешнеторгового оборота по товарам (таблица 2), выявлено, что сумма внешней торговли товарами в целом по стране с каждым годом растет, исключение составляет 2013 год, где она снизилась по сравнению с 2012 годом на 12,3 миллиарда долл. США. Что касается распределения его между странами СНГ и вне СНГ, то во все рассматриваемые периоды удельный вес экспорто-импортной реализации товаров странами СНГ был выше, чем странами вне СНГ и колебался в пределах от 55,6 % в 2011 году до 65,6 % в 2000 году. Однако объем импортируемых товаров из стран СНГ за 2000-2013 годы ежегодно превышал экспорт товаров, что способствовало получению отрицательного сальдо, причем наибольший его размер был в 2011 г. (7,7 млрд долл. США).

Внешнеторговый оборот товарами со странами вне СНГ колебался в пределах от 34,4 % в 2000 году до 44,4 % в 2012 году, т.е. составил менее 50 %. Следует отметить, что наша страна более успешно работала со странами вне СНГ, так как во многие изучаемые периоды было получено положительное сальдо, исключение составляет 2010 и 2013 год, где сальдо было отрицательное, что связано с обострением кризисной ситуацией в эти периоды.

Структура внешнеторгового оборота Республики Беларусь  
за 2005–2010 годы, млрд. долл. США

Показатели	Год											
	2000		2005		2010		2011		2012		2013	
	сум ма	уд.в ес										
Внешнеторго- вый оборот всего, в том числе	16	100	32,7	100	60,1	100	87,2	100	92,5	100	80,2	100
со странами СНГ												
всего	10,5	65,6	18,2	55,7	34,2	56,9	48,5	55,6	53,8	58,2	48,2	60,1
экспорт	4,4	27,5	7,1	21,7	13,7	22,8	20,4	26,1	23,7	25,6	23	28,7
импорт	6,1	38,1	11,1	34	20,5	34,1	28,1	29,5	30,1	32,6	25,2	31,4
сальдо	-1,7	-	-4		-6,8		-7,7		-6,4		-2,2	
со странами вне СНГ												
всего	5,5	34,4	14,5	44,3	25,9	43,1	38,7	44,4	38,7	41,8	32	39,9
экспорт	2,9	18,1	8,9	27,2	11,6	19,3	21	24,1	22,4	24,2	14,2	17,7
импорт	2,6	16,3	5,6	17,1	14,3	23,8	17,7	20,3	16,3	17,6	17,8	22,2
сальдо	0,3	-	3,3		-2,7		3,3		6,1		-3,6	

В период с 2000 по 2013 год экспорт товаров в государства членов Таможенного союза и Единого экономического пространства составляет значительную долю во всем объеме экспорта в страны СНГ и в 2013 году он достиг 17,7 млрд. долл. США, против 3,7 – в 2000 году. Доля экспорта остальных стран СНГ была не большая и в 2013 году она составила 23 % во всем объеме экспорта в страны СНГ.

Аналогичная тенденция наблюдается по развитию импорта со странами СНГ (рисунок 1).

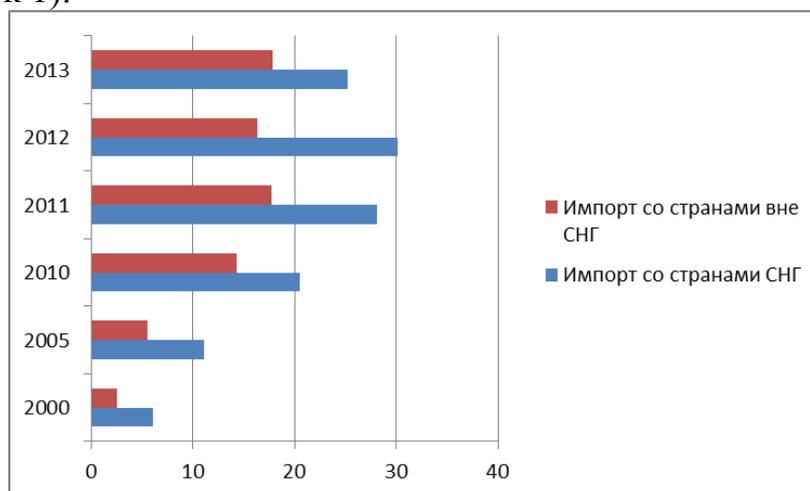


Рис. 1. Импорт товаров со странами СНГ (млрд. долл. США)

Основным партнером внешнеторгового оборота по товарам является Россия. В 2013 году на ее долю во всем обороте импорта приходилось 53,2 %, а так же Германия (7,1%), Украина (4,8%), Китай (6,6%), Польша (3,7%), другие страны (24,6%) (рисунок 2)..

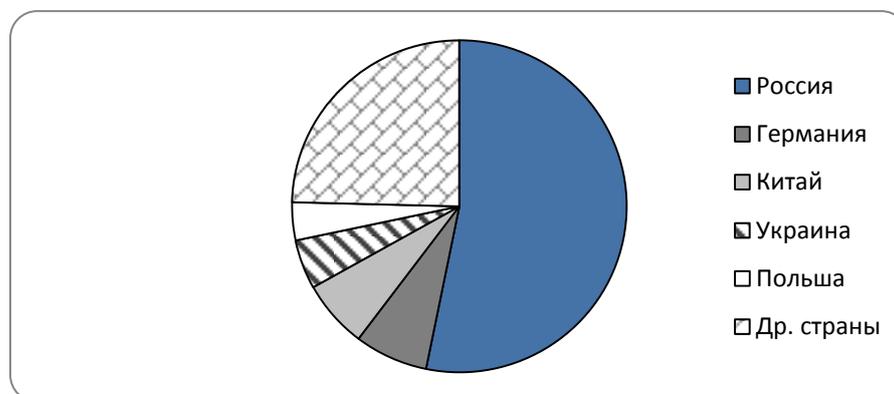


Рис. 2. Распределение импорта товаров по странам – основным торговым партнерам в 2013 году, %.

В 2013 году по сравнению с предыдущим периодом объем импортируемых товаров увеличился почти по всем странам, исключение составили Венгрия, Гана, Израиль, Ирландия, Казахстан, Канада, Кипр, Колумбия, Коста-Рика, Мексика, Молдова, Новая Зеландия и др. импорт товаров из стран ЕврАзЭС в 2013 году достиг 23,0 млрд. долл. США, т.е. по сравнению с 2000 годом возрос почти в 4,1 раза, а с остальными странами СНГ – в 7 раз и достиг 2,2 млрд. дол. США в 2013 году, против 0,4 млрд. долл. США в 2000 году. Следует отметить, что объем импортируемых товаров из стран СНГ ежегодно возрастает.

Что касается экспорта товаров Республики Беларусь, то в 2013 году наибольшую долю в нем занимали поставки товаров в Россию (45,3%), Нидерланды (9%), Украину (11,3%), Латвию (2,9%), в другие страны 26,8%.

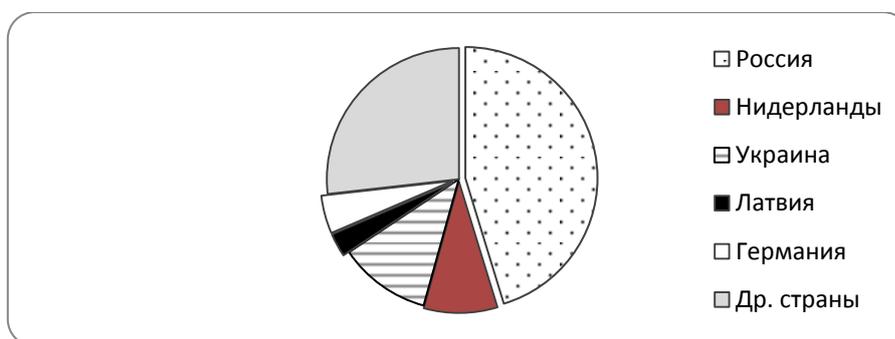


Рис. 3. Распределение экспорта товаров по странам – основным торговым партнерам в 2013 году, %

Экспорт товаров в страны ЕврАзЭС в 2013 году по сравнению с 2000 годом возрос в 4,77 раза и составил 17,8 млрд. долл. США, а с остальными странами СНГ – 7,8 раза и достиг 5,2 млрд. долл. США в 2013 году, против 0,66 млрд. долл. США в 2000 году. Следует отметить, что объем импортируемых товаров из стран СНГ ежегодно возрастает.

Объем экспорта товаров в 2013 году по отношению к 2010 году возрос по большинству стран и в целом он увеличился на 47%, однако поставки товаров в Египет, Марокко, Латвию, Панаму, Сингапур и ряд других стран ближнего и дальнего зарубежья снизились, что способствовало отрицательному сальдо внешней торговли в этот период. В то же время в «Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2011-2015 гг.» отмечено, что стратегической задачей на предстоящую пятилетку является рост экспорта товаров и услуг, увеличение рентабельности экспортных поставок, выход на положительное сальдо внешней торговли.

Увеличение экспорта товаров и услуг свидетельствует об укреплении позиции Республики Беларусь на мировом рынке, что подтверждается долей экспорта в ВВП страны, которая в 2011 и 2012 году составила 72% против 46% в 2010 году. В первом квартале 2012 года страна вышла на положительное сальдо внешней торговли. Приток валюты на миллиард триста миллионов долларов выше оттока, т.е. уже в первом квартале 2012 года в целом по стране выполнено задание Президента Республики Беларусь, которое определено в Послании Президента белорусскому народу и Национальному Собранию, где указывалось: «Экспорт напрямую связан со стабильностью курса. Именно он приносит валюту в страну. Однако в связи с экономическим кризисом в 2013 году получено отрицательное сальдо, поэтому задача Правительства, местных органов власти на текущий год – обеспечить положительное сальдо внешней торговли товарами и услугами в размере свыше миллиарда долларов».

Следует отметить, что Республика Беларусь осуществляет экспортно-импортные мероприятия не только товаров, но и по услугам. Так внешнеторговый оборот услуг в 2013 году составил 12551,1 млн долл. США, т.е. по сравнению с 2012 годом увеличился на 21,2 %, в том числе со странами СНГ – на 36,4 %, а вне СНГ – на 13,9 %. Положительным в развитии внешнеторгового оборота услуг является то, что с 2005 по 2013 год экспорт их превышает импорт. Это дало возможность во все указанные периоды получить положительное сальдо и в 2013 году его размер достиг 2,2 млрд. долл. США, против 1,2 – в 2005 году. В общем обороте экспорта услуг более 51,5 % приходится на транспортные услуги, строительные (12,6%), поездки – (10,7%), компьютерные (7,5%).

Общий внешнеторговый оборот, как видим из вышеуказанных данных, повышается, причем более высокие темпы роста экспорта по услугам над импортом, дали возможность снизить, и получить положительное сальдо по всей внешнеторговой деятельности (таблица 3).

Таблица 3

Развитие сальдо внешнеторгового оборота товаров и услуг  
Республики Беларусь за 2000 – 2013 годы, млн долл. США

Показатели	Год				
	2005	2010	2011	2012	2013
Сальдо всего	0,47	-7,8	-2,14	1,96	-3,62
В том числе по:	-0,73	-9,6	-4,34	-0,34	-5,82
товарам					
услугам	1,2	1,8	2,2	2,3	2,2

Из данных таблицы видим, что сальдо всего внешнеторгового оборота было положительно в 2005 и 2012 году.

Таким образом, внешнеторговый оборот растет ежегодно, но по абсолютной сумме в 2013 году импорт превышает экспорт, поэтому Республике Беларусь необходимо направить свои усилия на увеличение экспорта товаров, как в страны СНГ, так и в страны вне СНГ, особенно в развивающиеся страны, о чем неоднократно подчеркивал Президент Республики Беларусь в своих выступлениях и в Программе развития Республики Беларусь на 2011 – 2015 гг., а также в постановлении №1021, где предусматривается рост экспорта товаров.

Своевременно предпринятые мероприятия дадут возможность в 2014 году выполнить задание Президента и Правительства Республики Беларусь по развитию внешнего оборота.

В дальнейшем Республике Беларусь необходимо укреплять позиции на внешнем рынке, а для этого необходимо провести модернизацию экономики в Республике Беларусь, поднять ее на более высокий уровень конкурентоспособности, увеличить долю услуг в общем объеме экспорта товаров и услуг, осваивать новые внешние рынки, осуществлять выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами. Создавать собственные предприятия торговли за рубежом, с целью снижения транзакционных издержек и увеличения экспортной прибыли. Необходимо укрепить торгово-экономическое сотрудничество в рамках СНГ и Европейского Союза, устранить барьеры доступа товаров и услуг на внешние рынки, снять ограничения торговли с основными странами партнерами, приблизить нормативно-правовые акты страны к требованиям ВТО и с нормами ЕС/ОЭСР.

Реализация перечисленных мероприятий позволит увеличить экспорт товаров и услуг и выйти на положительное сальдо внешней торговли.

*Список литературы*

1. Внешняя торговля Республики Беларусь. Статистический сборник Национального статистического комитета Республики Беларусь, г. Минск 2012 г. – 400 с.

## АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ ДЕПОЗИТНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

*Кульбаева Б.М., магистр, ст. преподаватель*

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза,  
г. Караганда

Статья посвящена анализу привлеченных коммерческими банками вкладов как юридических, так и физических лиц. Рынок имеет сильную зависимость от общей экономической ситуации в стране. Большой удельный вес в структуре депозитов занимают депозиты небанковских юридических лиц. Изменения соотношений депозитов в разрезе валюты вклада напрямую зависят от ожиданий населения и изменения курса национальной валюты.

**Ключевые слова:** коммерческий банк, депозиты, ставки вознаграждения, депозитные учреждения.

Особый интерес представляет анализ депозитного рынка Казахстана в региональном разрезе (Таблица 1).

Проведенный анализ показал что, в структуре привлеченных коммерческими банками вкладов как юридических, так и физических лиц, как и ожидалось, ведущее место занимает город Алматы, вклады в коммерческих банках составляют в 2006 году - 61,29% всех вкладов по республике. Доля алматинских депозитов постепенно уменьшается до 57,14% в 2007 году, в 2008 году - 57,49%, в 2009 году - 53,54%, в 2010 году - 50,4%, в 2011 году - до 45,38%, в 2012 году - 43,42%, в 2013 году - наблюдается рост до 45,86% и на 01.01.2014 года вклады в г. Алматы уменьшились и составили 41,1% от общего количества вкладов по республике [1].

Таблица 1 показывает, что большой удельный вес алматинских депозитов в общей структуре обусловлен следующими факторами:

- в городе Алматы проживает около 2,5-3 млн. человек (по Казахстану на 1 марта 2014 года согласно агентства по статистике 17.207. 594 млн. человек);
- в городе Алматы наблюдается наивысокая средняя заработная плата, чем по республике;
- в городе Алматы находятся центральные офисы большинства крупных отечественных и зарубежных компаний;
- город является финансовым центром центрально-азиатского региона.

Не менее интересен рост астанинских депозитов с 9,5% в 2006 году до 18,21% в 2007 году, 22,87% в 2008 году, 28,11% в 2009 году, до 29,45% в 2010 году, 32,73% в 2011 году, и некоторое снижение в 2012 году до 31,93%, до 26,84% в 2013 году и на 01 января 2014 года снова идет увеличение в размере 31,79% вкладов. Впечатляющие темпы роста астанинской доли банковских депозитов, на наш взгляд, обусловили следующие факторы:

- увеличение численности населения до 814401 тыс. человек согласно статистическим данным на 01.01.2014 года;

Таблица 1

## Вклады (депозиты) в коммерческих банках в разрезе регионов, млн. тенге

Регион	01.01.06г.	01.01.07г.	01.01.08г.	01.01.09г.	01.01.10г.	01.01.11г.	01.01.12г.	01.01.13г.	01.01.14г.
Акмолинская	8 018	10 980	16 098	29 998	22 339	30 514	37 785	47 446	55 883
Актюбинская	22 513	36 045	46 630	43 560	65 697	66 149	83 392	118 649	140 924
Алматинская	4 842	10 799	21 567	19 631	28 706	49 966	44 327	57 434	68 487
Атырауская	12 013	17 056	26 694	36 719	45 691	56 356	68 244	98 650	147 913
Восточно казастан- ская	37 292	64 850	77 965	71 975	89 748	108 070	137 364	166 331	185 608
Жамбыльская	8 346	10 889	16 314	18 594	22 807	28 646	32 598	41 647	53 394
Западно- казахстаная	14 789	18 498	22 648	26 602	34 242	44 961	53 668	67 328	80 837
Карагандинская	69 250	174 576	76 493	88 582	109 144	142 137	173 856	208 630	242 270
Костанайская	26 376	28 638	45 051	47 524	79 550	89 085	100 461	114 014	127 389
Кызылординская	5 955	10 042	13 918	16 011	16 303	20 613	25 189	42 648	58 555
Мангыстауская	14 607	22 132	38 937	50 767	59 637	97 993	113 444	147 652	221 554
Павлодарская	20 588	26 876	43 829	53 893	84 720	97 997	127 245	154 638	161 796
Северо- казахстанская	11 649	15 340	19 473	22 631	25 538	33 452	42 518	53 202	63 463
Южно- казахстанская	14 141	19 510	26 134	42 771	53 722	58 691	79 153	100 803	126 494
г. Алматы	568425	1 080 833	1 439 919	1 661 004	1 845 909	1 917 543	1 971 739	2 384 008	2 629 982
г. Астана	88 591	344 335	572 844	871 932	1 078 561	1 383 060	1 449 910	1 395 423	2 034 178
Всего по Казахста- ну	927395	1 891 399	2 504 514	3 102 194	3 662 314	4 225 233	4 540 893	5 198 503	6 398 726
П р и м е ч а н и е – составлено автором на основе официальных данных Национального банка РК									

- высокие средние доходы населения;
- переезд из Алматы некоторого количества крупных компаний и фирм, открытие новых компаний.

Третье и четвертое место в структуре занимают, соответственно, Карагандинская область - 3,79%, Мангыстауская область- 3,46% и Восточно-Казахстанская область - 2,9%.

Оставшийся удельный вес в структуре банковских депозитов у следующих регионов: Павлодарская область- 2,53%, Атырауская область-2,31%, Костанайская область- 1,99%, Южно-Казахстанская область - 1,98%, Западно-Казахстанская область- 1,26%, Алматинская область- 1,07%, Северо-Казахстанская область - 0,99%, Кызылординская область - 0,92%, Ақмолинская область - 0,87%, Жамбылская область - 0,83% [2].

Мы можем наблюдать в диаграмме на рисунке 1 удельный вес в структуре банковских депозитов у всех регионов Казахстана:

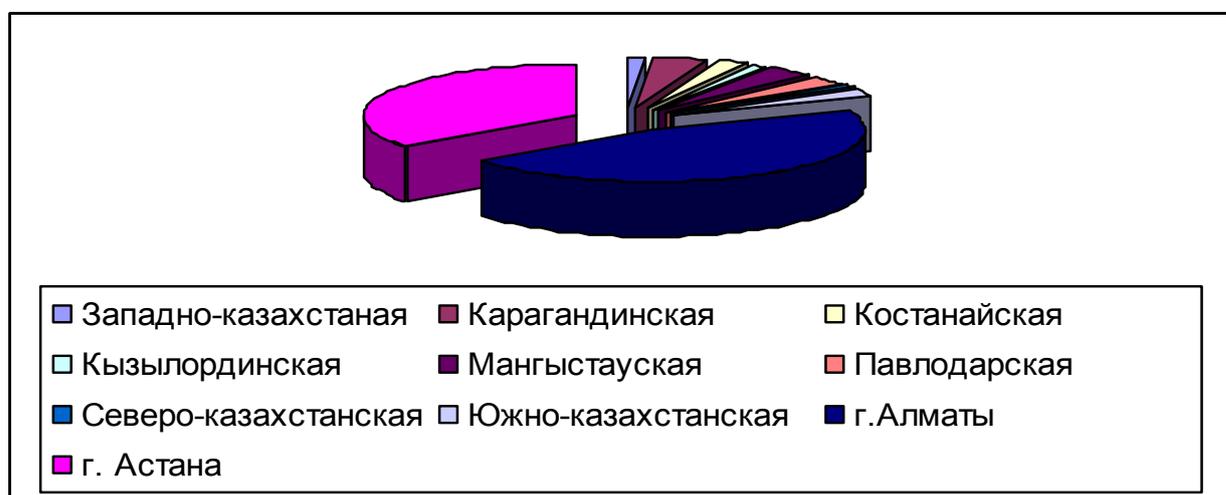


Рис. 1. Удельный вес в структуре банковских депозитов в разрезе регионов, %

Таким образом, на наш взгляд, на объемы депозитов влияет не численность населения региона, а его социально-экономическое развитие. Учитывая социально-экономическое состояние регионов, можно утверждать, что потенциал для дальнейшего роста объема депозитного рынка еще имеется.

Рассмотрим ставки вознаграждения по депозитам в таблице 2.

Таблица 2

Ставки вознаграждения банков по привлеченным депозитам (по срокам и видам валют), %

Наименование показателя	01.01.10г		01.01.11г		01.01.12г		01.01.13г		01.01.14г	
	СКВ	KZT								
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Депозиты физических лиц	6,2	6,3	6,9	6,1	6,6	5,8	6,7	5,1	6,4	4,3

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
В т. числе										
До востреб	0,2	0	0	0	0	0,1	0	0	0	0,1
Условные	4,9	5,9	8,8	6,2	3,9	5	4,9	0,1	2,4	5,8
Срочные всего	6,8	8,8	8,8	6,9	8,2	6,2	7,9	5,5	7,9	4,6
Из них срочком:										
До 1 мес	1,7	0,1	0,2	1,6	0,1	0,1	0,2	1,1	6,6	3,1
От 1 до 3 мес	3,7	5,8	7,3	3,4	6,8	1,5	4,3	2,6	6,1	2,6
От 3 мес до 1 года	5,4	8,8	8,7	5,9	8,5	4,9	8	5,3	8,3	4
От 1 года до 3 лет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
От 1 года до 5 лет	7,5	10,2	10,1	7,5	9,7	7,3	8,8	6	7,9	5,2
Свыше 3 лет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Свыше 5 лет	8,6	3,1	3,9	7,2	4	8,4	3,4	4,6	3,3	5,4
Примечание – составлено автором на основе официальных данных Национального банка РК										

Из таблицы 2 мы можем увидеть, что средние ставки вознаграждения по депозитам физических лиц колеблются. В иностранной валюте в на 01.01.10 года- 6,2% и на 01.01.14г средняя ставка- 6,4%, что касается депозитов в национальной валюте, идет снижение ставки на 01.01.10г- 6,3% до 4,3% на 01.01.14г. Также, мы можем наблюдать снижение ставок по депозитам сроком от года до пяти лет, хотя они являются наиболее высокими. Так, например, в 2010 году ставка в национальной валюте составляла 10,2% и на 01.01.14 года этот показатель упал до 5,2%. В иностранной валюте наоборот идет тенденция увеличения ставки с 7,5% в 2010 году и до 7,9% на 01.01.14 год. Банки отказываются от начисления вознаграждения по депозитам до востребования и другим наиболее срочным.

Из таблицы 3 мы можем увидеть, что средние ставки вознаграждения по депозитам небанковских юридических лиц колеблются. Так, например, ставки по депозитам небанковских юридических лиц в иностранной валюте на 01.01.10 года составили 1,9%, а на 01.01.14 года этот показатель достиг 4,8%. Что нельзя сказать по ставкам по депозитам в национальной валюте на 01.01.10 года данный показатель составлял 3,5%, а на 01.01.14 года – 1,8%. Если говорить о ставках вознаграждения юридических лиц по срочным вкладам, то можно выявить тенденцию, то увеличения, то снижения ставок вознаграждения по данным вкладам, так например в иностранной валюте на 01.01.10 – 1,9% и 01.01.14 года 4,9%, т.е мы можем объяснить это притоком инвестиций в страну. И, что в точности наоборот идет снижение ставок по срочным депозитам в национальной валюте на 01.01.10 года этот показатель был -3,7%, а на 01.01.14 года - 0,9% [3].

Ставки вознаграждения банков по привлеченным депозитам  
(по срокам и видам валют), %

Наименование показателя	01.01.10г		01.01.11г		01.01.12г		01.01.13г		01.01.14г	
	СКВ	KZT	СКВ	KZT	СКВ	KZT	СКВ	KZT	СКВ	KZT
Депозиты небанковских юр. лиц	1,9	3,5	3	0,6	2,8	2,1	3	2,4	4,8	1,8
В т. числе										
До восстреб	0	1,8	1,7	0	1,3	0,1	3,2	0	3,3	3,5
Условные	1,2	1,6	4,2	0,7	0,4	0,9	1	0,7	2,6	0,1
Срочные всего	1,9	3,7	3,3	0,6	3,1	2,1	3	2,4	4,9	0,9
Из них сроком:										
До 1 мес	0,9	3	1,2	0,7	0,5	0,4	1,5	2,1	5	0,2
От 1 до 3 мес	3,1	3,8	1,8	0,7	2,2	0,4	2,4	3,5	5,4	0,3
От 3 мес до 1 года	1	4,2	3,7	0,4	3,1	2,2	3,8	1,6	4,2	1,6
От 1 года до 3 лет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
От 1 года до 5 лет	9	9,5	7,8	5,5	6,9	4	5,6	3,6	5,4	3,1
Свыше 3 лет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Свыше 5 лет	10,5	10,5	7,2	5,6	8,5	5,7	10,3	2,8	6,5	4,9
Примечание – составлено автором на основе официальных данных Национального банка РК										

На фоне начавшегося проявления дефицита ликвидности, депозитные учреждения были вынуждены поднять процентные ставки. Однако, кризис ликвидности, не дал возможности банкам предложить прежние ставки по валютным депозитам, и они были вновь снижены и по ставкам в СКВ достигли самого низкого уровня за исследуемый период. Хотелось бы добавить, что в данной таблице показаны средневзвешенные ставки вознаграждения по депозитам на разные сроки.

Нельзя сказать, что в целом на депозитном рынке Казахстана по всем депозитным учреждениям и, прежде всего, банкам второго уровня ситуация складывается именно таким образом. Однако, если учесть, что основная доля депозитов рынка приходится на крупнейшие банки страны, то можно признать что средневзвешенный уровень процентных ставок складывается именно таким образом. Возможно, именно это и определяет высокую долю депозитов юридических лиц в депозитной базе банков.

Таким образом, анализ показывает, что рынок имеет сильную зависимость от общей экономической ситуации в стране. Большой удельный вес в структуре депозитов занимают депозиты небанковских юридических лиц. Изменения соотношений депозитов в разрезе валюты вклада напрямую зависят от ожиданий населения изменения курса национальной валюты.

*Список литературы*

1. <http://www.nationalbank.kz>
2. <http://www.stat.kz>
3. <http://www.afn.kz/>

## ИМПОРТ – УГРОЗА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

*А.В. Курдюмов, канд. экон. наук, доцент*

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург

Рассмотрена необходимость рационализации процесса импортозамещения в системе обеспечения импортно-экспортных потоков через государственный протекционизм. Проведен анализ структурной разницы между импортом и экспортом основных видов сельскохозяйственной продукции. Проведены расчеты уровня обеспеченности России по мясу и мясопродуктам, молоку и молокопродуктам, обозначенного в Доктрине продовольственной безопасности России.

**Ключевые слова:** продовольственная безопасность, импортозамещение, импорт продовольствия, государственный протекционизм.

Радикальные изменения во внешнеэкономической деятельности России в 90-х годах прошлого столетия, выразившиеся в ликвидации государственной монополии внешней торговли и дальнейшей либерализации экономики, способствовали вытеснению отечественных товаропроизводителей с внутреннего рынка. Отечественные товаропроизводители, оставленные без защиты, не были готовы к конкуренции с продукцией, поступающей по демпинговым ценам, что послужило дальнейшему снижению объемов производства во многих отраслях, включая сельское хозяйство и перерабатывающую промышленность. Как результат высокий уровень давления импорта на внутренний российский продовольственный рынок.

В Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года, одним из главных направлений обеспечения национальной безопасности в среднесрочной перспективе определяется продовольственная безопасность, которая обеспечивается, в том числе за счет импортозамещения по основным продуктам питания [1].

Для решения обозначенных выше проблем в России реализуется Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг. [2].

В условиях разразившегося экономического кризиса, усугубленного внешними изолирующими финансовыми и товарными санкциями, с целью обеспечения продовольственной безопасности Правительство Российской Федерации выработало и утвердило план мероприятий («дорожной карты») по содействию импортозамещения в сельском хозяйстве на 2014-2015 годы [3].

Согласно Доктрины продовольственной безопасности России главным критерием оценки продовольственной безопасности определена доля собственного производства продукции и продовольствия в общем объеме товарных ресурсов на внутреннем рынке с указанием пороговых значений в отношении: зерна – не менее 95 %; сахара – не менее 80 %; растительного масла – не менее 80 %; мяса и мясопродуктов (в пересчете на мясо) – не менее 85 %; молока и молокопродуктов (в пересчете на молоко) – не менее 90 %; рыбной продукции – не менее 80 %; картофеля – не менее 95 %; соли пищевой – не менее 85 % [4].

Критический объем сельскохозяйственного производства должен быть обеспечен за счет собственного производства на 60 % или в противном случае наступит потеря продовольственной независимости государства [5].

Доля импорта и экспорта в структуре продовольственных балансов в нормативных правовых актах России не регламентирована. Например, в Белоруссии данные показатели не должны превышать 15 % – 20 % как для импорта, так и для экспорта, соответственно собственное производство находится в пределах 80–85 % [6].

В 1974 году Генеральная Ассамблея ООН разработала «Международные обязательства по обеспечению продовольственной безопасности в мире», согласно которым рекомендуемый «потолок» безопасности составляет 16 % импортируемой продукции в общем потреблении.

Однако можно констатировать, что устойчивые тенденции увеличения доли импорта в балансах продовольственной продукции наблюдаются по мясу и мясопродуктам (с 12 % в 1990 г. до 20,9 % в 2013 г., причем в отдельные периоды импорт составлял около 35 %), а также по молоку и молокопродуктам (с 12 % в 1990 г. до 22,5 % в 2013 г.). Снижение доли импорта происходит по зерну, овощам и бахчевым культурам, яйцу и яйцепродуктами [7].

По экспорту существенное увеличение в структуре баланса наблюдается только по зерну: 1,0 % в 1990 г. и 13,9 % в 2013 г. [7].

Приведенные данные анализа структурной разницы между импортом и экспортом основных видов сельскохозяйственной продукции (рисунок 1) свидетельствуют о превышении экспорта над импортом только по зерну (отрицательный показатель), а по всем остальным группам продуктов о превышении импорта над экспортом (положительный показатель). Особенно по мясу и мясопродуктам, молоку и молокопродуктам.

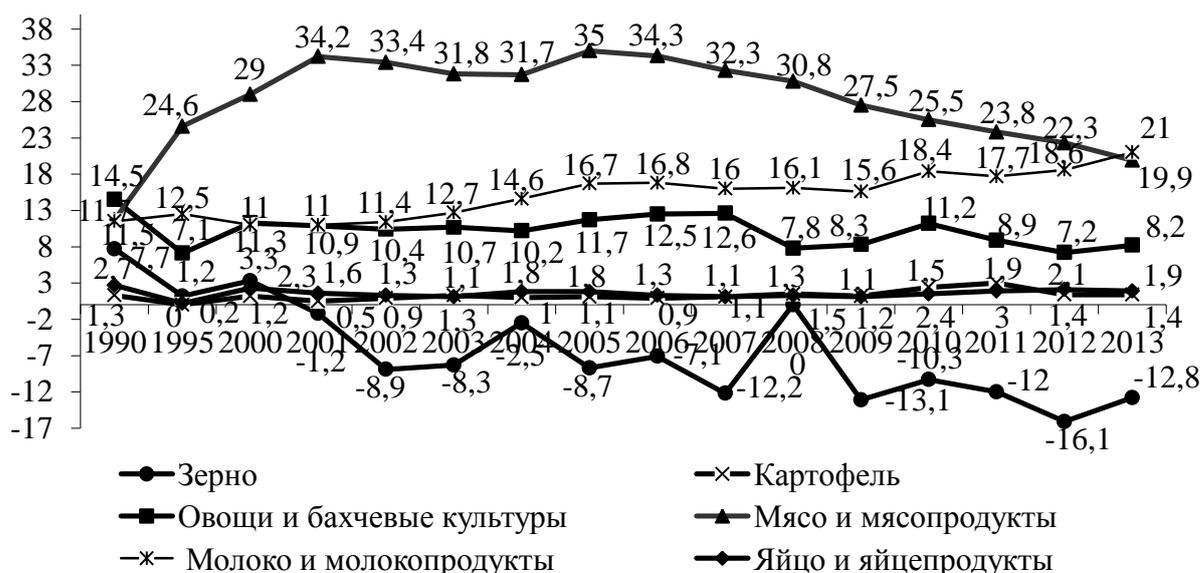


Рис. 1. Структурная разница между импортом и экспортом по основным видам сельскохозяйственной продукции в РФ за 1990–2013 гг., % Составлено по [8]

Важное значение для исследования имеет показатель отечественного производства пищевых продуктов в объемах не меньше установленных пороговых значений его удельного веса в товарных ресурсах внутреннего рынка соответствующих продуктов.

Анализ уровня обеспеченности Российской Федерации мясом и мясopодуктами представлен на рисунке 2.

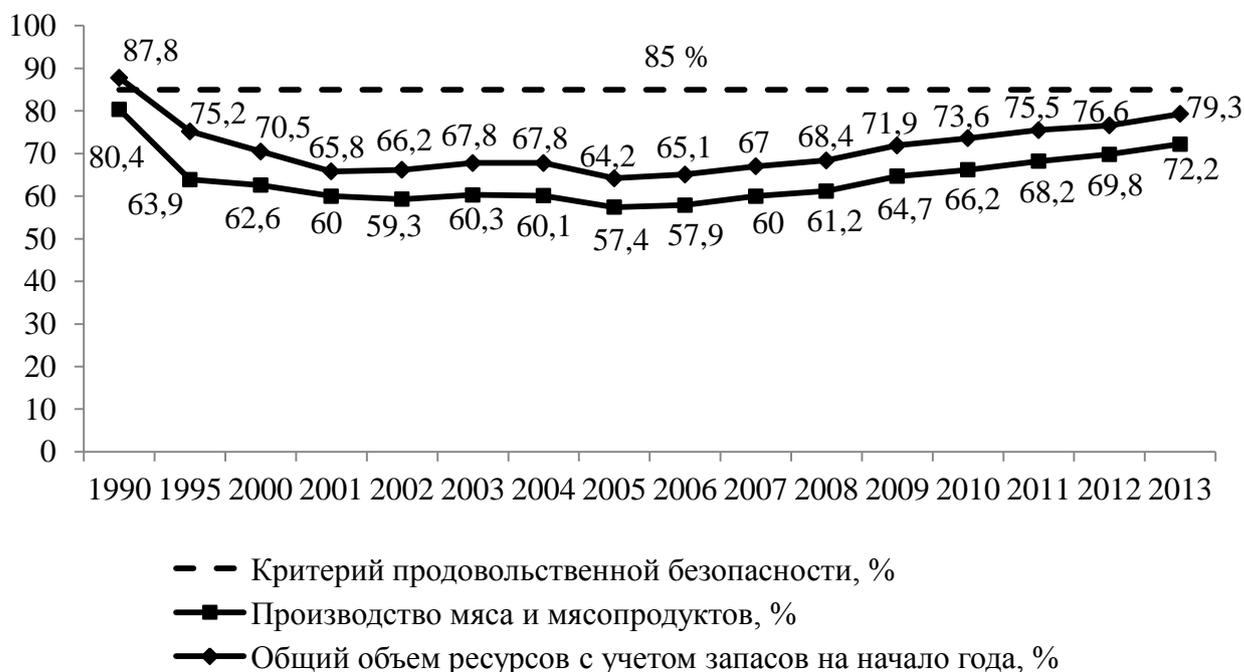


Рис. 2. Уровень обеспеченности РФ мясом и мясopодуктами в 1990–2013 гг., % Составлено по [4; 8]

За 1991–2013 гг. критерий продовольственной безопасности по мясу и мясopодуктам достигнут не был.

С 1990 г. в животноводческой отрасли наблюдаются негативные тенденции увеличение внутреннего производства свинины и снижение производства говядины, что, в первую очередь, связано с длительным сроком окупаемости проектов по выращиванию мясных пород крупного рогатого скота.

Уровень обеспеченности Российской Федерации молоком и молокопродуктами представлен на рисунке 3.

За 1990–2013 гг. критерий продовольственной безопасности по молоку и молокопродуктам достигнут не был. Главная особенность рынка молока заключается в специфике сырья – молочная продукция является плохо транспортируемой, поэтому предполагается быстрая первичная переработка молока и доведение продукции до потребителя. Характерной особенностью рынка молока, по оценке многих специалистов, стали стихийность и отсутствие государственного регулирования.

В настоящее время значительная часть продовольственных товаров в России обеспечивается за счет импорта.

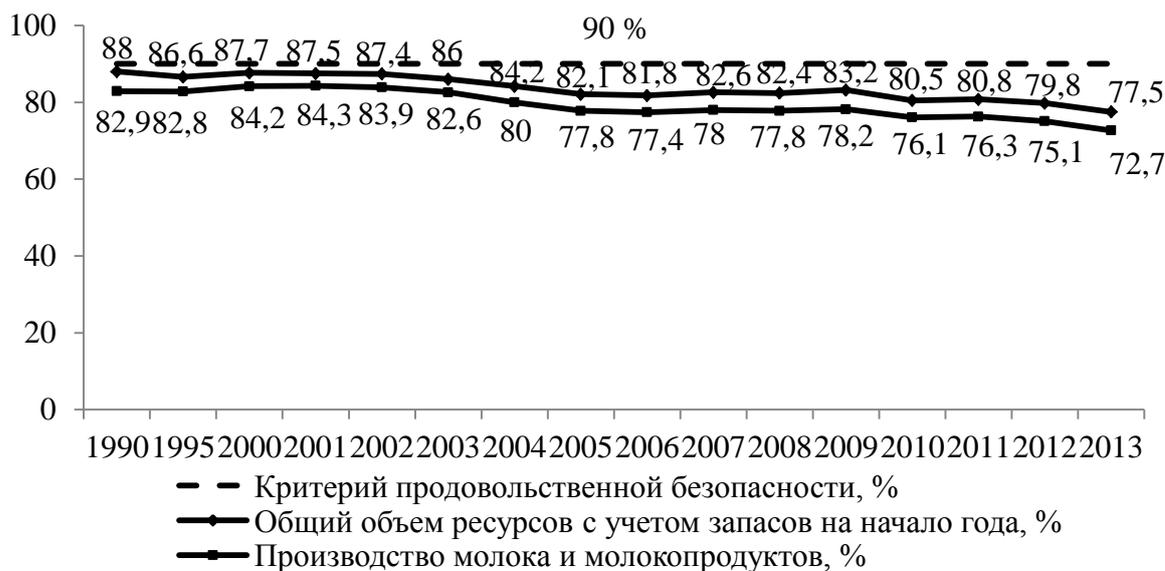


Рис. 3. Уровень обеспеченности РФ молоком и молокопродуктами в 1990–2013 гг., % Составлено по [4; 8].

Рационализация импорта продовольствия в значительной мере общероссийские проблемы и от того, в какой степени государство будет регулировать этот процесс, будет зависеть конечный результат.

Массированный импорт продовольствия в нашу страну, имеющую значительный производственный потенциал, уничтожает не только внутреннее производство, но и несет угрозу его дефицита в будущем.

В этой связи государство должно проводить протекционистскую политику по отношению к отечественным товаропроизводителям. Необходимо создать гибкую систему регулирования импорта сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.

Обобщая вышеизложенное, можно констатировать, что:

1. Превышение импорта над экспортом наблюдается по всем группам продуктов за исключением зерна. Таким образом, продовольственное обеспечение населения России является импортоориентированным.

2. Уровень самообеспеченности по молоку и молочным продуктам на 2013 год ниже зафиксированного в Доктрине продовольственной безопасности Российской Федерации уровня в 90 %, что является риском для обеспечения продовольственной безопасности. Динамика по молоку отрицательная.

3. Уровень самообеспеченности по мясу и мясопродуктам тоже ниже установленной нормы в 85 %, однако, динамика по данному показателю положительная.

4. Необходимо проведение активной внешнеэкономической деятельности направленной на рационализацию процесса импортозамещения в системе обеспечения импортно-экспортных потоков через государственный протекционизм.

Таким образом, обеспечение продовольственной безопасности России лежит в сфере наращивания объемов отечественного производства при синхронном импортозамещении соответствующих видов продукции и расширения экспорта за счет эффективной системы государственного протекционизма.

#### *Список литературы*

1. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 12.05.2009 г. N 537. – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
2. О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013 - 2020 годы (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс]: Постановление Правительства РФ от 14 июля 2012 г. N 717 – Доступ из справочно-правовой системы «Консультант плюс». – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
3. Об утверждении плана мероприятий ("дорожной карты") по содействию импортозамещению в сельском хозяйстве на 2014 - 2015 годы [Текст]: Собрание законодательства РФ, 13.10.2014, N 41, ст. 5566.
4. Доктрина продовольственной безопасности РФ [Текст]: Указ Президента РФ от 30.01.2010 г. N 120. – Собрание законодательства РФ, 01.02.2010, N 5, ст. 502.
5. Нуралиев С.У. Продовольственный рынок: проблемы становления и перспективы развития / С.У. Нуралиев. – Волгоград: изд-во Волгоградского ГУ, 2003. – 274 с.
6. О концепции национальной продовольственной безопасности Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Постанов. Совета Министров Республики Беларусь от 10.03.2004 г. N 252. – Режим доступа: <http://www.levonevski.net>, свободный.
7. Сельское хозяйство, охота и охотничье хозяйство, лесоводство в России - 2013 г. [Текст]: Стат. сб. / Росстат. – М., 2014.
8. Российский статистический ежегодник. 2014 [Текст]: Стат. сб. / Росстат. – М., 2014.

**УДК 338.242.4**

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ**

*А.А. Курилкин, магистр, преподаватель*

Карагандинский государственный индустриальный университет, г. Темиртау

Статья посвящена государственному регулированию экономики в различных странах. Автором рассмотрена необходимость государственного регулирования экономики и предложены методы оценки его эффективности.

**Ключевые слова:** государственное регулирование экономики, эффективность государственного регулирования, показатели эффективности государственного регулирования.

Экономика базируется на макроэкономических структурах, которые являются объектом воздействия со стороны государства. К ним относится совокупное производство, совокупное предложение и совокупный спрос. Основным условием нормального развития макроэкономики является состояние национального хозяйства, когда может быть полностью удовлетворен совокупный спрос покупателей. Это возможно достичь при соблюдении народнохозяйственной пропорциональности. Для пропорционального экономического развития необходимо постоянное поддержание соответствия структуры и объемов совокупного спроса, совокупного предложения и совокупного производства. Лишь при соблюдении всех этих оговорок возможно поддержание макроэкономического регулятора – общественного способа организации общества и хозяйственного механизма.

Можно выделить три основных регулятора: механизм саморегулирования рынка, регулирование государства и смешанное регулирование.

В каждой системе предполагается наличие прямых и обратных связей, которые также взяты за основу механизма саморегулирования рынка. Состояние равновесия между спросом и предложением достигается, когда есть прямые (от производства к рынку) и обратные (от рынка к производству) связи, действующие через гибкую систему цен. К его преимуществам можно отнести: эффективный механизм перераспределения ресурсов; гибкую систему, приспособляющуюся к меняющимся условиям и потребностям; строительство на принципах рационального поведения, возможность спрогнозировать запросы потребителей. Также оно имеет и недостатки: порождение монополизма, разрушающего саморегулирование; формирование неравенства доходов, обостряющего противоречия в обществе, проблему «внешних эффектов».

В условиях рынка государственное регулирование экономики – это система, состоящая из мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, которые осуществляются правомочными государственными учреждениями и общественными организациями для приведения существующей социально-экономической системы к изменяющимся условиям [1].

Государственное регулирование происходит во всех сферах экономики, а сама роль государства постоянно увеличивается с развитием НТП, укрупнением масштабов производства и углублением мирового разделения труда. Задачи, возникающие перед государством, весьма разнообразны. К ним можно отнести стимулирование экономического роста, регулирование занятости, поощрение положительных сдвигов в структуре отраслей и регионов, а также оказание экспортной поддержки. Направления, формы, масштабы ГРЭ определяются характером и остротой проблем в экономике и обществе той или иной страны за определенный временной отрезок.

Смешанное регулирование определяется таким положением, когда рыночный механизм управляет частной системой, а правительственные и общественные институты, опираясь на механизм рынка, оказывают воздействие на экономику с помощью указаний сверху и политики в области налогообложения. Оно характеризуется: сочетанием устойчивости управления

государства, необходимой для удовлетворения общественных потребностей и гибкости саморегулирования рынка; сочетанием основных целей макроэкономики: эффективностью хозяйствования, социальной справедливостью, стабильностью экономического роста; сбалансированностью совокупного спроса и предложения.

Различные страны имеют собственные механизмы хозяйствования, отличающиеся сферой действия рынка и государства, функцией регулятора, формами и методами государственного управления.

Имеется довольно большое количество вариантов регуляторов смешанного типа, из которых можно вычленить пару моделей, демонстрирующих практические пределы развития смешанной системы управления экономикой: мизерное участие государства и максимальное участие государства при попытке сохранить рынок.

В варианте с минимальным участием государства идет преобладание рыночной сферы. Здесь государство выполняет, в первую очередь, минимально необходимый набор функций, таких как: обеспечение рынка деньгами, регулирование внешних эффектов и управление нерыночным хозяйственным сектором. Это наблюдается в экономике США, когда до 4/5 ВВП обеспечивается рынком, а остаток создается под государственным контролем.

На значительном развитии государственного сектора основывается модель, в которой государственное регулирование является максимально допустимым (до 40% ВВП). Данная ситуация происходит в таких странах, как Швеция, Австрия, Германия и Япония. При данной модели государством происходит осуществление следующих функций: создания условий для эффективного хозяйствования, стабилизации развития экономики и регулирования социальных отношений.

В мире можно наблюдать различную степень воздействия государства на процессы, происходящие в экономике. Это связано со множеством причин, в числе которых выступают особенности исторического развития. В общем виде можно выделить два бескомпромиссно различающихся друг от друга подхода к управлению государством экономикой – это индивидуалистический и коммунитарный. На практике же зачастую используют сочетание данных подходов с доминированием одного над другим.

При индивидуалистической идеологии (Северная Америка, Западная Европа) значение государства в обществе зачастую ограничено. Главные его цели – это защитить собственность, обеспечить заключаемые договоры гарантиями, соблюсти открытость рынка и сохранить максимально свободную конкуренцию.

При коммунитарной идеологии государство определяет общественные потребности сообщества на краткосрочную и долгосрочную перспективу, планомерно их удовлетворяет, обеспечивает соблюдение намеченного курса, зачастую используя всю свою политическую мощь. Кроме того, в таком государстве происходит планирование и определение правительством курса

дальнейшего экономического развития, а исполнительная власть становится важнее законодательной, воздействуя на бизнес.

В настоящее время в индустриально развитых странах сформировались разнообразные модели ГРЭ:

- американская модель характеризуется налогово-бюджетными методами при небольшом объеме государственной собственности;

- западноевропейская модель сочетает высокую долю расходов государства в ВВП при достаточно большой части государственного сектора в сфере финансов и в инфраструктурных отраслях;

- японская модель характеризуется незначительными размерами государственного сектора и малой долей расходов бюджета в ВВП, представляя собой нигде не встречающуюся систему взаимосвязи госорганов и крупных корпораций, реализующих стратегические экономические цели.

Почти во всех странах имеются свои особенности государственного регулирования и государственного контроля, однако, прослеживается общая для всех направленность – практически повсеместно возросло государственное влияние.

В современном обществе проблемы глобального характера не могут решаться без участия государства. Одной из таких проблем выступает развитие социальной сферы, превратившейся в самый важный источник роста экономики. Государство сохраняет за собой ведущую роль в сфере национальной безопасности, в охране окружающей среды, в здравоохранении, в защите прав потребителя.

На глобальном уровне управления необходимо отчетливо осознавать основную цель экономики – поддержание макроэкономического равновесия и обеспечение общественного воспроизводства. Первостепенной целью государственного регулирования рыночной экономики является экономическая и социальная стабильность, а также укрепление существующего строя внутри страны. Она требует решения множества конкретных целей, без реализации которых не может быть осуществлена первостепенная. Конкретные цели неразрывно связаны с объектами государственного регулирования.

Также можно выделить цели первого порядка ГРЭ, реализация которых должна осуществляться непосредственно государством: рост экономики; достижение высокого уровня занятости населения; ценовая стабильность; равновесие внешнеэкономического сектора.

Стоит отметить, что независимо от существующей политической системы любая страна ставит целью своего развития достижение максимально высокого уровня жизни населения. Эту цель невозможно выразить ограниченным количеством показателей, поэтому в реальности государство проводит свою социально-экономическую политику, указывая конкретные рубежи, которые условно можно назвать целями второго уровня.

Зачастую такие цели закреплены конституционно, прописаны в программах политических партий в период проведения парламентских или президентских выборов. В любой момент цели могут обозначаться более де-

тально, в зависимости от степени экономического развития государства. Это: создание благоприятных институциональных условий для увеличения прибыли и создания конкуренции; стимулирование экономического роста; сглаживание экономического цикла; обеспечение социально приемлемого уровня занятости; сглаживание и предотвращение чрезмерных различий в доходах; сохранение высокого уровня конкурентоспособности национального производства на мировом рынке; поддержание внешнеэкономического равновесия; удовлетворительное состояние окружающей среды.

Для демократического государства важны не только экономические, но и политические цели, к которым относится: сохранение должного уровня правопорядка; беспрепятственное развитие общества; сохранение внешней безопасности и внутренней безопасности.

Существует множество целей третьего порядка, вытекающих из целей первого и второго порядка. Их достижение возможно лишь при тесном взаимодействии. Однако, между целями может возникнуть конфликт. Ведь очень трудно, к примеру, повысить эффективность производства, не пошатнув экологическое равновесие. В таком случае государство снимает конфликт целей. Многообразие целевых установок социально-экономического развития и ГРЭ – главная особенность современной экономической системы.

Как таковую эффективность государственного регулирования нужно оценивать в двух плоскостях. В первой, оно выражает национальные интересы, регулирует социально-экономические процессы и воздействует путем своих обязательных предписаний на условия функционирования субъектов рынка, а во второй само выступает как собственник и субъект рынка.

Касаемо эффективности регулирования государства как выразителя интересов всей нации, то здесь нет какого-либо явного критерия, позволяющего определить вклад государства в экономику. Каждая страна вынуждена решать эту проблему самостоятельно. Вопрос об эффективности государственного регулирования остро стоит и в Казахстане. Стоит установить хотя бы качественные критерии, чтобы по ним определить успешность или провал экономической государственной политики.

Первостепенная цель государства в экономике – обеспечить высокий уровень жизни граждан. Пути ее достижения и результаты отражаются в показателях государственного регулирования.

Критерием эффективности ГРЭ можно избрать развитие производительных сил, которое оценивается через рост благосостояния граждан. Если этот обобщенный критерий конкретизировать, то сюда можно отнести спад или подъем производства (отсутствие или наличие экономического роста), степень управляемости экономикой и социальными процессами. Нужно также включить в критерии эффективности повышение эффективности производства (рост производительности труда, ресурсосбережение). Следовательно, эффективность регулирования государства можно оценивать по следующим основным критериям:

- сравнение прогнозируемых показателей с фактически достигнутыми;

- международные сопоставления, которые позволяют определить, оказало ли регулирование влияние на достижение более высоких темпов экономического развития, роста благосостояния народа, на более рациональное использование ресурсов, в которых за базу сравнения следует избирать во многом схожие национальные экономики, где уровень регулирования больше или меньше;

- соотнесение фактических и пороговых показателей экономической безопасности страны.

Когда обостряется негативная ситуация, то государственное влияние возрастает как на достижение стабилизации экономики, так и на решение других вопросов. Когда страна развивается спокойно и плавно, нет кризисов, то государственное влияние сокращается, и оно начинает действовать в рамках долгосрочных программ. Такая политика зарекомендовала себя достаточно эффективной и позволила развитым странам избежать кризисных явлений, обеспечив при этом устойчивые темпы развития экономики.

В каждой из развитых зарубежных стран есть специальный орган на уровне высшей государственной власти, который обеспечивает разработку программ социально-экономического и научно-технического развития, а также проводит меры по их выполнению. Так в США – эту функцию выполняют специальные экономические службы и организации при президенте и Конгрессе, во Французской республике – комиссариат по планированию, а в Японии – управление по экономическому планированию. При этом идет разработка правовой (законодательной) базы, обеспечивающей деятельность госорганов по экономическому регулированию.

По критериям эффективности государственного сектора производится оценка эффективности деятельности государства.

Улучшение общественного благосостояния показывает критерий Скитовски, при условии, что выполняется критерий Калдора-Хикса, а теряющие не имеют возможности подкупить тех, кто выигрывает, чтобы отменить этот выигрыш.

По критерию Литтла, для обеспечения эффективности деятельности должен выполняться критерий Скитовски, в это время не должно быть ухудшения распределения благосостояния общества.

Чтобы определить прямые и конечные результаты деятельности организаций государственного сектора также можно применять следующие типы показателей эффективности и результативности:

- показатель затрат – оценка стоимости необходимых для выпуска продукции (выполнения работ, оказания услуг) финансовых, трудовых и материальных ресурсов;

- показатель выпуска – результаты произведенных затрат, объем и качество произведенных товаров, работ, услуг;

– показатель конечных результатов деятельности – результаты выполнения государственными организациями поставленных перед ними задач и возложенных на них функций.

При осуществлении методики оценки эффективности государственной программы существует необходимость проведения следующих оценок:

- степень достижения целей и решения задач подпрограмм и государственной программы в целом;
- степень соответствия запланированному уровню затрат и эффективности использования средств государственного бюджета;
- степень реализации мероприятий (достижения ожидаемых результатов их реализации).

Государственное регулирование экономики имеет первостепенное значение для роста благосостояния населения, экономической безопасности страны. Оценить же его эффективность можно лишь при использовании принятых в международной практике критериев, применяя разнообразные типы показателей, без правильного сочетания которых невозможно оценить эффективность государственного регулирования, и, как следствие, определить дальнейший путь развития государства.

#### *Список литературы*

1. Николаева Л., Черная И. Экономическая теория. Курс лекций [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Econom/nikol/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Econom/nikol/index.php). свободный / (дата обращения 25. 02. 2015).

**УДК 338.2:339.3:339.138**

## **ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ СЕТЕВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ: ДИАГРАММА ГАНТА**

*Е.И. Леоненко, канд. экон. наук*

*И.Н. Григорьев, студент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В данной статье рассмотрены преимущества сетевых методов планирования в деятельности организации, выбран наиболее простой и эффективный подход – составление диаграммы Ганта, который рекомендуется использовать совместно с методом анализа критического пути и диаграммой последовательности событий. Данный метод рассмотрен на примере работ по проекту создания интернет-магазина ООО «Компьютерная Академия АргуньСофт».

**Ключевые слова:** сетевое планирование, календарные графики, диаграмма Ганта, проект.

В современных условиях сохраняется необходимость тщательного и системного планирования деятельности организации.

Процесс планирования имеет огромное значение и требует особого внимания со стороны руководства организацией, так как позволяет рационально и максимально эффективно задействовать основные резервы и время для осуществления цели планирования.

Основная трудность в составлении плана – отсутствие прототипа, позволяющего предсказать все работы, которые предстоит выполнить, вследствие чего план должен меняться во время выполнения работ.

Возникает необходимость в использовании подхода, который бы позволил максимально эффективно и в намеченные сроки создать и реализовать план по конкретному проекту, задаче, которую поставила перед собой организация, в рамках согласованного бюджета.

Объектом данного исследования являются методы сетевого планирования, каждый из которых имеет свои достоинства и недостатки.

Наиболее часто применяются в планировании проектов такие графические методы как: системная карта, схема влияний, диаграмма Ганта, схема поля сил, диаграмма причин и следствий, метод анализа критического пути и т.п. Данные подходы успешно используются как по отдельности, так и могут последовательно дополнять друг друга.

Цель исследования заключается в выборе и изучении эффективного и простого в использовании метода сетевого графического планирования.

Предметом исследования является такой метод графического планирования, как диаграмма Ганта, который позволяет определить очередность и сроки выполнения задач, распределить время, отведённое на реализацию проекта.

Диаграмма Ганта позволяет наглядно отразить ход выполнения любой операции, этапа в реализации проекта и его увязку со временем, и представляет собой тип столбчатых диаграмм (гистограмм), расположенных вдоль временной оси и используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту. Для этого диаграмма, имеет две шкалы (абсцисса и ордината): шкала выполняемых задач и временная шкала, соответственно.

Каждая полоса на графике соответствует одной задаче, решаемой в данный промежуток времени. Длина ленты символизирует собой продолжительность времени, отведенного на решение этой задачи, а текущая дата является как бы границей, по левую часть от которой подразумевается, что уже выполнено, а по правую – что еще предстоит сделать.

Преимуществом диаграммы Ганта, несомненно, является её графическое представление. Благодаря такому представлению и тому, что задачи зачастую представляют собой полосы различных цветов, члены команды по управлению проектами могут безошибочно определить свои задачи в проекте.

Диаграмма Ганта является презентационным инструментом, который показывает основные приоритеты проекта. Метод диаграммы Ганта позволяет руководителю проекта иметь полное представление о том, какие задачи уже выполнены и какие еще предстоит осуществить, а так же, сколько ушло и сколько понадобится времени для реализации проекта. А так как на диаграмме наглядно видно временное отражение каждого этапа, то у руководителя появляется возможность точно распределять ресурсы организации для того, чтобы укладываться в сроки для успешного и своевременного завершения проекта.

Диаграмма Ганта не является графиком работ, так как отсутствует жесткая привязка к календарю. Вместе с тем, диаграмма Ганта не отобража-

ет сущности, а также значимости или ресурсоёмкости работ. Чем сложнее и крупнее проект, тем более бесполезна для него диаграмма Ганта, так как она становится крайне объёмной, «тяжеловесной» и теряет всякую наглядность. Диаграмму Ганта, зачастую, рассматривают как жёсткую «решётку». Но, как только в рамках одной системы появляются термины «взаимозависимость событий» и «статистические отклонения», диаграмма Ганта, построенная исходя из математического ожидания, теряет всякую правдивость [1].

Существенным минусом диаграммы Ганта является невозможность отразить зависимость задач, этапов диаграммы между собой из-за её формата. Чтобы смягчить такие проблемы, сотрудники отдела планирования могут проиллюстрировать ограничения, связанные с задачами, добавив вертикальные линии, но это временное решение, не предоставляющее достаточно информации о ключевых зависимостях, и это не позволяет менеджерам проектов проверить их [2].

Для того чтобы скрыть указанные недостатки данного метода планирования рекомендуется после построения диаграммы Ганта использовать метод анализа критического пути и построить диаграмму последовательности событий. Данные методы сетевого планирования позволят получить более точные результаты.

Критический путь - это последовательность связанных задач, суммарное время выполнения которых равно минимальному возможному времени реализации проекта. Схема критического пути является полезным инструментом для составления графиков с учётом зависимостей между задачами и контроля над реализацией проекта.

Диаграмме Ганта присуща негибкость. Проекты постоянно изменяются и не являются статичными. Руководители проектов должны учитывать всё, прежде чем они смогут построить график, так как при любом изменении придётся актуализировать диаграмму Ганта [3].

Такая ситуация наблюдается, если диаграмма Ганта строится вручную. Для того, чтобы в процессе мониторинга и контроля обеспечить высокий уровень гибкости, следует использовать специализированные компьютерные программы. С помощью таких программ можно проигрывать и детализировать возможные варианты развития событий.

Необходимо помнить, что чем большими возможностями обладают такие программы, тем они сложнее и тем больше времени требуется руководителю для приобретения опыта, необходимого для их правильного использования. Поэтому на ранних стадиях проекта целесообразно начинать планировать с простейших программ, например электронных таблиц Excel.

Для демонстрации применения диаграммы Ганта используется проект по запуску интернет-магазина. Объектом наблюдения является ООО «Компьютерная Академия АргуньСофт». Для осуществления проекта существуют идеальные условия, при которых продолжительность каждого этапа будет строго совпадать с установленными в плане сроками.

Выделяют следующие этапы (мероприятия) в создании рабочего сайта интернет-магазина:

1. Заполнение брифа и технического задания;
2. Выбор системы администрирования сайта (движок, CMS);
3. Прототипирование;
4. Подготовка дизайн-макета и его утверждение;
5. Подготовка контента для сайта (описание товаров, фото, статьи);
6. Верстка и подключение сайта к CMS;
7. Заполнение сайта контентом;
8. Тестирование сайта;
9. Подключение систем статистики и настройка целей.

Каждый из приведённых выше этапов при построении диаграммы Ганта будет зафиксирован на ней в виде отдельной полосы, которая, если опустить к абсциссе асимптоты, имеет четкие временные рамки. Благодаря такому изображению отдельных задач, этапов проекта на диаграмме становится возможным иметь наглядное изображение всего проекта, последовательности этапов и их увязки со временем. Так как не всегда есть возможность воспользоваться специализированными программами для создания диаграммы Ганта, рассмотрим построение диаграммы в Microsoft Excel. Для этого откроем новый Лист в Excel и введем данные следующим образом (таблица 1):

*Таблица 1*

Список этапов (задач) для создания интернет-магазина

Нумерация Excel	А	В	С	Д	Е
2	Этапы проекта	Дата начала	Длительность	Задержка	Дата окончания
3	Заполнение брифа и технического задания	01.11.14	2	0	02.11.14
4	Выбор системы администрирования сайта	02.11.14	3	-1	04.11.14
5	Прототипирование	03.11.14	5	-2	07.11.14
6	Подготовка дизайн-макета и его утверждение	04.11.14	5	-4	08.11.14
7	Подготовка контента	09.11.14	7	0	15.11.01
8	Верстка и подключение сайта к CMS	13.11.14	4	-3	16.11.14
9	Заполнение сайта контентом	17.11.14	2	0	18.11.14
10	Тестирование сайта	19.11.14	3	0	21.11.14
11	Подключение систем статистики и настройка целей	19.11.14	2	-3	20.11.14
12	Итого:	01.11.14	21	-	21.11.14

Задержка в таблице 1 представляет собой временной интервал между окончанием предыдущего этапа и началом последующего. Задержка может быть как положительной, когда делается пауза между этапами, так и отрицательной, когда начинается следующий этап, не заканчивая предыдущий.

Для прогнозирования последствий задержек также рекомендуется использовать метод анализа критического пути, отмеченный выше.

Дата окончания, на примере этапа «заполнение брифа и технического задания» рассчитывается следующим образом (таблица 2).

Таблица 2

Расчёт даты окончания этапа №1

А	В	С	Д	Е
Этапы проекты	Дата начала	Длительность	Задержка	Дата окончания
Заполнение брифа и технического задания	01.11.14	2	0	=B3+C3-1
Выбор системы администрирования сайта	02.11.14	3	-1	04.11.14

Дата начала нового этапа «выбор системы администрирования сайта» с учётом даты окончания предыдущего этапа и задержки рассчитывается следующим образом (таблица 3).

Таблица 3

Расчёт даты начала этапа №2

А	В	С	Д	Е
Этапы проекты	Дата начала	Длительность	Задержка	Дата окончания
Заполнение брифа и технического задания	01.11.14	2	0	02.11.14
Выбор системы администрирования сайта	=E3+D4+1	3	-1	04.11.14

Далее строится диаграмма Ганта на основе данных диапазона А3:С11 (таблица 1), где на оси абсцисса - дни, а на оси ордината - этапы проекта. Диаграмма Ганта по проекту создания интернет-магазина ООО «Компьютерная Академия АргуньСофт» представлена на рис.1.

Диаграмма Ганта за счёт своего графического представления позволяет иметь более полное представление о реализуемом проекте, так как в ней наглядно отображен ход выполнения и взаимосвязь всех этапов. Самым продолжительным этапом в проекте интернет-магазина является подготовка контента (7 дней). Чуть менее продолжительны этапы прототипирования, подготовка дизайн-макета и его утверждение (оба по 5 дней). Следовательно, этим этапам нужно уделить большее внимание при их реализации, так как

они более продолжительны относительно прочих этапов проекта, что указывает на определенные сложности внутри них.

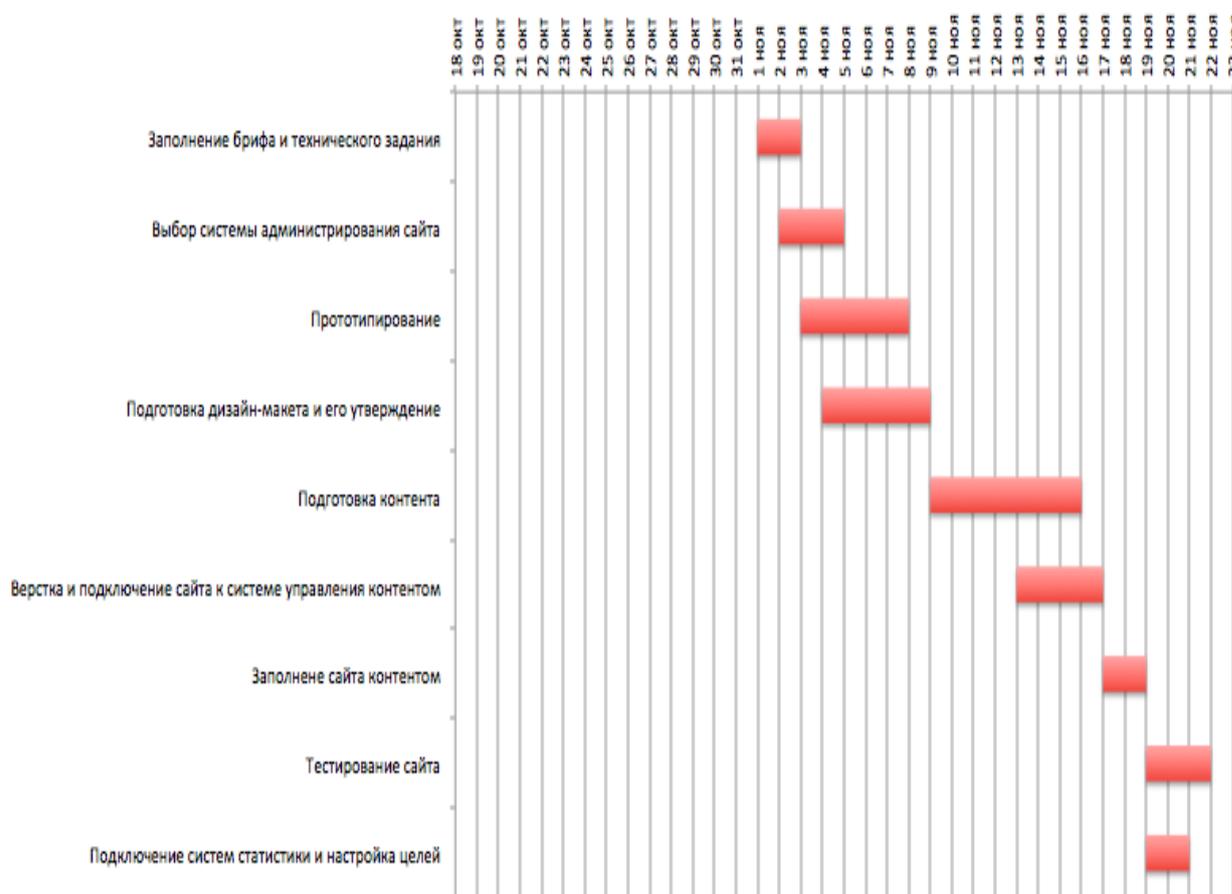


Рис. 1. Диаграмма Ганта по проекту создания интернет-магазина ООО «Компьютерная Академия АругьСофт»

Такой инструмент планирования проектов, как диаграмма Ганта, позволил сотрудникам отдела планирования ООО «Компьютерная Академия АругьСофт» иметь наглядное представление о проекте создания интернет-магазина, и, соответственно, более оперативно принимать решения руководству проекта. Благодаря используемому подходу проект удалось завершить вовремя, а именно за 21 календарный день. В связи с этим, цель исследования, которая заключалась в применении такого метода графического планирования, который бы позволил эффективно и в кратчайшие сроки выполнить проект, была достигнута.

Целесообразно продолжить дальнейшее исследование по данной проблематике в направлении поиска способов эффективного применения диаграммы Ганта к проектам любой сложности и масштаба, так как в настоящий момент она применима исключительно к малым и несложным по своему характеру проектам.

На данном примере с небольшим количеством этапов диаграмма Ганта показала себя как крайне эффективный инструмент планирования. Можно сделать вывод, что при её использовании становится возможным контролировать ход выполнения всех этапов проекта относительно существующих сроков его осуществления, и, несомненно, более оперативно предпринимать соответствующие действия в случае отклонения от плана, что, в свою очередь, разительно упрощает процесс планирования и ведёт к улучшению результата.

#### *Список литературы*

1. Заботина Н.Н. Проектирование информационных систем.-М.:ИНФРА-М, 2011. -331с.
2. Культин Н.Б. Инструменты управления проектами: ProjectExpert и Microsoft Project. –СПб.:БХВ-Петербург, 2009. -160с.
3. Кудрявцев Е.М. Методы сетевого планирования и управления проектами. – М.:ДМК Пресс, 2008. -238с.

**УДК 657.622**

## **ОЦЕНКА ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ПРИРАЩЕНИЯ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ**

*А.О. Липская, аспирант*

*Научный руководитель: Е.Г. Толкачёва, канд. экон. наук, доцент  
УО «Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации», Республика Беларусь, г. Гомель*

На основании изучения специальной экономической литературы и нормативно-правовой базы в статье систематизированы внутренние и внешние факторы, оказывающие влияние на источники приращения собственного капитала организации. По результатам изучения причин изменения элементов собственного капитала расширена система показателей оценки капиталобразования и предложены модели оценки влияния факторов на процессы внутреннего капиталобразования.

**Ключевые слова:** собственный капитал, внутренние факторы приращения собственного капитала, коэффициент внутреннего капиталобразования.

В современных условиях хозяйствования, характеризующихся постепенным расширением присутствия стратегических инвесторов в различных отраслях экономической деятельности и ростом диверсификации их участия в формировании уставного капитала коммерческих организаций, важное значение уделяется проблемам обеспечения устойчивости функционирования реального сектора экономики и дальнейшего развития экономики страны в целом.

В связи с этим сохраняют свою актуальность задачи повышения качества управления процессами формирования и наращивания собственного капитала организации с использованием современного аналитического инструментария, решение которых невозможно без детального исследования существующей системы показателей оценки факторов воздействия на процессы капиталобразования.

По этой причине автором была проведена систематизация основных факторов, влияющих на приращение собственного капитала организации и его компонентов, с выделением категории источников капиталообразования, которая представлена в таблице 1.

*Таблица 1*

Группировка факторов увеличения компонентов собственного капитала организации по источникам капиталообразования

Компоненты собственного капитала	Факторы увеличения	Источники капиталообразования	Приоритетные цели капиталообразования
1	2	3	4
Уставный капитал	Внесение дополнительных вкладов.	Внешний	Привлечение средств собственников, ведущее к увеличению уставного капитала в денежной и (или) неденежной форме
	Расширение состава учредителей (участников).		
	Для акционерных обществ: дополнительный выпуск акций или увеличение их номинальной стоимости.		
	Реорганизация хозяйствующего субъекта в форме присоединения.		
	Доведение уставного капитала до величины чистых активов.		
Собственные акции (доли)	Реализация ранее выкупленных акций (долей) у акционеров или пропорциональное распределение.	Внешний	Перераспределение средств собственников, увеличение уставного капитала в случае реализации акций (долей)
Паевые взносы	Пополнение средств за счёт паевых взносов от новых пайщиков или зачисление невостребованных в установленный срок паевых взносов и доходов на них.	Внешний	Привлечение средств пайщиков, ведущее к увеличению паевого фонда
	Зачислены на увеличение паевого взноса причитающиеся пайщиком доходы от распределения прибыли.		

1	2	3	4
Резервный капитал	Направление чистой прибыли на увеличение резервного капитала.	Внутренний	Перераспределение и накопление прибыли
Добавочный капитал	Прирост стоимости долгосрочных активов в результате переоценки, проводимой в соответствии с законодательством.	Внутренний	Увеличение собственного капитала в денежной форме
	Превышение цены реализации акций над их номинальной стоимостью, образовавшееся при формировании и последующем увеличении уставного фонда акционерного общества (эмиссионный доход).	Внешний	Привлечение средств собственников, ведущее к увеличению уставного капитала в денежной и (или) неденежной форме
	Внесение дополнительных вкладов в пределах одного собственника.		
	Образование положительных курсовых разниц по дебиторской задолженности учредителей по вкладам в уставный капитал, выраженным в иностранной валюте.	Внутренний	Увеличение собственного капитала в денежной форме
Нераспределённая прибыль	Присоединение суммы чистой прибыли отчётного года.		
	Изменения учётной политики.		
Целевое финансирование	Получение средств целевого финансирования.	Внешний	Привлечение средств

Примечание. – Источник: собственная разработка на основании изучения экономической литературы [1].

Таким образом, внутренними факторами изменения собственного капитала организации является увеличение капитализированной прибыли, прирост стоимости долгосрочных активов в результате проведения переоценки в

установленном законодательством порядке, направляемых в установленном порядке на пополнение собственного капитала; а также образование положительных курсовых разниц по дебиторской задолженности учредителей по вкладам в уставный капитал, выраженным в иностранной валюте.

При этом в большинстве организаций прирост собственного капитала в основном и достигается за счёт средств добавочного капитала, однако основным резервом для капиталобразования должна оставаться прибыль, размер которой является результатом осуществления экономической деятельности организации и свидетельствует о способности организации самостоятельно наращивать собственный капитал. В связи с этим оценку капиталобразования рекомендуем осуществлять с использованием следующих показателей, представленных в таблице 2.

Таблица 2

Рекомендуемые показатели оценки приращения собственного капитала организации

Показатели	Методика расчёта	Экономическая интерпретация
1	2	3
Коэффициент прироста собственного капитала на 1 рубль доходов	Отношение прироста собственного капитала к доходам	Характеризует сумму прироста собственного капитала, полученную с 1 рубля доходов. Чем выше значение данного показателя, тем больший прирост собственного капитала обеспечивается текущей, инвестиционной и финансовой деятельностью организации.
Коэффициент прироста собственного капитала на 1 рубль расходов	Отношение прироста собственного капитала к расходам	Характеризует сумму прироста собственного капитала, полученную с 1 рубля понесённых расходов. Чем выше значение данного показателя, тем эффективнее осуществляется контроль за расходами организации и достигается приращение собственного капитала за счёт внешних и внутренних источников.
Коэффициент внутреннего капиталобразования за счёт капитализированной прибыли	Отношение капитализированной прибыли к средней стоимости собственного капитала	Характеризует сумму прибыли, направленную на приращение собственного капитала и приходящуюся на 1 рубль средней стоимости собственного капитала.
Коэффициент внутреннего капиталобразования за счёт прочих факторов	Отношение прироста внутренних источников за исключением капитализированной прибыли к средней стоимости собственного капитала	Характеризует величину прироста собственного капитала за счёт прочих факторов на 1 рубль средней стоимости собственного капитала.

1	2	3
Коэффициент внешнего капиталообразования	Разница между 1 и коэффициентом внутреннего капиталообразования в целом	Характеризует сумму внешних источников приращения, направленных на пополнение собственного капитала и приходящихся на 1 рубль средней стоимости собственного капитала
Коэффициент устойчивости экономического роста	Отношение суммы капитализированной прибыли к остатку собственного капитала на начало периода	Характеризует темпы увеличения собственного капитала за счет результатов финансового - хозяйственной деятельности организации

Примечание. – Источник: собственная разработка на основании изучения экономической литературы [1], [2], [3].

Рекомендуемые показатели оценки прироста собственного капитала по основным направлениям и источникам его приращения позволяют оценить вклад каждого источника в общую сумму приращения собственного капитала, определить тенденции и пропорции изменения компонентов собственного капитала организации, дают возможность оперативно диагностировать факторы, воздействующие на данные изменения, а также расширяют аналитические возможности и информационную базу для принятия обоснованных управленческих решений, направленных на изыскание резервов приращения собственного капитала.

При этом с целью более детальной оценки внутренних факторов приращения собственного капитала организации автором было произведено разложение факторной модели коэффициента внутреннего капиталообразования за счёт капитализированной прибыли по ряду направлений, в том числе с использование двухфакторной и трёхфакторной модели Дюпона. Рекомендуемые модели факторного анализа коэффициента внутреннего капиталообразования представлены в таблице 3.

Таблица 3

Рекомендуемые модели факторного анализа коэффициента  
внутреннего капиталообразования

Факторная модель	Экономическая интерпретация
1	2
$K_{kap} = \frac{ЧП \cdot d_{кк}}{СК}$	Позволяет оценить влияние чистой прибыли (ЧП), доли капитализированной прибыли в составе чистой прибыли ( $d_{кк}$ ) и средней стоимости собственного капитала ( $СК$ ) на изменение коэффициента внутреннего капиталообразования ( $K_{kap}$ ).
$K_{kap} = Re_{ск} \cdot (1 - K_{Особ})$	Позволяет оценить влияние рентабельности собственного капитала ( $Re_{ск}$ ) и коэффициента отчислений собственнику ( $K_{Особ}$ ) на изменение коэффициента внутреннего капиталообразования ( $K_{kap}$ ).

1	2
$K_{kap} = d_{kk} \cdot Re_{np} \cdot Komd_{ck}$	Позволяет оценить влияние доли капитализированной прибыли в составе чистой прибыли ( $d_{кп}$ ), рентабельности продаж ( $Re_{np}$ ) и коэффициента отдачи собственного капитала ( $Komd_{ck}$ ) на изменение коэффициента внутреннего капиталообразования ( $K_{kap}$ ).
$K_{kap} = d_{kk} \cdot Re_{np} \cdot Komd_A \cdot Kсоот$	Позволяет оценить влияние доли капитализированной прибыли в составе чистой прибыли ( $d_{кп}$ ), рентабельности продаж ( $Re_{ck}$ ) и коэффициента отдачи активов ( $Komd_A$ ) и коэффициента соотношения активов и собственного капитала ( $Kсоот$ ) на изменение коэффициента внутреннего капиталообразования ( $K_{kap}$ ).
$K_{kap} = \sum d_i \cdot Re_{np_i} \cdot d_{kk} \cdot Komd_{ck}$	Позволяет оценить влияние структуры выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг ( $d_i$ ) и рентабельности продаж ( $Re_i$ ) в разрезе отраслевых бизнес-сегментов, доли капитализированной прибыли в составе чистой прибыли ( $d_{кп}$ ), рентабельности продаж ( $Re_{ck}$ ) и коэффициента отдачи собственного капитала ( $Komd_{ck}$ ) на изменение коэффициента внутреннего капиталообразования ( $K_{kap}$ ) в многоотраслевых организациях

Примечание. – Источник: собственная разработка на основании изучения экономической литературы [2].

Применение рекомендуемых факторных моделей в прогнозных целях позволит воздействовать на причины, оказывающие влияние на изменение процессов капиталообразования, в том числе определить результат эффективности ведения текущей деятельности организации и рациональности использования её активов на увеличение внутренних источников приращения собственного капитала организации, а также оценить вклад (степень участия) отдельных бизнес-сегментов для многоотраслевых организаций в приращение собственного капитала.

#### Список литературы

1. Инструкция о порядке составления и представления бухгалтерской отчетности : утв. постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 31 окт. 2011 г. № 111 // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2015.
2. Когденко В. Г. Экономический анализ [Электронный ресурс] : электрон. учеб. курс / В. Г. Когденко. – Электрон. дан. и прогр. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
3. Шашкина М. Е. Оценка взаимосвязи между резервами на возможные потери и формированием капитала коммерческих банков : автореф. Дис. ... канд. экон. наук : 08.00.10 / М. Е. Шапкина ; ГОУ ВПО «Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского». – Н. Новгород, 2010. – 24 с.

## НАЛОГОВЫЙ АУДИТ И ЭКСПЕРТИЗА В РАЗВИТИИ БИЗНЕСА ОРГАНИЗАЦИИ

*Е.Н. Лищук, канд. экон. наук, доцент*

*М.В. Батанова, студентка*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Для России характерна сложная система налогообложения, наличие большого количества спорных арбитражных дел по налоговым вопросам и значительные административные, финансовые и уголовные санкции за нарушение налогового законодательства. При осуществлении хозяйственной деятельности налогообложение имеет большое влияние на управление хозяйствующим субъектом. Стабильное финансовое положение любой организации во многом определяется величиной налоговых обязательств и существенностью налоговых рисков. Каждая организация ищет средства и формы защиты, направленные на максимально возможное сокращение нежелательных последствий, связанных с налоговыми ошибками. Такими средствами становятся налоговый аудит и экспертиза.

**Ключевые слова:** налоговый консалтинг, налоговый аудит, услуги, экспертиза.

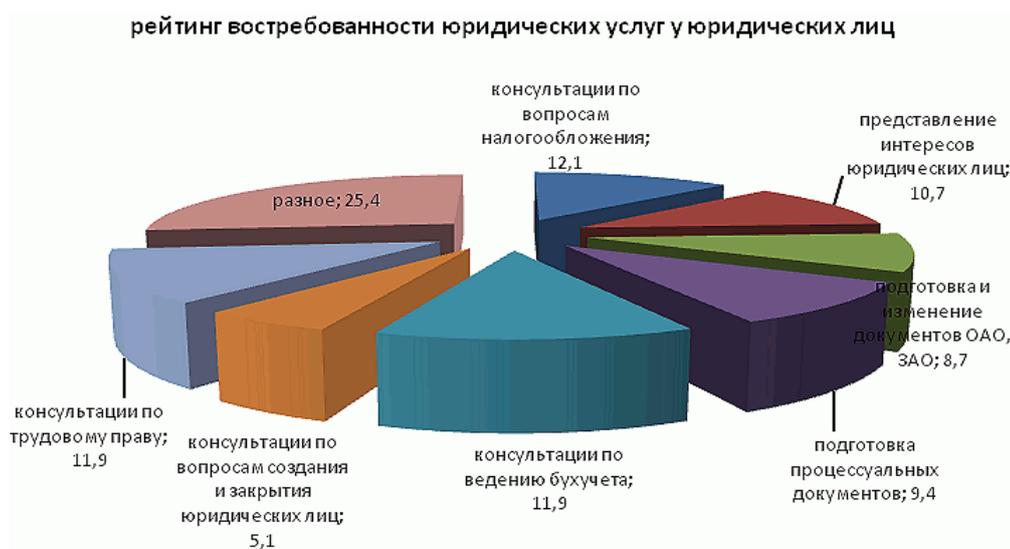
Успешное развитие современного бизнеса невозможно без определенных знаний и навыков в области, касающейся действующего законодательства. Аудиторские организации оказывают своим клиентам целый ряд консалтинговых услуг, способствующих развитию бизнеса. К таким услугам согласно Федеральному закону «Об аудиторской деятельности» относят: постановку, восстановление и ведение бухгалтерского учета, составление бухгалтерской (финансовой) отчетности, бухгалтерское консультирование; налоговое консультирование, постановку, восстановление и ведение налогового учета, составление налоговых расчетов и деклараций; управленческое консультирование, связанное с финансово-хозяйственной деятельностью; разработку и анализ инвестиционных проектов; составление бизнес-планов и др. [1].

Результаты исследования рейтинга наиболее востребованных услуг, направленных на решение проблем по совершенствованию управления организацией и оптимизации хозяйственных процессов представлены на рисунке 1.

Отметим, что в числе наиболее востребованных юридическими лицами в 2014 году оказались следующие консалтинговые услуги:

- консультации по вопросам налогообложения - 12,1 %;
- представление интересов юридических лиц по делам об административных правонарушениях - 10,7 %;
- подготовка и изменение документов уставных, собраний акционеров и др. - 8,7 %;
- подготовка процессуальных документов (исков, жалоб, заявлений, ходатайств) - 9,4 %;
- консультации по вопросам ведения бухгалтерского учета и отчетности - 11,9 %;
- предоставление адвокатской защиты по уголовным делам экономической или налоговой направленности - 0,2 %;

- правовая экспертиза документов и процессуальных актов, материалов арбитражных дел - 4,8 %;
- консультации по вопросам создания, преобразования, закрытия юридических лиц - 5,1 %;
- консультации по вопросам банкротства, внешнего управления - 1,8 %;
- консультации по вопросам корпоративных отношений - 3,9 %;
- представление интересов организации в арбитражных судах, судах общей юрисдикции - 4,7 %;
- консультации по трудовому праву - 11,9 %.



Налоговый консалтинг представляет собой услуги, которые могут предложить клиентам независимые организации, профессионально занимающиеся решением вопросов налогового законодательства. В результате оказания данных услуг профессиональные специалисты оценивают ситуацию в области налогообложения, которая возникла или может возникнуть у организации-клиента, и предлагают возможные варианты решения проблемы с точки зрения налогообложения, либо рассматривают возможные действия со стороны налоговых органов. Таким образом, налоговый консалтинг не ограничивается лишь консультациями по вопросам налогообложения и налоговым аудитом, а может включать и юридические услуги: представление интересов организации в арбитражных судах, судах общей юрисдикции; экспертизу документов, процессуальных актов, материалов арбитражных дел; подготовку процессуальных документов (исков, жалоб, заявлений, ходатайств); предоставление адвокатской защиты по уголовным делам экономической или налоговой направленности.

Востребованность налогового консалтинга на рынке аудиторских услуг обусловлена следующими факторами:

- сложной системой налогообложения;
- постоянно меняющимся налоговым законодательством;

- наличием большого количества спорных арбитражных дел по налоговым вопросам;
- недостаточной компетентностью руководителей и сотрудников бухгалтерских служб;
- стремлением организаций получить качественные аудиторские консультации по вопросам планирования налогообложения.

Актуальными направлениями налогового консалтинга являются налоговый аудит и налоговая экспертиза.

Под налоговым аудитом понимается выполнение аудиторской организацией специального аудиторского задания по рассмотрению бухгалтерских и налоговых отчетов экономического субъекта с целью выражения мнения о степени достоверности и соответствия во всех существенных аспектах нормам, установленным законодательством, порядка формирования, отражения в учете и уплаты экономическим субъектом налогов и других платежей в бюджеты различных уровней и внебюджетные фонды. Понятие «налоговый аудит» регламентируется п. 2.1 Методики аудиторской деятельности «Налоговый аудит и другие сопутствующие услуги по налоговым вопросам. Общение с налоговыми органами» (далее – Методика). Перечень аудиторских заданий по выполнению налогового аудита и сопутствующих услуг по налоговым вопросам, которые могут оказываться аудиторскими организациями представлен в приложении 1 Методики

Изучение нормативной базы и специальной экономической литературы позволяет утверждать: «налоговый аудит» относится к тем понятиям, которые неоднозначно трактуются в теории аудита, что, в свою очередь, отражается в практике оказания аудиторских услуг [2].

Подход, закрепленный в нормативной базе, при котором налоговый аудит рассматривается как вид специального аудиторского задания, на наш взгляд, является вполне обоснованным, а применение ФПСАД 8/2011 «Особенности аудита отчетности, составленной по специальным правилам» наиболее разумным. Во-первых, как при любом специальном аудиторском задании, при налоговом аудите проверке подлежит специальная отчетность, отличная от официальной бухгалтерской отчетности. Во-вторых, при проведении налогового аудита в итоговом документе аудитором выражается мнение о степени полноты и правильности исчисления, отражения в налоговых регистрах и налоговых декларациях данных по налогам, а также своевременности расчетов с бюджетом [3].

В процессе проведения налогового аудита осуществляется проверка всех элементов налога (правильности определения объекта налогообложения; правомерности освобождения от уплаты налога по отдельным операциям, видам имущества; применения налоговых льгот; правильности формирования налоговой базы, применения налоговых ставок, установления момента формирования налоговой базы; правомерности принятия вычетов по налогам; правильности исчисления налога; своевременности уплаты налога; пра-

вильности заполнения и своевременности представления налоговой декларации). Все эти операции, которые проводятся в рамках налогового аудита, нормативно закреплены в статьях НК РФ в разрезе различных налогов.

При проведении как сплошной, так и тематической проверки правильности исчисления налогов за прошлые периоды можно выделить два направления: анализ ошибок и рисков, а также выявление налоговых резервов.

В первом случае проверяются те направления, которые традиционно являются наиболее важными для организации-клиента: правильность определения доходов, учета имущества, правомерность признания расходов и применения налоговых вычетов, прав на применение льгот или пониженных ставок налогов, наличие оснований для получения налоговой выгоды в определенном периоде. В результате таких исследований вскрываются направления, угрожающие организации-клиенту налоговыми проблемами.

Во втором случае выясняется, всеми ли законными возможностями для уменьшения налоговой нагрузки воспользовался клиент. В данном случае исследуются специфика деятельности и профиль налогоплательщика, подразумевающие возможное право на применение тех или иных льгот, и то, какими из них и почему предприятие не воспользовалось. При этом проверяется, например: какие расходы были признаны не уменьшающими налогооблагаемую прибыль, НДС по каким счетам-фактурам к вычету не принимался, имеется ли неиспользованное право на применение повышающих коэффициентов по амортизации и др.

Необходимо отметить, что при налоговом аудите нередко в качестве задачи ставится подготовка уточненных налоговых деклараций, подаваемых для реализации выявленных налоговых резервов, - для возврата (зачета) излишне уплаченных или взысканных налогов, возмещения НДС. В данных случаях, как правило, аудиторам ставится не только задача собственно анализа, но и подбор документов для камеральной проверки, а также задача защиты интересов клиента по ее итогам (все это охватывается понятием налогового аудита, поскольку в п. п. 5 и 7 Приложения 1 к указанной Методике соответствующие услуги предусмотрены).

Несмотря на то, что понятие «налоговый аудит» устанавливалось именно для аудиторских организаций, это не означает, что данные организации не могут оказывать услуги по налоговой экспертизе. Именно аудиторские организации могут провести налоговую экспертизу наиболее квалифицированно, поскольку и бухгалтерская, и налоговая отчетность, хотя составляются и по разным правилам, но на основании одних и тех же первичных документов. Кроме того, когда выражают мнение независимые профессиональные эксперты, то это позволяет принять наиболее взвешенное решение как по результатам проверки налоговых органов, так и в споре с ними или иными хозяйствующими субъектами.

Инициаторами проведения налоговой экспертизы обычно выступают налогоплательщики, налоговые или судебные органы. Показатели, полученные при проведении налоговой экспертизы, являются объективной основой

для того, чтобы грамотно оценить риски и судебные перспективы, выработать будущую тактику урегулирования возникшего конфликта. Проведение налоговой экспертизы служит дополнительным доказательством отстаиваемой позиции.

Налоговая экспертиза представляет собой комплекс исследований, целью которого является выявление неиспользованных налоговых резервов, а также ошибок и рисков, исполнение обязательств по исчислению налогов и сборов. Экспертиза позволяет зафиксировать ошибки, неточности, допущенные при проведении налоговых проверок и разработать тактику поведения, изучая спорную ситуацию на соответствие законодательству.

Проведение налоговой экспертизы позволяет:

- определить риск назначения выездной налоговой проверки по критериям, определенным налоговой инспекцией;
- установить полноту и своевременность отражения финансово-хозяйственных операций, а также проверить обоснованность расходов клиентов;
- оценить контрагентов на предмет их соответствия критериям, предъявляемым к фирмам-однодневкам;
- провести анализ крупных сделок и сделок между взаимозависимыми лицами на предмет их оптимизации;
- установить полноту и своевременность исчисления налоговых обязательств;
- выявить, какую сумму доначислений и штрафов скорее всего может предъявить налоговый орган организации-клиенту в случае налоговой проверки;
- получить рекомендации по снижению налоговых рисков;
- при необходимости воспользоваться услугами специалистов, которые будут представлять интересы организации в суде.

При проведении налоговой экспертизы проектов, которые только планируются к осуществлению, ошибок или резервов не имеется. Проверке будут подлежать только налоговые риски, возможные при выборе тех или иных вариантов ведения деятельности. Данный вид услуги относится к налоговому планированию.

В этом случае, учитывая то, что грань между налоговым планированием и уклонением от уплаты налогов законодательно не определена, указанной Методикой аудиторам предписано соблюдать принципы осторожности суждений и выводов при сообщении о налоговых рисках и достаточной степени профессионального скептицизма при оценке документов.

Именно этим налоговый аудит и экспертиза, проводимые сторонними специалистами, выгодно отличаются от аналогичной работы, проводимой штатными специалистами организации. Руководители при планировании деятельности исходят из необходимости получения максимальной чистой прибыли, в том числе за счет налогов. Внутренним аудиторам зачастую трудно убе-

дить руководство в том, что частью возможной прибыли лучше пожертвовать, чтобы сократить налоговые риски.

У понятия «налоговая экспертиза» имеется и еще одно значение. В Перечень родов (видов) судебных экспертиз, производимых в экспертно-криминалистических подразделениях органов внутренних дел Российской Федерации, утвержденный Приказом МВД России от 29.06.2005 N 511, включена налоговая экспертиза - исследование исполнения обязательств по исчислению налогов и сборов. Именно для целей производства по этим делам могут назначаться налоговые экспертизы [4].

В Решении Верховного Суда Российской Федерации от 26.03.2008 по делу N ГКПИ08-334 указано, что при производстве судебной налоговой экспертизы используются специальные знания в области прикладных экономических наук - бухгалтерского учета и налогообложения. При этом теоретические положения данных наук подкрепляются знаниями норм законодательства о налогах и сборах, которыми должен был руководствоваться налогоплательщик при исчислении налогов в исследуемом периоде, а разрешение правовых вопросов при производстве налоговой экспертизы к компетенции эксперта не относится.

Экспертиза может назначаться налоговыми органами при осуществлении мероприятий налогового контроля в порядке ст. 95 НК РФ. Действующим налоговым законодательством допускается проведение экспертизы в ходе выездной или камеральной налоговой проверки и при применении налоговыми органами других форм налогового контроля и оказании бухгалтерских услуг. Однако, для принятия во внимание судом результатов налоговой экспертизы, ее результаты должны быть получены еще до выноса решения по результатам проводимой проверки, а не после нее.

Вышесказанное, позволяет утверждать, что проведение налоговой экспертизы выступает одним из действенных инструментов налоговых органов. В результате ее проведения устанавливается подлинность документов, обоснованность затрат и другие факторы нарушения налогового законодательства налогоплательщиком. Результаты, полученные в ходе проведения налоговой экспертизы, могут являться доказательством вины налогоплательщика и основанием для привлечения его к ответственности.

Налоговая экспертиза назначается специальным постановлением налоговых органов. Это постановление должно содержать ряд вопросов, на которое необходимо получить экспертное заключение. Налогоплательщик должен быть ознакомлен с постановлением о назначении налоговой экспертизы, причем ему должны разъяснить его права: на отстранение эксперта, представление ему своих вопросов и т.д. Результаты этих действий должны быть оформлены специальным протоколом, в котором налогоплательщик должен поставить свою подпись.

Довольно часто представители налоговых органов при проведении налоговой проверки ссылаются на результаты экспертизы, проведенной в рамках уголовного дела следственными органами. Такие заключения не мо-

гут быть приняты в качестве доказательства вины налогоплательщика в ходе судебного разбирательства.

Заключение специалиста, проводившего судебно-налоговую экспертизу, обязательно должно быть доведено до налогоплательщика с разъяснением его прав. Все результаты выполненных мероприятий отражаются в протоколе. В тех случаях, когда налоговыми органами, проводившими проверку, протокол не составлялся, а результаты ознакомления налогоплательщика были отражены непосредственно в акте проверки, результаты проведения налоговой экспертизы не могут быть использованы в суде в качестве доказательства вины налогоплательщика.

То же самое касается и случаев, когда экспертом делаются вероятностные выводы, а не точные утверждения. Например, только результаты проведения юридической проверки и экспертизы договоров без других доказательств вины налогоплательщика не могут служить основанием для привлечения последнего в ответственности. Тем более, что суд, оценивая результаты проведения налоговой экспертизы, может признать их недействительными (например, при отсутствии всех необходимых документов по проведению экспертизы).

Таким образом, результаты полученного экспертного заключения по проблемным вопросам могут быть использованы:

- при оценке налоговых рисков заключенных сделок, рисков перекалфикации;
- при принятии управленческих решений;
- в ходе проведения налоговой проверки (до момента составления акта или в процессе подготовки возражений на решение инспекторов);
- при оформлении и рассмотрения жалобы налогоплательщика в вышестоящем налоговом органом;
- при подготовке заявления в суд, его судебного разбирательства.

В заключение отметим, что налоговая составляющая аудита и консалтинга слабо регламентирована действующими нормативными документами. Не урегулирован ряд существенных вопросов, определяющих технологию налогового аудита, отсутствуют внутрифирменные стандарты аудиторских организаций, а также методические разработки по организации и проведению налогового аудита и экспертиз. Все это придает достаточную актуальность разработке правовых, методологических и методических основ налогового консалтинга.

#### *Список литературы*

1. Еременко Е.С., Лищук Е.Н. Управленческий аудит и консалтинг // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации – 2013. - № 1(4) - С.62-74.
2. Лищук Е.Н. Особенности проведения налогового аудита как специального аудиторского задания. – Актуальные проблемы учета и налогообложения: материалы международной научно-практической конференции.– Новосибирск: СибУПК, 2011. - С.142-149.

3. О проблеме регламентирования налогового аудита в Российской Федерации. – Дни науки 2012: материалы научной конференции по итогам 2011/2012 учебного года. 2-26 апреля 2012 г. /НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сиб. ун-т потреб. кооперации». – Новосибирск, 2012.– С.53-62.
4. Решение Верховного Суда РФ от 26.03.2008 N ГКПИ08-334 «Об оставлении без удовлетворения заявления о признании частично недействующим Перечня родов (видов) судебных экспертиз, производимых в экспертно-криминалистических подразделениях органов внутренних дел Российской Федерации, утв. Приказом МВД РФ от 29.06.2005 N 511».

**УДК 005.8**

## **БАЛАНС ЭФФЕКТИВНОСТИ И ЗРЕЛОСТИ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В КОМПАНИИ**

*И.А. Максименко, канд. экон. наук, доцент*

ФГАОУ ВПО «Сибирский Федеральный Университет», г. Красноярск

В статье автор показывает, что возможности такого эффективного инструмента как системное управление проектами определяются степенью готовности компании к внедрению механизмов проектного менеджмента, т.е. организационной зрелостью. Диалектическое единство понятий «зрелость» и «эффективность» создают фундамент для качественного развития процессов и инструментов проектного управления в компании.

**Ключевые слова:** проектное управление, уровень зрелости системы проектного управления, модели зрелости управления проектами, эффективность управления проектами, процессы и инструменты проектного управления.

Высокая турбулентность бизнес-среды и индивидуализация потребностей клиентов, характерные для современного этапа развития рыночной экономики, вносят значительные коррективы в рутинную операционную деятельность компаний. Возникает потребность в новых формах организации управленческих процессов, других форматах осуществления предпринимательской деятельности, в рамках которых «текущая» работа разделяется на дискретные, уникальные по своему содержанию стратегические инициативы. Реализация подобных инициатив, нацеленных на достижение устойчивых конкурентных преимуществ, должна рассматриваться через призму проектного управления.

Сам по себе, инструментарий проектного менеджмента используется в практике управления достаточно давно, особенно в западных компаниях. Да и для отечественного бизнеса концепция проектного управления не нова. Сегодня, в трансформационный период интеграции российской экономики с глобальным рынком, бизнес демонстрирует стремление к модернизации и диверсификации управленческих подходов, все более активно обращаясь к идеям и методам проектной формы организации деятельности.

Однако, несмотря на бытующее в экономической литературе представление о существенных возможностях, которые дает использование инстру-

ментов проектного управления (экономия бюджета, контроль сроков реализации, рост управляемости и т.д.), на практике далеко не всегда удается реализовать эти преимущества. Об этом свидетельствует печальная статистика неуспешных проектов.

Причиной такой ситуации является недостаточная эффективность использования методологии проектного управления и ограниченность арсенала инструментальных средств поддержки этих процессов. Степень остроты данной проблемы определяется этапом развития проектного управления в компании, т.е. «зрелостью» управления в системе проектных координат. Поэтому в рамках данной статьи предпринята попытка найти баланс между зрелостью проектного управления в компании и его эффективностью.

Категорию «зрелость» следует рассматривать в контексте множества элементов проектно-ориентированной деятельности, обеспечивающих качественное развитие компании на основе постоянного совершенствования процессов управления проектами, их более глубокого интегрирования в общую систему управления.

Установление уровня зрелости системы управления проектами предполагает использование определенных оценочных моделей, цель которых - показать степень развития инфраструктуры компании, обеспечивающей работу по управлению проектами.

В международной практике наибольшее распространение получили следующие модели зрелости управления проектами:

1. Project Management Maturity (PM Maturity), разработчик - Калифорнийский университет Беркли [3];
2. Project Management Maturity Model (PMMM), разработчик - Гарольд Керцнер, немецкий ученый [1];
3. Organizational Project Management Maturity Model (OPM3), разработчик - Американский Институт управления проектами [5];
4. Portfolio, Programme and Project Management Maturity Model (P3M3), разработчик - Министерство государственной торговли Великобритании [6].

Три первых модели в качестве инструмента оценки используют опросник, содержащий критерии оценки каждого уровня зрелости. Последняя модель (P3M3) предлагает только перечень характеристик для каждого уровня.

В большинстве моделей (кроме OPM3, не содержащей в явном виде уровней зрелости), используется пятиуровневая система градации, отражающая эволюцию процессов управления проектами в компании.

Подобная структурная оценка уровня зрелости позволяет не только определить текущее состояние системы управления проектами в компании, но и задать вектор трансформаций процессов проектного управления, установить приоритетность направлений развития.

Следовательно, перечисленные выше модели представляют собой своеобразный фундамент для формирования регламентов проектного управле-

ния. Однако, данные модели не совершенны, и, на взгляд автора, содержат ряд дискуссионных моментов.

Во-первых, концепция моделей предполагает последовательный переход от одной ступени зрелости к другой. При этом, ступени разделены достаточно четкими границами, которые характеризует состояние процессов управления в компании. На практике возможны ситуации, когда некоторые ступени зрелости «перекрываются» или «накладываются» один на другой. В этом случае определяющим фактором является уровень риска, который компания считает допустимым в рамках своей проектной деятельности.

Во-вторых, модели сконцентрированы на формализованных процессах, процедурах и регламентах. Акцент при переходе с одной ступени на другую делается именно на методологических аспектах. Стремление к стандартизации процедур и операций обеспечивает лишь частичное покрытие многомерного пространства проектного управления. Демонстрируя статичность и игнорируя влияние человеческого фактора, модели не в состоянии учесть динамизм внешних факторов (особенно технологических), определяющих темпы развития компании.

В-третьих, оценка уровня зрелости в рассматриваемых моделях предполагает использование субъективных оценок описательного характера. Т.е., модели основаны на установлении факта наличия или отсутствия качественных характеристик процессов управления, но не содержат количественную оценку степени соответствия требованиям методики. К тому же, полученные результаты не позволяют оценить финансовые выгоды компании при переходе на более высокий уровень зрелости проектного управления.

Тем не менее, критические замечания не снижают ценности зарубежных моделей оценки зрелости, разработанных на базе рамочных методологий проектного менеджмента. К сожалению, отсутствие подобных исследований в России вынуждает отечественный бизнес опираться на концептуальные разработки западных ученых в этой области.

В контексте российской практики зрелость проектного управления в компании часто отождествляют с его «эффективностью». Безусловно, эти два понятия являются сопряженными категориями, находящимися в тесной взаимозависимости. И даже стандарт ISO [4] определяет модель зрелости как «модель, которая отражает необходимые элементы эффективных процессов и описывает путь постепенного улучшения от незрелых процессов к регламентированным зрелым процессам с повышенным качеством и эффективностью». Следовательно, фокус в управлении проектами смещается в сторону повышения эффективности. И здесь уже возможны две целевые задачи:

- повысить эффективность реализации конкретного проекта или программы;
- качественно трансформировать способности компании к проектному управлению.

Решение первой задачи предполагает использование преимущественно шаблонных механизмов оценки общей эффективности работ по проекту. Это может быть как интегрированный показатель, характеризующий деловые процессы проекта через оценку возникающих отклонений (проектное отклонение), так и система ключевых показателей проекта (KPI).

Вторая задача представляется гораздо более трудоемкой и в методологическом и в практическом аспектах. Качественное развитие компании, её переход на следующую ступень зрелости проектного управления требует изменений в сознании руководителей и овладения новой философией и технологией управления.

По мере «взросления» компании техническая сторона процесса управления проектами, состоящая из упорядоченных и логических элементов, которые достаточно легко формализуются (ресурсы, сроки, инвестиции), играет все меньшую роль в эффективности этого процесса. На первый план выходят интеграционные аспекты. Хаотичное использование разрозненных инструментов, несогласованность командных действий, отсутствие целостной картины всего процесса урезают потенциальное поле возможностей проектного менеджмента. Поэтому в данный период усилия компании должны быть направлены на координацию процессов, которые определяются пересечением проектных фаз и предметных областей. К первой группе относятся: инициация и планирование, исполнение, анализ и контроль. Ко второй - управление: интеграцией, содержанием, сроками, стоимостью, качеством, человеческими ресурсами, коммуникациями, рисками, контрактами и поставками (в соответствии со стандартом PMBOK [7]).

Процессы управления проектом не являются дискретными, они перекрываются и переплетаются в рамках всей системы проектного управления. Исполнение процессов обеспечивают соответствующие инструментальные средства, состав которых определяется степенью проникновения проектного подхода в практику работы, т.е. зрелостью компании. В таблице 1 приведен перечень инструментов, используемых компаниями, имеющими достаточно прочные позиции в рейтинге зрелости проектного управления.

Результат качественного использования данных инструментов проявляется в создании синергетического эффекта, дающего значительный рост эффективности за счет интеграции отдельных инструментов в единую систему. Эффект синергии особенно заметен в мультипроектной среде, характеризующейся синхронной реализацией нескольких проектов с пересекающимися ресурсами, нередко территориально удаленными друг от друга.

В подобной ситуации ключевым вопросом становится ресурсное управление. Реализация портфеля проектов ставит перед менеджментом компании задачу максимизации ценных результатов малым количеством ресурсов. Степень успешности решения этой задачи опять же определяется уровнем зрелости, т.к. переход от управления отдельным проектом к управлению портфелем сопряжен с освоением новой ступени в развитии проектного управления.

Матрица инструментов эффективности проектного управления

<i>Области управления проектом</i>	<i>Функции управления проектом</i>			
	<i>Инструменты инициации и планирования</i>	<i>Инструменты исполнения</i>	<i>Инструменты анализа</i>	<i>Инструменты контроля</i>
1	2	3	4	5
<i>Управление интеграцией проекта</i>	Устав, описание содержания проекта, план проекта	Организационная структура проекта (OBS). Сбалансированная матрица. Корпоративная система управления проектами (КСУП)	Информационная система управления проектом (ИСУП). Проектный офис	Система управления конфигурацией проекта
<i>Управление содержанием проекта</i>	План управления содержанием проекта	Базовый план по содержанию проекта. Календарь ресурсов. Иерархическая структура ресурсов	Иерархическая структура работ (ИСР)	Формы управления изменениями содержания проекта
<i>Управление сроками проекта</i>	План управления расписанием проекта	Список контрольных событий расписания Календарь проекта. Список операций (состав, взаимосвязь и длительность операций)	Метод освоенного объема (отклонение по срокам, индекс выполнения расписания)	Сетевые диаграммы расписания проекта. Диаграммы Ганта
<i>Управление стоимостью проекта</i>	План управления стоимостью проекта	Требования к финансированию проекта. Оценка стоимости операций. Бюджет расходов	Метод освоенного объема (отклонение по стоимости, индекс выполнения стоимости)	Оценка критичности отклонений, анализ тенденций
<i>Управление качеством проекта</i>	План управления качеством проекта	Списки процедур контроля качества. Политика в области качества, процедуры и принципы	Оценка стоимости качества	Аудит качества

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5
<b>Управление человеческими ресурсами проекта</b>	План управления обеспечения проекта персоналом	Организационные диаграммы и описание позиций. Расписание (временные рамки взаимодействия членов команды проекта)	Матрица разделения административных задач и ответственности	Журнал регистрации проблем
<b>Управление коммуникациями проекта</b>	План управления коммуникациями проекта	Системы сбора и выборки информации. Системы регистрации затрат времени. Системы отчетности по стоимости. Способы распространения информации	Анализ требований к коммуникациям (сводка информационных потребностей участников)	Оценка ценности информации, её типа и формата
<b>Управление рисками проекта</b>	План по управлению рисками проекта	Реестр рисков. Контракты, касающиеся рисков	Качественный анализ рисков. Количественный анализ рисков	Аудит рисков
<b>Управление поставками проекта</b>	План управления контрактами и поставками проекта	Список аттестованных поставщиков. Рейтинги и критерии оценки поставщиков. Разработка схем оплаты	Администрирование контрактов	Аудит поставок

Таким образом, наблюдается корреляционная зависимость между уровнем зрелости проектного управления в компании и эффективностью реализации проектов. При чем эта зависимость носит мультиколлинеарный характер (доказано в работе [2]), что свидетельствует о взаимовлиянии процессов и инструментов по всем функциям и предметным областям. Перевод этой аксиомы в плоскость практической деятельности указывает на следующий факт: изменение зрелости приводит к изменению интегрального показателя «проектное отклонение», характеризующего эффективность исполнения проекта на основе оценки возникающих отклонений по ключевым процессам.

В заключении необходимо отметить, что отечественный бизнес перешел в следующую фазу своего развития, для которой характерно расширение отраслей применения проектного подхода, как сверху вниз - от стратегии к проектам, так и снизу вверх, соответственно от проектов к стратегии. Но, как свидетельствуют и собственники и топ-менеджеры ведущих компаний, в обоих случаях, возможности успешной реализации проектов и достижения желаемого экономического эффекта определяются уровнем зрелости системы проектного управления.

#### *Список литературы*

1. Керцнер Г. Стратегическое управление в компании. Модель зрелого управления проектами М.: ДМК Пресс, 2010.
2. Коровкина Н.Л., Е.П. Трушкина. Разработка модели количественной оценки уровня зрелости управления ИТ-проектами // Бизнес-информатика. - 2010. - №4(14). - С. 12-20.
3. Assessing Project Management Maturity. – Young H Kwak; C William Ibbes, Project Management Journal; Mar 2000; 31, 1; ABI/INFORM Global.
4. ISO/IEC. (2008). FCD 24765 - Systems and Software Engineering Vocabulary. Geneva: International Organization of Standardization.
5. Organizational Project Management Maturity Model (OPM3) Knowledge Foundation. – PMI, 2003.
6. Portfolio, Programme & Project Management Maturity Model (P3M3) 2006.
7. Q&A's for the PMBOK Guide, Third Edition. – PMI, 2005.

**УДК 339.138:338.46:658.64**

### **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Д.В. Матушкин, магистрант*

*Научный руководитель: О.В. Кондратьева, канд. экон. наук, доцент*  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье обоснована необходимость адаптации стратегии конкурентных преимуществ организации общественного питания к изменяющимся рыночным условиям, предложена последовательность анализа рынка и построения стратегических альтернатив, представлен пример использования предложенной последовательности

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, операционный маркетинг, конкурентные преимущества, маркетинговая стратегия

## **Введение**

Управление конкурентными преимуществами организации должно сочетать в себе текущую маркетинговую деятельность и ее стратегическую составляющую, поскольку в отсутствие четко построенной стратегии конкурентных преимуществ организация неэффективна на рынке в долгосрочной перспективе. В то же время, отсутствие комплекса операционного маркетинга, который позволил бы достичь стратегических конкурентных приоритетов, не позволяет компании действовать на рынке сообразно стратегическим целям. Особую значимость управление стратегическими конкурентными преимуществами имеет для рынка общественного питания, поскольку, помимо значительного количества участников, данный рынок характеризуется и значительными изменениями в характере конкуренции. В частности, различна динамика его отдельных сегментов, на рынке распределены весьма неравномерно участники, но при этом конкуренция, хотя и концентрируется в географически наиболее активных областях, тем не менее, возникает и в удаленных районах, в частности, существует тенденция к развитию общественного питания в спальных районах крупных городов. Как следствие, участнику рынка общественного питания требуется не только выработать эффективную стратегию конкурентных преимуществ, но и приспособлять ее надлежащим образом к изменениям, происходящим на рынке. Вопросы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг рассматривали такие авторы как Л.В. Баумгартен, В.А. Быков, З.В. Гаврилова, Х.С. Джабраилов, А.Л. Загорский, Е.А. Иванова, Н.Н. Котова, В.В. Криворотов, О.Н. Левшина, И.М. Лифиц, Е.В. Лобкова, Н.П. Лукьянчикова, Е.И. Мазилкина, Н.Л. Маренков, М.А. Мартынова, В.С. Мисаков, В.Г.Питеев, Е.А. Резникова, Н.А. Савельева и др.

## **Объекты и методы исследований**

Целью данной работы является исследование особенностей разработки стратегии управления конкурентными преимуществами организации сферы услуг.

Задачами работы являются:

- обоснование методов разработки конкурентной стратегии участника рынка общественного питания;
- построение стратегических альтернатив управления конкурентными преимуществами ООО «Новые ресторанные технологии».

## **Результаты и их обсуждение**

Управление конкурентными преимуществами в общественном питании, как и в любой другой отрасли, должно происходить с учетом состояния маркетинговой среды организации. При этом на маркетинг, помимо факторов прямого воздействия, не меньшее влияние оказывают и факторы макроокру-

жения, которые определяют возможности и угрозы стратегии конкурентных преимуществ в перспективе. Как следствие, выработка маркетинговой стратегии должна основываться на проведении анализа всех параметров рынка, а также на результатах оценки конкурентного положения компании в отрасли. Результатом становится перечень стратегических альтернатив управления организацией, действующей на рынке общественного питания. Традиционно для бизнеса существует несколько вариантов построения конкурентных стратегий. Данные стратегии могут быть систематизированы в виде рис. 1.

Представленные на рис. 1 стратегии конкурентных преимуществ могут сочетаться между собой как внутри отдельных видов, так и между ними, например, может быть реализована стратегия фокусированного лидерства по издержкам как основа для реализации пациентной стратегии. Тем не менее, специфика управления конкурентоспособностью на рынке общественного питания не позволяет выделить какой-либо строгой иерархии стратегий, вследствие чего выработка конкретной стратегии для участника данного рынка предполагает анализ внешней маркетинговой среды организации и ее собственных маркетинговых возможностей, что позволяет определить конкретные стратегические альтернативы.

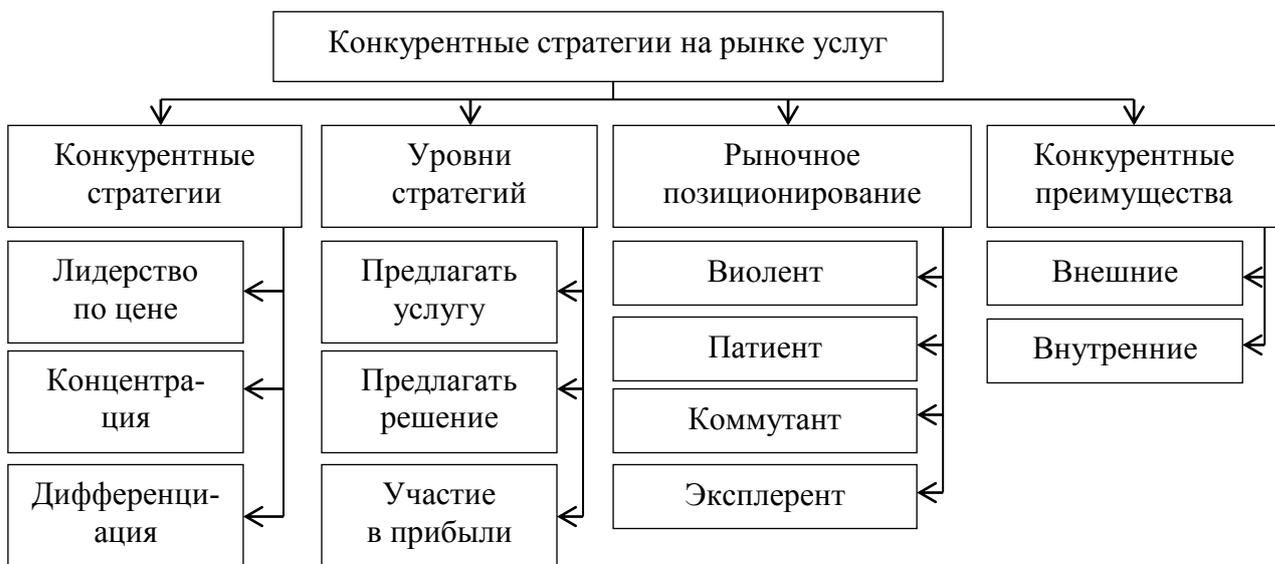


Рис. 1. Конкурентные стратегии на рынке услуг

Можно предложить последовательность выработки маркетинговой стратегии организации, действующей на рынке общественного питания, представленную в табл. 1.

Возможности использования представленной последовательности могут быть проиллюстрированы по наиболее значимым параметрам примером деятельности ООО «Новые ресторанные технологии».

ООО «Новые ресторанные технологии» действует на рынке кофеен, расположено в одном из спальных районов Новосибирска, что определяет отсутствие конкуренции в данном географическом сегменте. Организация

предлагает широкий перечень различных блюд, в основном, собственной кухни, общая площадь составляет 170 кв. м, из которых зал обслуживания занимает 100 кв. м, кроме того, в составе организации имеется летнее кафе. Иными словами, организация имеет значительную инфраструктуру для оказания услуг общественного питания, для сравнения, по крупным сетевым кофейням площадь зала обслуживания составляет порядка 80-100 кв. м, у отдельных сетевых участников она меньше. Как следствие, организация, с одной стороны, уходит от прямой конкуренции за счет месторасположения, с другой стороны, она имеет значимые ресурсы оказания услуг.

Таблица 1

Последовательность выработки стратегии конкурентных преимуществ для рынка общественного питания

Факторы	Методы	Результат
Внешняя среда	PESTEL-анализ	Угрозы и возможности
	Профиль среды	Ранжированные угрозы и возможности
	Стратегическая	Потенциал отрасли и вероятность
	важность ключевых экономических характеристик отрасли	вхождения на рынок новых участников
	Карта стратегических групп	Распределение основных групп участников рынка и конкуренция между ними
	Анализ рыночных сил конкуренции	Общее состояние микроокружения организации
	Конкурентный анализ:	
	- опрос	Определение прямых конкурентов для дальнейшего сопоставления
	- сопоставление цен и дисконтной политики	Сопоставление средних цен по наиболее популярным продуктам
	- сопоставление продукта организации и конкурентов	Сопоставляется количество наименований и характеристик продукта
	- анализ продвижения продукта	На основе экспертной оценки определяется эффективность продвижения продукта у каждого из участников рынка
	- анализ сбыта продукта	Определяется инфраструктура для организации обслуживания
	- анализ эффективности работы персонала	Оценивается эффективность работы работников зала
	- построение карты spider-map	Сопоставление конкурентоспособности организации и ее конкурентов по элементам комплекса операционного маркетинга
Внутренняя среда	SNW-анализ	Сильные и слабые стороны организации
	Цепочка ценностей	Способность организации контролировать создание ценности для потребителя
Альтернативные стратегии	SWOT-анализ	Альтернативные стратегии для организации

Организация придерживается стратегии внешних конкурентных преимуществ, что реализуется как за счет высокого уровня кухни, так и за счет высокого уровня оформления интерьера, а также месторасположения.

Результаты PESTEL-анализа могут быть для краткости сведены в виде профиля среды, представленного в табл. 2.

Внешняя среда организации нейтральна, влияние ряда угроз компенсируется возможностями, которые существуют для организации вследствие изменений на рынке. Организация способна воспользоваться данными возможностями для управления конкурентными преимуществами. Возможности не компенсируют угроз, тем не менее, использование существующих рыночных тенденций позволяет организации взаимодействовать с рынком для достижения стратегических целей. Можно отметить, что определенные изменения во внутренней среде организации могут определить и эффективное использование отдельных угроз, в частности, организация способна более эффективно, чем конкуренты, использовать изменения валютных курсов в условиях ограничений по курению, поскольку возможность курить в зале изначально не была предусмотрена при создании кафе.

*Таблица 2*

Профиль внешней маркетинговой среды ООО «Новые ресторанные технологии»

Факторы среды	Важность для отрасли, А	Влияние на организацию, В	Направленность влияния, С	Степень важности, Д=А*В*С
1. Напряженность в международных отношениях	3	3	-1	-9
2. Кризис в экономике	3	2	-1	-6
3. Изменения валютных курсов	3	2	-1	-6
4. Рост значимости современных технологий для обеспечения конкурентоспособности	2	2	-1	-4
5. Рост численности населения района деятельности организации	1	3	1	3
6. Рост спроса на экологически чистые, диетические продукты	2	3	1	6
7. Поглощение одной из крупных федеральных сетей кофеен	3	2	1	6
8. Расширение возможностей проведения корпоративных мероприятий	2	2	1	4
9. Ограничения по алкоголю и курению	3	2	1	6

Факторы прямого маркетингового воздействия характеризует анализ рыночных сил конкуренции, представленный в табл. 3.

Анализ рыночных сил конкуренции показывает, что наибольшее влияние на рынок имеют крупнейшие федеральные сети кофеен, а также возможное вхождение новых федеральных игроков. Тем не менее, ООО «Новые ресторанные технологии» уходит от прямой конкуренции за счет месторасположения, что обеспечивает ему более высокий контроль географического сегмента, чем у крупных игроков. Фактически, для потребителей услуг ООО «Новые ресторанные технологии» издержки перехода равняются издержкам на поездку в центр города.

Таблица 3

Рыночные силы конкуренции ООО «Новые ресторанные технологии»

Рыночная сила	Характеристика	Влияние на ООО «Новые ресторанные технологии»
Потребители	Делятся на корпоративный (свадьбы, мероприятия) и розничный (посетители) сегменты. Ни в одном из сегментов потребители не могут устанавливать цены, поскольку их количество велико.	ООО «Новые ресторанные технологии» ориентирован на формирование программ лояльности потребителей, соответственно, их рыночная сила для него выше, чем в целом по рынку
Поставщики	Имеется огромное количество поставщиков по всей номенклатуре закупаемой продукции, однако, для обеспечения качества кофе, необходимо сотрудничать с ООО «Каффа», поскольку это единственный поставщик качественно обжаренного кофе в зернах, который полностью соблюдает технологию обжарки.	Благодаря наличию устойчивых контактов с ООО «Каффа», ООО «Новые ресторанные технологии» получает дополнительные конкурентные преимущества, поскольку обеспечивает своевременные поставки высококачественных кофейных зерен, что выгодно отличает качество продукции от основных конкурентов.
Прямые конкуренты	Кофе-Хауз, Чашка Кофе и Travellers' Coffee являются крупнейшими игроками на рынке, контролируют значительную долю рынка.	За счет географии сбыта ООО «Новые ресторанные технологии» уходит от прямой конкуренции
Товары-заменители	Бары, рестораны, закусочные, специализированные предприятия общественного питания, различные культурно-досуговые учреждения.	ООО «Новые ресторанные технологии» уклоняется от прямой конкуренции за счет географического месторасположения.
Потенциальные конкуренты	В 2014 году в городе Новосибирске открылось несколько кафе, тем не менее, география открытия локализована в местах с высоким трафиком, основная привязка – транспортные развязки	Как правило, федеральные сети входят на рынок, используя либо фирменную стратегию выбора мест размещения. В случае появления крупного федерального игрока ООО «Новые ресторанные технологии» также уходит от прямой конкуренции.

По результатам SNW-анализа были определены следующие слабые стороны организации:

- отсутствует бренд;
- более высокий, чем у крупных конкурентов, уровень издержек;
- более слабо, чем у крупных конкурентов, организован маркетинг;
- не используются современные Интернет-технологии для продвижения продукции.

Сильные стороны:

- высокое качество продукции;
- высокий уровень подготовки персонала;
- организация имеет налаженную систему деловых связей;
- месторасположение позволяет уйти от прямой конкуренции.

Сопоставление факторов внешней и внутренней маркетинговой среды позволило выделить следующие стратегические альтернативы для организации:

1. Упор на внешние конкурентные преимущества и увеличение цен. Реализуется как защитная стратегия.

2. Реализация стратегии ограниченного роста. Реализуется как защитная стратегия.

3. Реализация стратегии активного роста. Реализуется в сочетании со стратегией упора на внутренние конкурентные преимущества, либо в сочетании с тиражированием.

4. Стратегия создания брендового продукта. Наиболее гибкая стратегия, поскольку позволяет извлечь преимущества из всех возможностей. Может быть реализована и созданием узкого рыночного сегмента (узкоспециализированное кафе), и созданием локального бренда.

Таким образом, определены основные этапы выработки альтернативных стратегий конкурентных преимуществ организации, действующей на рынке общественного питания, построены стратегические альтернативы для компании.

#### *Список литературы*

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление /Д.Аакер. - СПб.: Питер, 2011. – 496 с.
2. Альтшулер, И. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации /И.Альтшулер.- М.: Вершина, 2010. – 420 с.
3. Казанцев, А.В. Эволюция развития маркетингового управления и изменения роли маркетинга в общей системе управления предприятием / А.В. Казанцев //Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – № 1. – 2011. – С. 323-329.
4. Кислов, Д.В. Организация и ведение бизнеса в сфере торговли и услуг /Д.В.Кислов,Б.Е. Башилов. - М.: Вершина, 2010. – 264 с.
5. Смит, П. Коммуникации стратегического маркетинга /П.Смит,К. Бэрри, А. Пулфорд. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 312 с.

## РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ УЧАСТНИКА РЫНКА ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ

*Д.В. Матушкин, магистрант*

*Научный руководитель: О.В. Кондратьева, канд. экон. наук, доцент*  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье рассмотрены вопросы разработки стратегии управления конкурентными преимуществами участника рынка юридических услуг с учетом факторов его внутренней маркетинговой среды и факторов рыночного окружения организации на основе сопоставления

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, факторы внешней среды, факторы внутренней среды, конкурентные преимущества

### **Введение**

Особенностью рынка юридических услуг является более низкая подвижность в сравнении с рынком услуг в целом, поскольку конкурентные преимущества участников рынка правовых услуг имеют более устойчивый характер и являются, в большинстве случаев, стратегическими. Наибольшее значение в системе конкурентных преимуществ юридической организации, безусловно, играет квалификация основных юристов, поскольку именно практический результат как приложение профессиональных знаний характеризует достижение потребителем требуемой цели. Тем не менее, на деятельность участника рынка юридических услуг влияние оказывает и множество различных факторов внешней среды, кроме того, особую актуальность приобретает распределение емкости отдельных сегментов рынка. В результате возникает потребность в адаптации конкурентных преимуществ участника рынка правовых услуг к изменяющимся рыночным условиям. Однако, стратегический характер конкурентных преимуществ не позволяет быстро проводить преобразования во внутренней среде, в первую очередь, вследствие необходимости длительного накопления профессионального опыта в каждом направлении деятельности. В результате приспособление к изменяющимся условиям конкурентной среды имеет длительный характер, тем не менее, необходимость приспособления весьма велика. Именно значимость управления конкурентными стратегиями участника рынка юридических услуг определяет актуальность выработки стратегических альтернатив для организации.

Вопросы управления конкурентными преимуществами организации рассматривали В.А. Быков, З.В. Гаврилова, А.Л. Загорский, Н.Н. Котова, Е.В. Лобкова, Н.П. Лукьянчикова, Э.В. Минько, Е.А. Резникова, Н.А. Савельева и др.

### **Объекты и методы исследований**

Целью данной работы является исследование особенностей разработки стратегии управления конкурентными преимуществами участника рынка юридических услуг.

Задачами работы являются:

– определение специфических факторов внутренней среды как фактора разработки конкурентной стратегии участника рынка юридических услуг на примере ООО «Альянс»;

– разработка альтернативных стратегий управления конкурентными преимуществами для ООО «Альянс».

### Результаты и их обсуждение

Управление конкурентными преимуществами участника рынка юридических услуг в самом общем виде включает в себя, с одной стороны, оценку факторов внешней среды, которые характеризуют как прямое рыночное окружение компании, так и факторы косвенного воздействия. С другой стороны, конкурентные преимущества участника рынка юридических услуг определяются факторами внутренней среды. Сопоставление указанных факторов с использованием SWOT-анализа позволяет выделить альтернативные конкурентные стратегии организации.

В качестве примера построения альтернативных конкурентных стратегий можно рассмотреть деятельность ООО «Альянс». Организация действует на рынке с 2002 года. Приоритетным направлением деятельности ООО «Альянс» является регистрация компаний различных организационно-правовых форм. В то же время, предлагается широкий перечень юридических продуктов, что определяет позиции компании на рынке.

На конкурентные преимущества оказывают факторы, представленные на рис. 1.

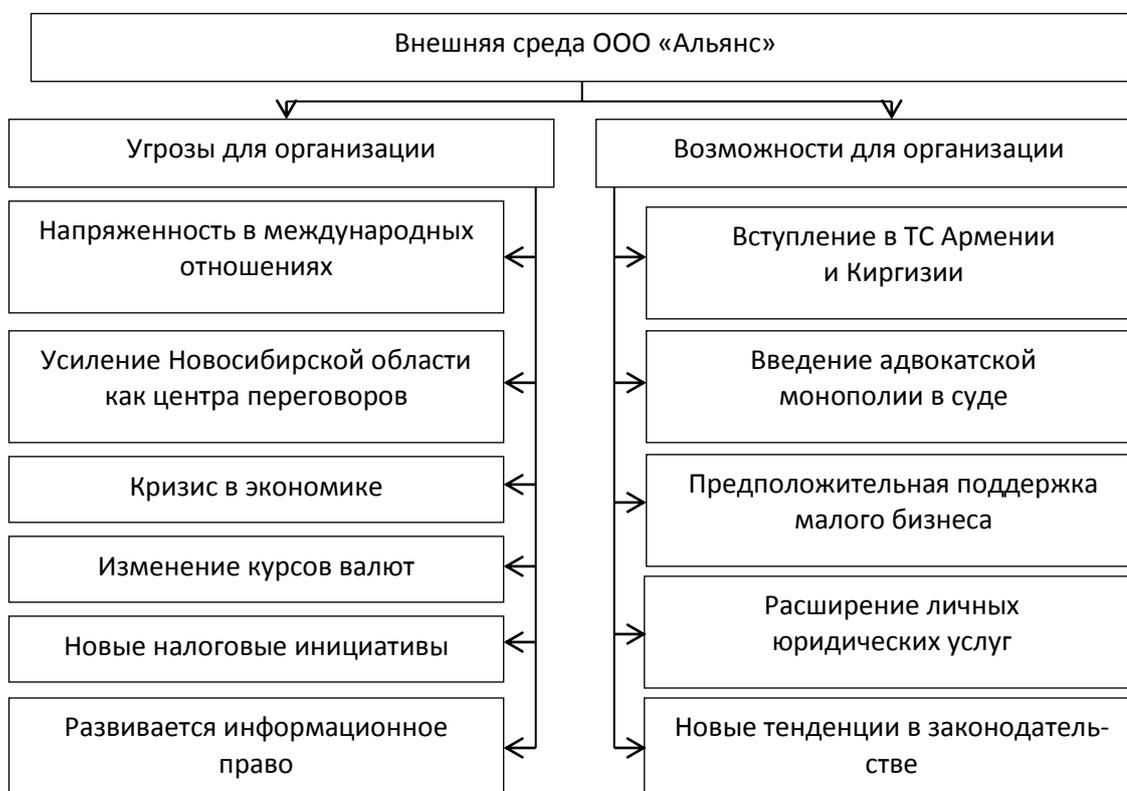


Рис. 1. Факторы внешней среды ООО «Альянс»

На конкурентоспособность организации оказывает воздействие множество факторов, при этом только часть из них может однозначно рассматриваться как возможности либо как угрозы. Отдельные факторы могут выступать как угрозами деятельности организации, так и возможностями усиления ее конкурентных преимуществ. Способность компании эффективно использовать факторы внешней среды для управления конкурентными преимуществами определяется, прежде всего. Ресурсными потенциалом организации, в результате чего именно характер взаимодействия с внешней средой, основанный на ресурсах компании, определяет, в конечном итоге, конкурентные позиции организации. Для рынка юридических услуг именно факторы внутренней среды имеют большее значение для использования в качестве возможностей. В частности, усиление позиций Новосибирской области как центра переговоров, в целом, определяет возможное увеличение спроса на юридические услуги, тем не менее, спрос могут удовлетворить только участники рынка, имеющие необходимую ресурсную базу.

ООО «Альянс» не ориентировано на комплексное сопровождение деятельности в области международных переговоров, отсюда следует воздействие на деятельность организации усиления международных переговоров в регионе как угрозы. Иными словами, именно внутренние ресурсы определяют конкурентные преимущества участника рынка юридических услуг.

Анализ факторов внутренней среды ООО «Альянс» с точки зрения конкурентных преимуществ организации представлен в табл. 1.

*Таблица 1*

Результаты SNW-анализа

Наименование стратегической позиции	Балл	Комментарии
1	2	3
Уровень стратегического менеджмента	55	Имеется миссия, четко определена стратегия, проработаны многие вопросы маркетинга
Общее финансовое положение	60	Высокая эффективность финансово-хозяйственной деятельности организации органично дополняется ростом эффективности использования трудовых ресурсов
Конкурентоспособность продукции:		
Юридические консультации	55	За счет знаний сотрудников обеспечивается несколько более высокая конкурентоспособность услуг, чем в целом по рынку
Регистрация ООО	75	Является основным продуктом организации, по которому сформированы существенные внутренние конкурентные преимущества
Регистрация ИП	65	Относится к основному продукту организации, имеются внутренние конкурентные преимущества
Регистрация филиалов или представительных структур	55	Является вспомогательным продуктом по отношению к основному продукту организации, обеспечивается возможность эффективного использования знаний работников

1	2	3
несение изменений в учредительные документы	50	Аналогично конкурентам
Бухгалтерское обслуживание	55	Является вспомогательным продуктом, обеспечивается возможность эффективного использования знаний работников, но отсутствие программы лояльности не позволяет достичь нужного уровня конкурентоспособности
Юридическое обслуживание	55	Является вспомогательным продуктом, обеспечивается возможность эффективного использования знаний работников, но отсутствие программы лояльности не позволяет достичь нужного уровня конкурентоспособности
Способность к реализации на рынке новых продуктов	40	Уровень инноваций низок
Продуктовый ассортимент	40	Имеется один базовый продукт и ряд вспомогательных продуктов
Качество продукции	55	Обучение работников позволяет более эффективно оказывать услуги, чем это делают конкуренты
Узнаваемость наименования (товарного знака)	50	Бренд не является узнаваемым
Качество персонала	55	Высок уровень образования работников, эффективно используются возможности персонала
Уровень маркетинга	55	Определена четкая маркетинговая стратегия, организовано продвижение продукта на рынок
Отношения с поставщиками	50	Аналогично конкурентам
Уровень администрирования	50	Организация администрирования бизнес-процессов построена аналогично другим участникам рынка.
Соответствие оргструктуры стратегии организации	50	Линейно-функциональная организационная структура управления отвечает текущим и перспективным потребностям организации в управлении
Структура затрат	55	Организация имеет внутренние конкурентные преимущества, что соответствует лидерству по издержкам
Управляемость организации	50	Управление в организации построено по иерархическому принципу, обеспечивающему достаточный уровень управляемости.
Информационная технология	50	Используются те же электронные технологии, что у конкурентов
Способность к лидерству	50	Организация не является локальным лидером рынка.
Имидж организации	50	Организация имеет положительный имидж
Репутация на рынке	50	Отсутствуют нарекания к качеству услуг, претензий со стороны клиентов нет.
Отношения с органами власти	50	Не имеет предписаний органов государственного надзора

Слабые стороны организации:

- отсутствует программа лояльности;
- недостаточно активно внедряются инновации;
- только традиционный для рынка продукт.

Сильные стороны:

- четкая стратегия;
- стабильное финансовое положение;
- высокая конкурентоспособность основного продукта;
- высокое качество продукта, обеспечиваемое профессионализмом работников;
- создана основа маркетинга.

На основе обобщения результатов анализа внешней и внутренней среды проводится SWOT-анализ организации, результаты которого представлены в табл.2.

Таблица 2

SWOT-анализ ООО «Альянс»

Факторы внутренней среды	Возможности	Угрозы
1	2	3
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Политика властей по привлечению инвесторов в ЖКХ.</li> <li>2. Вступление в ТС Армении и Киргизии.</li> <li>3. Введение адвокатской монополии на представление интересов в суде.</li> <li>4. Строительство новой гостиницы.</li> <li>5. Предположительная поддержка малого бизнеса.</li> <li>6. Изменение количества браков и разводов.</li> <li>7. Расширение личных юридических услуг.</li> <li>8. Круглосуточная правовая поддержка.</li> <li>9. Усиление значимости природоохранного законодательства.</li> <li>10. Новые тенденции в законодательстве.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Напряженность в международных отношениях.</li> <li>2. Усиление Новосибирской области как центра переговоров.</li> <li>3. Кризис в экономике.</li> <li>4. Изменение курсов валют.</li> <li>5. Новые налоговые инициативы.</li> <li>6. Рост правосознания населения.</li> <li>7. Рост юридической грамотности потребителей.</li> <li>8. Развивается информационное право.</li> <li>9. Появление новых информационных технологий.</li> </ol>
<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Четкая стратегия.</li> <li>2. Стабильное финансовое положение.</li> <li>3. Высокая конкурентоспособность основного продукта.</li> </ol>	<p>Сильные стороны и возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегия роста возможна в том случае, когда вступление в ТС Армении и Киргизии обеспечивает рост спроса на регистрацию юридических лиц.</li> </ol>	<p>Сильные стороны и угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Напряженность в международных отношениях не повлияет на базовую услугу организации.</li> <li>2. Наличие стратегии создает условия для снижения</li> </ol>

1	2	3
<p>4. Высокое качество продукта, обеспечиваемое профессионализмом работников.</p> <p>5. Создана основа маркетинга.</p>	<p>2. Стратегия роста возможна за счет использования фактора изменения количества браков и разводов и расширения личных юридических услуг в целом, поскольку</p>	<p>влияния кризиса в экономике и информационного права.</p> <p>3. Профессионализм сотрудников позволяет адаптироваться к росту юридической грамотности потребителей.</p>
	<p>сотрудники организации имеют высокий уровень профессионализма.</p> <p>3. Предположительная поддержка малого бизнеса создает условия для более эффективного использования имеющейся у организации стратегии и системы маркетинга, а также высокой конкурентоспособности основного продукта.</p> <p>4. Введение адвокатской монополии на представление интересов в суде создает условия для эффективного использования профессионализма сотрудников организации, кроме того, позволяет использовать созданную систему маркетинга.</p>	<p>4. Появление новых информационных технологий и усиление Новосибирской области как центра переговоров компенсируются высокой конкурентоспособностью основного продукта и наличием маркетинговой стратегии.</p>
<p>Слабые стороны:</p> <p>1. Отсутствует программа лояльности.</p> <p>2. Недостаточно активно внедряются инновации.</p> <p>3. Только традиционный для рынка продукт.</p>	<p>Слабые стороны и возможности:</p> <p>1. Вступление в ТС Армении и Киргизии может компенсировать отсутствие программы лояльности, поскольку потребители самостоятельно будут обращаться за юридической поддержкой в организацию.</p> <p>2. Новые тенденции в законодательстве и предположительная поддержка малого бизнеса компенсируют проблемы инноваций, поскольку создаются возможности для регистрации новых фирм.</p> <p>3. Введение адвокатской монополии на представительство в суде может создать для организации еще один базовый продукт, который будет обеспечивать конкурентоспособность услуг организации в целом.</p>	<p>Слабые стороны и угрозы:</p> <p>1. Напряженность в международных отношениях может привести к снижению конкурентоспособности услуг организации, поскольку нет возможности предложить потребителям нужный продукт.</p> <p>2. Кризис в экономике, в отсутствие программы лояльности, снижает конкурентоспособность организации.</p> <p>3. Появление новых информационных технологий и развитие информационного права, а также усиление роли Новосибирской области как центра переговоров создают риски для существующего продукта организации.</p>

Таким образом, влияние внешней среды на конкурентоспособность организации не является прямым, тем не менее, состояние ее внутренней среды

таково, что требует определенных преобразований, что связано, прежде всего, с теми возможностями, которые создают новые направления деятельности. Как следствие, для организации существуют следующие альтернативы:

– организация может продолжать концентрироваться на основном продукте, при этом вполне эффективно будут использоваться политика властей по привлечению инвесторов в ЖКХ и вступление новых членов в ТС;

– организация имеет возможность усиления лидерства по издержкам, для чего также созданы условия, такие как эффективная система финансового менеджмента и система маркетинга, позволяющая обеспечивать эффективное ценообразование;

– организация, располагая персоналом высокого уровня и создав эффективную систему управления работниками, имеет возможность расширения деятельности за счет освоения одного из новых направлений и усиления конкурентных преимуществ в новой услуге концентрации;

– организация также может начать освоение новых видов деятельности в целом, чему способствуют наличие четкой стратегии и высокий профессионализм работников организации.

#### *Список литературы*

1. Гаврилова З.В. Повышение конкурентоспособности на основе брендинга. М.: Ламбер, 2013. – 184 с.
2. Котова Н.Н. Бизнес-стратегии организации: концепции и ситуации для конкурентного анализа. М.: Альфа-пресс, 2013. – 432 с.
3. Лобкова Е.В. Оценка конкурентоспособности социально-экономических систем. М.: Ламбер, 2013. – 200 с.
4. Мисаков В. С. Анализ конкурентоспособности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2010. – 240 с.
5. Савельева Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы. М.: Академия, 2011. – 384 с.

**УДК 339.138:34**

### **СПЕЦИФИКА АНАЛИЗА ВНЕШНЕЙ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ЮРИДИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЕЕ УСЛУГ**

*Д.В. Матушкин, магистрант*

*Научный руководитель: О.В. Кондратьева, канд. экон. наук, доцент*  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье рассмотрены вопросы специфики анализа внешней маркетинговой среды, действующей на рынке юридических услуг, с позиций ее конкурентоспособности, продемонстрированы конкретные факторы внешней среды для участников рынка юридических услуг города Новосибирска

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, факторы макрокруга, стратегические группы, рыночные силы конкуренции, конкурентные преимущества

## **Введение**

Юридическая отрасль во многом специфична в силу предлагаемого ей продукта, что определяет и особенности конкуренции на данном рынке. Продукт, предлагаемый участниками правового рынка, дифференцирован с позиций результатов его потребления, однако, данные результаты имеют, в отличие от многих услуг, длительный во времени характер, поскольку в большинстве случаев сама юридическая услуга с точки зрения ее оказания продолжительна. В результате поведение потребителей определяется во многом известностью определенных участников юридического рынка, кроме того, на конкурентоспособность организации воздействует и перечень юристов, практикующих в данной организации. Как следствие, в значительной мере параметры конкурентоспособности участника рынка правовых услуг выступают результатом эффективного управления внутренними факторами. Тем не менее, и внешняя среда оказывает весьма значительное влияние на конкурентоспособность участников данного рынка. В частности, происходят изменения в самых различных областях, косвенным образом влияющих на маркетинговую деятельность организации, кроме того, происходят изменения и с позиций распределения участников на рынке. Как следствие, актуальным становится эффективное управление конкурентными преимуществами юридической организации с учетом внешнего маркетингового окружения.

### **Объекты и методы исследований**

Целью данной работы является исследование специфики анализа внешней маркетинговой среды юридической организации с точки зрения конкурентоспособности ее услуг.

Задачами работы являются:

- исследование характеристик рынка юридических услуг города Новосибирска;
- исследование конкурентоспособности ООО «Альянс» и его услуг.

### **Результаты и их обсуждение**

Специфика маркетинговой среды в юридической отрасли определяется косвенным воздействием большинства факторов на участников рынка, что, тем не менее, не исключает возможности использования традиционных методов анализа для построения перечня возможностей и угроз для конкретной организации, равно как и оценки конкурентоспособности организации и ее услуг.

Влияние внешней маркетинговой среды на конкурентные преимущества юридической организации может быть проиллюстрировано примером ООО «Альянс». Организация действует на рынке с 2002 года. Приоритетным направлением деятельности ООО «Альянс» является регистрация компаний различных организационно-правовых форм. В то же время, предлагается широкий перечень юридических продуктов, что определяет позиции компании на рынке.

Конкурентоспособность ООО «Альянс» характеризует, с одной стороны, перечень предлагаемых услуг и их соответствие запросам потребителей, с

другой стороны, не меньшее влияние на конкурентные преимущества организации и предлагаемых ей услуг оказывает распределение участников рынка, прежде всего, состояние рынка правовых услуг с точки зрения крупнейших участников, а также перспективные тенденции на рынке, которые могут создавать угрозы для конкурентоспособности организации, а также выступать в качестве возможностей. При этом, с точки зрения управления конкурентными преимуществами и характеристиками предлагаемых организацией услуг, конкурентоспособность организации на рынке определяется именно соотношением основных тенденций юридического рынка, конкурентных позиций основных участников с сильными и слабыми сторонами, характеризующими деятельность организации на данном рынке.

Оценка факторов макроокружения организации для выявления факторов конкурентной среды проводится с использованием PESTEL-анализа, результаты которого представлены в табл.1.

Таблица 1

### PESTEL-анализ конкурентной среды ООО «Альянс»

Политические (P)	Экономические (E)
1	2
<p>1. Политика властей Новосибирской области по привлечению инвесторов в ЖКХ. Означает более активное заключение соглашений, направленных на инвестиции в данную отрасль.</p> <p>2. Вступление в ТС Армении и Киргизии. Означает расширение взаимодействия с</p>	<p>1. Строительство новой гостиницы на территории выставочного комплекса «Новосибирск Экспоцентр». Означает появление нового потенциального потребителя.</p> <p>2. Кризис в экономике. Означает оптимизацию потребителями затрат,</p>
<p>данными республиками, как следствие, создастся спрос на юридические услуги в области торговли с данными странами.</p> <p>3. Напряженность в международных отношениях. Означает необходимость более тщательного составления международных договоров с рядом стран.</p> <p>4. Политика усиления позиций Новосибирской области как центра переговоров и делового туризма. Означает ориентированность участников переговоров на комплексное юридическое обслуживание.</p> <p>5. Введение адвокатской монополии на представление интересов клиента в суде.</p>	<p>связанных с юридическим обслуживанием. Большинство компаний будет ориентироваться на комплексное предоставление юридических услуг одним поставщиком.</p> <p>3. Изменение курсов валют. Для рынка означает заинтересованность участников ВЭД в оптимизации условий договоров.</p> <p>4. Новые налоговые инициативы. Предположительно, вызовут увеличение количества споров в данной области.</p> <p>5. Предположительная поддержка малого бизнеса. Является возможностью.</p>
Социальные (S)	Технологические (T)
<p>1. Изменение состояния регистрируемых браков и разводов. Важным направлением становятся консультации по вопросам семейного права.</p> <p>2. Рост правосознания населения. На правовом уровне проявляется, среди прочего, в стремлении миноритарных акционеров отстаивать свои права..</p>	<p>1. Развивается такое направление как информационное право, что происходит в ответ на значительное усложнение структуры правоотношений в глобальной сети, как следствие, все большим спросом пользуются юридические услуги, которые обеспечивают правовую</p>

1	2
<p>Для организации является угрозой, поскольку специалисты в области корпоративного права в штате отсутствуют.</p> <p>3. Расширение личных юридических услуг. Согласно прогнозам Международной Юридической Компании, потенциал увеличения спроса на данный вид услуг – порядка 30% в год.</p> <p>Для организации является возможностью, поскольку она способна удовлетворить подобные запросы</p>	<p>защиту в данной области права.</p> <p>Для организации является угрозой, поскольку она не способна удовлетворить данные запросы потребителей.</p> <p>2. Появление новых информационных технологий. В частности, все более активно практикуются бесплатные юридические онлайн-консультации. Подобные консультации не обеспечивают решения проблем потребителя, однако, весьма</p>
<p>4. Рост юридической грамотности потребителей. При сохранении высокого спроса на типовые юридические услуги активно растет спрос на различные нестандартные решения, причем потребители хорошо понимают, что им требуется. Как следствие, формируется сегмент квалифицированной юридической помощи, но, при этом требуется и соответствующий уровень подготовки консультантов.</p>	<p>активно обеспечивают обращение юридических и физических лиц именно в те компании, которые подобные консультации предоставляют. По существу, речь идет о своеобразной рекламе.</p> <p>Для организации является угрозой, поскольку данный метод продвижения не представлен.</p>
<p>Для организации является угрозой, поскольку подобными ресурсами она не обладает.</p>	<p>3. Круглосуточная правовая поддержка. Предполагает юридическое сопровождение деятельности потребителей в режиме реального времени круглосуточно.</p> <p>Для организации является возможностью, поскольку существует возможность организовать подобную услугу для потребителей.</p>
<p>Экологические (E)</p>	<p>Правовые (L)</p>
<p>1. Усиление значимости природоохранного законодательства в бизнесе.</p> <p>Для организации является возможностью, поскольку ее специалисты обладают достаточными знаниями, чтобы в короткие сроки освоить данное направление деятельности.</p> <p>2. Рост количества автомобилей ведет к расширению значимости административного права.</p> <p>Для организации является возможностью, поскольку ее специалисты способны организовать сопровождение административных споров.</p>	<p>1. Новые правовые акты. В частности, новые положения ЗК РФ, новые положения отдельных видов гражданского законодательства, в частности, появление новых видов счетов, ряд других законодательных инициатив.</p> <p>Для организации является возможностью, поскольку ее сотрудники активно отслеживают изменения в действующем законодательстве и законопроекты.</p> <p>2. Новые тенденции в законодательстве. Например, обсуждение новых форм отдельных видов договоров в рамках уже существующих.</p> <p>Для организации является возможностью, поскольку она способна удовлетворить запросы потребителей с учетом новых правовых тенденций.</p>

Угрозы для организации:

1. Напряженность в международных отношениях.
2. Усиление Новосибирской области как центра переговоров.
3. Кризис в экономике.
4. Изменение курсов валют.
5. Новые налоговые инициативы.
6. Рост правосознания населения.
7. Рост юридической грамотности потребителей.
8. Развивается информационное право.
9. Появление новых информационных технологий.

Возможности для организации:

1. Политика властей по привлечению инвесторов в ЖКХ.
2. Вступление в ТС Армении и Киргизии.
3. Введение адвокатской монополии на представление интересов в суде.
4. Строительство новой гостиницы.
5. Предположительная поддержка малого бизнеса.
6. Изменение количества браков и разводов.
7. Расширение личных юридических услуг.
8. Круглосуточная правовая поддержка.
9. Усиление значимости природоохранного законодательства.
10. Новые тенденции в законодательстве.

Помимо факторов макроокружения, на деятельность организации существенное воздействие оказывает состояние конкурентной среды в Новосибирской области.

Распределение участников рынка по стратегическим группам представлено на рис.1. На рынке выделяются группы наиболее крупных участников. В частности, действуют многопрофильные участники, которые предлагают юридические услуги сразу в нескольких направлениях, действуют участники узкого профиля, специализирующиеся на отдельных сегментах рынка юридических услуг. В то же время, среди участников рынка широкого профиля представлены как крупные организации, являющиеся лидерами среди компаний, так и сравнительно небольшие организации. Тем не менее, большинство участников рынка, имеющих широкий профиль, характеризуется значительными размерами по сравнению с небольшими узкопрофильными организациями за счет перечня предлагаемых услуг. Группа небольших узкопрофильных организаций специализируется, в основном, на каком-либо направлении предоставления юридических услуг, как правило, данные организации не конкурируют с крупными. В то же время, активно ведется конкуренция между многопрофильными и узкопрофильными участниками рынка.

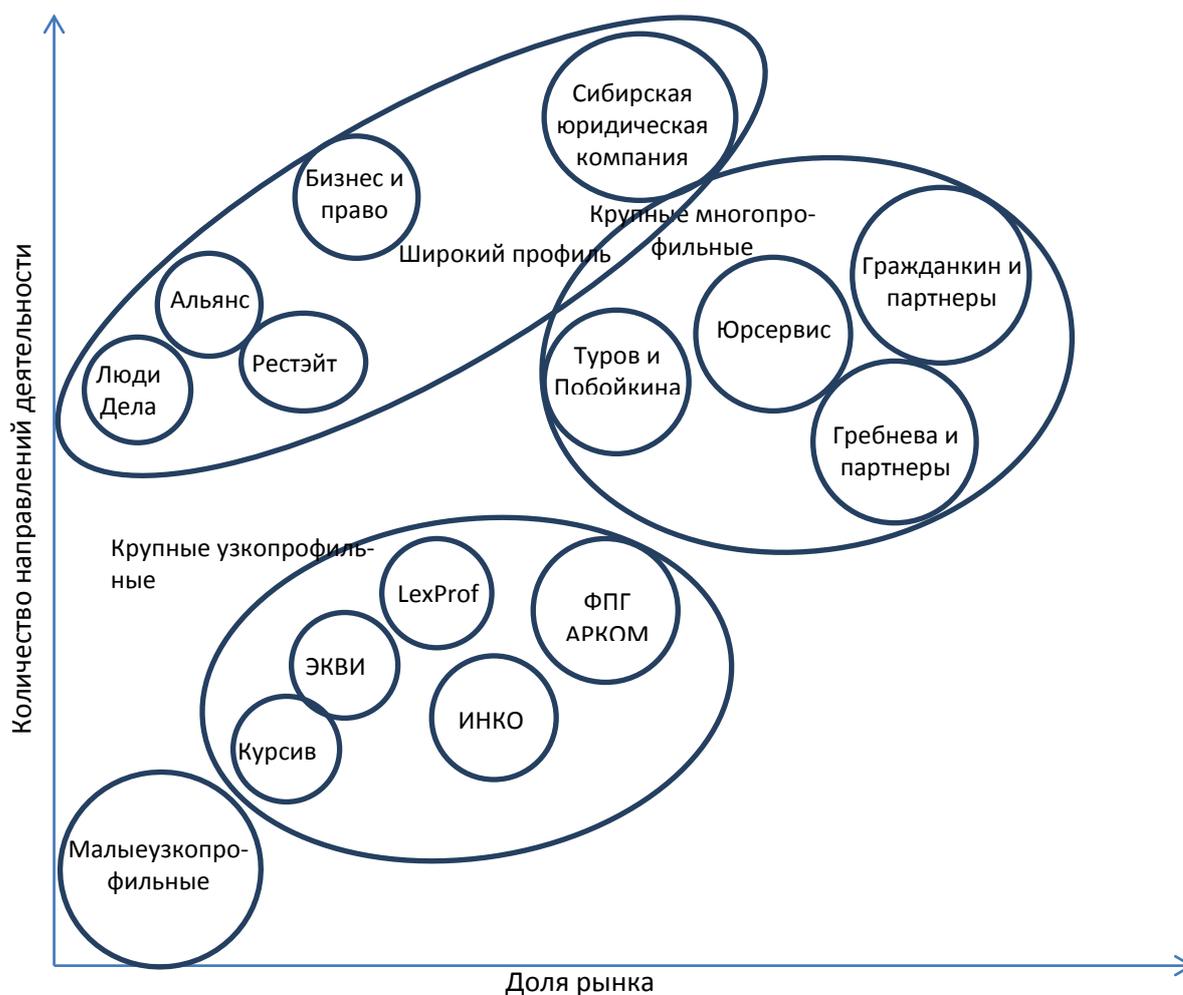


Рис. 1. Карта стратегических групп рынка

Из рис.1 видно, что группа участников широкого профиля формирует наиболее существенное давление на деятельность организации, поскольку ООО «Альянс», хотя и профилировано на регистрации юридических лиц, тем не менее, также предоставляет весьма широкий перечень услуг, в результате конкуренция наиболее активна с данными организациями.

Модель рыночных сил конкуренции представлена в табл. 2. Следовательно, характер распределения рыночных сил определяет отсутствия значительно влияния на деятельность ООО «Альянс» какой-либо из них в силу стратегии ухода в узкий рыночный сегмент с точки зрения выделения основных юридических услуг, тем не менее, данная стратегия не позволяет организации стать одним из крупных участников рынка.

Таким образом, конкурентоспособность организации и ее услуг определяется следующими особенностями конкурентной среды:

- количество угроз для организации меньше, однако, влияние отдельных гроз на конкурентные преимущества организации весьма существенно, в то же время, количество возможностей велико, однако, каждая из них связана с определенным направлением деятельности, за счет которого могут быть уси-

лены конкурентные преимущества. Иными словами, использование существующих возможностей может позволить организации в дальнейшем усилить конкурентные позиции, но только при условии активного управления конкурентоспособностью;

Таблица 2

Модель рыночных сил конкуренции

Сила конкуренции	Характеристика	Влияние на ООО «Альянс»
1. Покупатели	Количество покупателей велико, однако, для каждого из участников рынка есть 2-3 крупнейших	Рыночной властью обладают ОАО «Ростелеком», ТК «Композит», ООО «Смарт Строй», ООО «Трэвэлсерс кофе»
2. Актуальные конкуренты	На рынке г. Новосибирска имеется 11 крупнейших участников, за счет специализации их рыночная власть снижается.	Организация имеет небольшой размер, за счет концентрации обеспечивает уход от прямой конкуренции
3. Заменители	Онлайн-консультации	Продукты-заменители влияют на организацию меньше, чем на рынок, поскольку одним из важных продуктов организации является представительство
4. Поставщики	Поставщики не оказывают влияния на отрасль	Влияние поставщиков минимально
5. Потенциальные конкуренты	Количество потенциальных конкурентов велико, однако их сила низка. В 2014 году по сравнению с 2013 годом прирост количества юридических фирм составил 15%	Наиболее вероятно появление конкурентов в сегменте регистрации юридических лиц, однако, влияние конкурентов будет невелико

– организация хотя и имеет меньший, чем у лидеров рынка размер, тем не менее, сопоставима с ними и по выручке, и по численности работников;

– группа участников широкого профиля формирует наиболее существенное давление на деятельность организации, поскольку организация, хотя и профилирована на регистрации юридических лиц, тем не менее, также предоставляет весьма широкий перечень услуг, в результате конкуренция наиболее активна с данными организациями;

– характер распределения рыночных сил определяет отсутствия значительного влияния на деятельность организации какой-либо из них в силу стратегии ухода в узкий рыночный сегмент по основным юридическим услугам, тем не менее, данная стратегия не позволяет организации стать одним из крупных участников рынка.

Список литературы

1. Гаврилова З.В. Повышение конкурентоспособности на основе брендинга. М.: Ламбер, 2013. – 184 с.
2. Котова Н.Н. Бизнес-стратегии организации: концепции и ситуации для конкурентного анализа. М.: Альфа-пресс, 2013. – 432 с.

3. Лобкова Е.В. Оценка конкурентоспособности социально-экономических систем. М.: Ламбер, 2013. – 200 с.
4. Мисаков В. С. Анализ конкурентоспособности фирмы. М.: Финансы и статистика, 2010. – 240 с.
5. Савельева Н.А. Управление конкурентоспособностью фирмы. М.: Академия, 2011. – 384 с.

**УДК 339.138:338.46:658.64**

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЛЕКСА ОПЕРАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНТНЫМИ ПРЕИМУЩЕСТВАМИ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Д.В. Матушкин, магистрант*

*Научный руководитель: О.В. Кондратьева, канд. экон. наук, доцент*  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье рассмотрены вопросы влияния комплекса операционного маркетинга на конкурентные преимущества организации, действующей на рынке общественного питания. Исследована специфика построения комплекса операционного маркетинга кофейни в сравнении с крупными сетевыми участниками и проблемы конкурентоспособности, определяемые комплексом операционного маркетинга

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, операционный маркетинг, конкурентные преимущества, маркетинговая стратегия

### **Введение**

Конкурентоспособность на рынке услуг является одной из наиболее значимых составляющих участников данного рынка, что определяется, помимо значительного количества компаний, действующих в данной области, также и изменениями, происходящими на рынке. При этом спецификой рынка услуг выступает активная политика компаний, связанная с управлением комплекса операционного маркетинга. Высокую активность проявляют участники рынка услуг общественного питания, для которого характерно не только наличие ряда крупных участников, но и специфическая сегментация, в том числе, с точки зрения географии деятельности. Как следствие, управление конкурентными преимуществами участников данного рынка на основе комплекса операционного маркетинга не только особо значимо в условиях активизации конкуренции, но и имеет определенные особенности, в частности, определяемые составляющими операционного маркетинга.

Вопросы управления конкурентоспособностью организации сферы услуг рассматривали такие авторы как Л.В. Баумгартен, В.А. Быков, З.В. Гаврилова, Х.С. Джабраилов, А.Л. Загорский, Е.А. Иванова, Н.Н. Котова, В.В. Криворотов, О.Н. Левшина, И.М. Лифиц, Е.В. Лобкова, Н.П. Лукьянчикова, Е.И. Мазилкина, Н.Л. Маренков, М.А. Мартынова, В.С. Мисаков, В.Г. Питеев, Е.А. Резникова, Н.А. Савельева и др.

## **Объекты и методы исследований**

Целью данной работы является исследование использования комплекса операционного маркетинга в управлении конкурентными преимуществами организации сферы услуг.

Задачами работы являются:

- исследование специфики управления конкурентными преимуществами организации сферы услуг;
- исследование комплекса операционного маркетинга в управлении конкурентными преимуществами ООО «Новые ресторанные технологии».

## **Результаты и их обсуждение**

Безусловно, на рынке услуг общественного питания основу конкурентных преимуществ так же, как и в других видах деятельности составляет маркетинговая стратегия. Тем не менее, характерной особенностью услуг, предлагаемых данным рынком потребителям, выступает наличие не только удовлетворенности как результата оказания неосязаемой услуги, что характерно для сферы услуг в целом, но и наличие вполне конкретных составляющих материального плана. В частности, материальная составляющая определяется, блюдами, которые определяют вполне объективные характеристики предлагаемого продукта, равно как и обстановкой, которая характеризует условия оказания услуги, определяя тем самым общее впечатление от организации.

Следует также принимать во внимание, что не только общественное питание специфично в силу конструирования операционного маркетинга, в сравнении со сферой услуг, но также специфична и конкуренция в отдельных сегментах рынка, поскольку, хотя все участники рынка предлагают, по существу, одинаковую услугу, они удовлетворяют различные запросы потребителей. Вполне объяснимо, что и конкурентные преимущества, с учетом различий в запросах, имеют особенности для каждого сегмента рынка общественного питания. В частности, рестораны удовлетворяют, в большей степени, статусные запросы потребителя, предлагая не только кухню, но и престиж. Как следствие, значимым конкурентным преимуществом является образ заведения, реализуемый через экзотический характер блюд, оригинальность рецептов, запоминающийся интерьер, отличающийся стилистическим единством и т.д. Кофейни, напротив, предлагают не кофе и легкие закуски, а общение, как следствие, значимым становится продвижение продукта как возможности времяпрепровождения в определенном стиле, например, для любителей литературы. Кухня, безусловно, играет роль, но более велика ее значимость для тех участников рынка кофейен, которые в маркетинговой стратегии ориентируются на создание продукта, предназначенного для потребителей с определенными запросами. Тем не менее, следует отметить, что в конкурентной борьбе использование комплекса операционного маркетинга в каждом из сегментов рынка общественного питания может не только иметь свои особенности, но и характеризоваться своеобразием для конкретных организаций. Сказанное может быть проиллюстрировано примером деятельности на рынке кофейен города Новосибирска.

ООО «Новые ресторанные технологии» действует на рынке кофеен, расположено в одном из спальных районов Новосибирска, что определяет отсутствие конкуренции в данном географическом сегменте. Организация предлагает широкий перечень различных блюд, в основном, собственной кухни, общая площадь составляет 170 кв. м, из которых зал обслуживания занимает 100 кв. м, кроме того, в составе организации имеется летнее кафе. Иными словами, организация имеет значительную инфраструктуру для оказания услуг общественного питания, для сравнения, по крупным сетевым кофейням площадь зала обслуживания составляет порядка 80-100 кв. м, у отдельных сетевых участников она меньше. Как следствие, организация, с одной стороны, уходит от прямой конкуренции за счет месторасположения, с другой стороны, она имеет значимые ресурсы оказания услуг.

Как и в большинстве небольших организаций, стратегия конкурентных преимуществ, равно как и комплекс операционного маркетинга, не формализованы, тем не менее, стратегический уровень управления конкурентоспособностью достаточно четко выражен. Организация придерживается стратегии внешних конкурентных преимуществ, что реализуется как за счет высокого уровня кухни, обеспечиваемого профессионализмом шеф-повара и собственными блюдами, так и за счет высокого уровня оформления интерьера. Безусловным преимуществом с позиций взаимодействия с потребителями следует признать и месторасположение на одной из центральных улиц района, в котором ООО «Новые ресторанные технологии» ведет свою деятельность, на первом этаже офисного центра. Подобное месторасположение обеспечивает возможность привлечения как потребителей, работающих в офисах, так и жителей района, возвращающихся с работы из центра города.

Как следствие, деятельность организации не сопряжена с прямой конкуренцией, поскольку в географическом сегменте другие кофейни отсутствуют, тем не менее, конкуренция ведется с точки зрения удовлетворения запросов потребителей. Конкурентами выступают сетевые кофейни, поскольку основной потребностью для потребителей выступает возможность провести вечер в спокойной обстановке и с хорошей кухней. Как следствие, потребитель, возвращаясь из центра города, может выбирать между сетевыми кофейнями, которые обычно расположены вблизи крупных магистралей, и ООО «Новые ресторанные технологии». Схожим образом выбор делается потребителями и между поездкой в центр города для общения с друзьями и местной кофейней.

Подобный характер конкуренции определяет следующие особенности управления комплексом операционного маркетинга организации с точки зрения конструирования конкурентных преимуществ:

– цена. Ценообразование ведется исходя из цен основных конкурентов. Цена на первые и вторые блюда ниже, чем у конкурентов на 30-40%. На закуску цены ниже на 15-20%, по сравнению с крупными сетями кофеен. Цены на кофе на 10-15% ниже, чем в Travellers' Coffee и Чашке кофе, на 25% - чем в Кофе Хаузе. На предприятии, однако, отсутствует дисконтная система. Для сравнения, до 2010 года включительно у основных конкурентов действовали

дисконтные программы (в Кофе Хаузе действовала система бонусных карт). На сегодняшний день, основные конкуренты предлагают дисконтные карты только постоянным клиентам (в Кофе Хаузе действует система скидок для VIP-клиентов, скидка от 10% до 50%);

– продукт. Как уже было отмечено, меню по первым и вторым блюдам шире, чем у основных конкурентов. Так, по количеству наименований в меню ООО «Новые ресторанные технологии» превосходит Travellers' Coffee и Чашку кофе примерно на 10-15%, Кофе-Хауз на 9% (с учетом нового сезонного меню).

Следует отметить, что по оригинальности предлагаемых блюд ООО «Новые ресторанные технологии» превосходит конкурентов еще существеннее, поскольку, если в крупных сетях стандартное меню практически одинаково, то в ООО «Новые ресторанные технологии» очень много фирменных блюд. Слабой стороной основного меню следует считать значительно меньший, чем у основных конкурентов, выбор десертов и кондитерских изделий;

– система сбыта. Месторасположение кафе обеспечивает ему постоянный поток потребителей. Экстерьер и интерьер кафе соответствует запросам потребителей, что также повышает конкурентоспособность предприятия. Относительно основных конкурентов можно отметить следующее. Travellers' Coffee располагается, как правило, в наиболее оживленных местах. В плане организации сбыта единственно слабым местом является неуютный интерьер (мало диванов и кресел, очень маленькие столики).

Чашка кофе имеет достаточно традиционный интерьер, выдержанный в белых и бежевых тонах, диваны – красного цвета. В целом, атмосфера заведения нейтральная, однако, в определенной степени и стиль заведения недостаточно запоминается, за счет чего снижается его привлекательность для тех, кто привык использовать кафе как место для общения.

До недавнего времени Кофе Хауз испытывал значительные проблемы со сбытом, однако, за счет пересмотра расположения кофеен, благодаря чему они стали более равномерно распределены по городу, а также за счет пересмотра оформления интерьера по отдельным элементам система сбыта в целом существенно улучшилась. Единственный параметр, по которому ООО «Новые ресторанные технологии» проигрывает конкурентам – экстерьер, который, на данный момент, несколько слабее из-за недостаточности инвестиций.

– продвижение продукта. Основные направления продвижения продукта в ООО «Новые ресторанные технологии»:

а) при открытии был установлен баннер;

б) при открытии работникам офисного центра и прохожим вблизи офисного центра раздавались приглашения. Приглашения были напечатаны на мелованной бумаге, выполнены в цвете. Всего было распространено около 2500 приглашений;

в) проведено несколько розыгрышей призов на радио. На радио Energy в Новосибирске было проведено несколько розыгрышей призов, где призом выступал ужин на двоих в ООО «Новые ресторанные технологии»;

г) создан Интернет-сайт. Создан сайт-визитка с общей информацией о кафе и данными по меню. Данные по меню сгруппированы по разделам сайта, также имеется возможность бронирования столика онлайн.

Наиболее активно среди конкурентов осуществляет продвижение продукта Кофе Хауз. Основные направления продвижения:

- а) основным инструментом продвижения являются специальные акции, которые проводятся на радио. Главным партнером является Радио Energy;
- б) имеется огромное количество рекламной продукции в местах продаж;
- в) проводятся акции по раздаче флаеров на улице;
- г) сняты и размещены в Интернете несколько рекламных роликов;
- д) активно проводятся специальные мероприятия, которые рекламируются через Радио Кофе Хауз.

По другим конкурентам представлена, в основном, реклама в местах продаж. Также обе сети кофеен проводят специальные акции;

– люди. ООО «Новые ресторанные технологии» уровень мотивации персонала существенно выше, чем у основных конкурентов. Это обеспечивается, в первую очередь, отдельными чаевыми, процентом от продаж, а также более высоким уровнем оплаты труда в целом. Также следует отметить, что в Travellers' Coffee Чашке кофе график работы жесткий – 2/2. Уровень профессионального мастерства персонала также существенно выше, чем у основных конкурентов, что обеспечивается более низкой текучестью кадров;

– процесс покупки. Данный элемент комплекса операционного маркетинга в ООО «Новые ресторанные технологии» реализован более сильно, чем у конкурентов, поскольку это один из элементов позиционирования организации. При этом, благодаря уютной атмосфере, процесс покупки обеспечивает предприятию более высокий, чем у конкурентов, средний чек, несмотря на отсутствие в меню алкоголя. В Кофе Хаузе процесс покупки также организован, благодаря системе дополнительных бесплатных продуктов, например, Wi-Fi, журналов, и некогда сформированному имиджу предприятия, на достаточно высоком уровне. Как и в ООО «Новые ресторанные технологии», процесс покупки здесь оформлен во времяпровождение.

В Travellers' Coffee процесс покупки организован нерационально, в первую очередь, в силу низкой квалификации официантов, поскольку процесс покупки зачастую превращается в ожидание заказа. Тем не менее, данная сеть кафе также обеспечивает конкурентоспособность за счет процесса покупки среди основной целевой аудитории – школьников и студентов.

Аналогично, в Чашке кофе процесс покупки ориентирован только на обслуживание потребления, но никаких дополнительных преимуществ для организации не создает. Практически отсутствует неформальное взаимодействие между потребителями и работниками кофейни;

– физический атрибут. В ООО «Новые ресторанные технологии» физические атрибуты основной услуги организованы приблизительно на том же уровне, что и у конкурентов. С одной стороны, посуда в кафе не имеет тиражируемого фирменного логотипа, что снижает у потребителей формирование

образа услуги, оказанной именно в ООО «Новые ресторанные технологии». С другой стороны, благодаря высокому профессиональному мастерству баррист, эстетическое наполнение продуктов существенно выше.

В целом, проведенное исследование позволяет сделать вывод, что организация эффективно конкурирует с сетевыми кофейнями, что определяется комплексом ее операционного маркетинга. В то же время, не менее важным выводом может послужить и отсутствие прямой взаимосвязи между маркетинговой стратегией организации и комплексом ее операционного маркетинга. По существу, характер построения текущей маркетинговой деятельности организации преследует только краткосрочные цели. В долгосрочной перспективе управления конкурентными преимуществами не осуществляется. Результатом подобной позиции руководства организации можно считать эффективное в целом управление текущей маркетинговой деятельностью при недостаточно эффективном управлении стратегическими конкурентными преимуществами.

Таким образом, основными проблемами управления конкурентными преимуществами ООО «Новые ресторанные технологии» с позиций операционного маркетинга являются:

1. Слабость маркетинговой стратегии и позиционирования.
2. Отсутствует дисконтная система.
3. Отсутствие возможности реализации подакцизных товаров.
4. Отсутствует система бесплатных продуктов для клиентов.
5. Уровень экстерьера слабее, чем у конкурентов.
6. Слабое использование связей с общественностью.
7. Более высокий, чем у крупных конкурентов, уровень издержек.
8. Не используются современные Интернет-технологии для продвижения продукции.

#### *Список литературы*

1. Аакер, Д. Стратегическое рыночное управление /Д.Аакер. - СПб.: Питер, 2011. – 496 с.
2. Альтшулер, И. Стратегическое управление на основе маркетингового анализа. Инструменты, проблемы, ситуации /И.Альтшулер.- М.: Вершина, 2010. – 420 с.
3. Казанцев, А.В. Эволюция развития маркетингового управления и изменения роли маркетинга в общей системе управления предприятием / А.В. Казанцев //Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – № 1. – 2011. – С. 323-329.
4. Кислов, Д.В. Организация и ведение бизнеса в сфере торговли и услуг /Д.В.Кислов,Б.Е. Башилов. - М.: Вершина, 2010. – 264 с.
5. Новикова, Н.Г. Методологические проблемы инструментария стратегического маркетинга и жизнеспособность маркетинг менеджмента как подхода к управлению организацией / Н.Г. Новикова //Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. – № 8. – 2011. – С. 92-98.

## ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ АУДИТА УСТАВНОГО КАПИТАЛА

*О.В. Новолоцкая, студентка*

*Научный руководитель: Е.Н. Лищук, канд. экон. наук, доцент*  
Сибирский университет потребительской кооперации, Новосибирск

Основным источником формирования собственных средств предприятия является уставный капитал, который представляет собой совокупность средств, вложенных его собственником. Порядок формирования уставного капитала регулируется законодательством и учредительными документами. Аудит уставного капитала позволяет подтвердить законность его формирования и изменения, установить полноту и правильность расчетов с учредителями, а также получить выводы о достоверности отражения информации о капитале в финансовой (бухгалтерской) отчетности.

**Ключевые слова:** методика, аудит, уставный капитал, расчеты с учредителями, подходы к разработке методик аудита.

Неотъемлемой составной частью любого хозяйственного общества выступает уставный капитал. Вместе с тем он представляет собой весьма условную величину, определяющую совокупный размер внесенных учредителями средств в момент учреждения общества. С точки зрения гражданского законодательства уставный капитал определяет минимальный размер имущества общества, гарантирующего интересы его кредиторов. Экономический же смысл уставного капитала заключается в наделении вновь созданного юридического лица основными и оборотными средствами, необходимыми для осуществления предпринимательской деятельности. С течением времени при успешной предпринимательской деятельности юридического лица средства, внесенные учредителями в качестве вклада в уставный капитал, могут быть как приумножены, так и, при образовании значительных убытков, утрачены полностью или частично.

Обобщение квалификации уставного капитала с юридической и экономической точки зрения, позволяет сформулировать присущие уставному капиталу функции:

- во-первых, выступает «стартовым» капиталом для основания и ведения коммерческой деятельности;
- во-вторых, конкретизирует не только вклад каждого акционера (участника), но и прямо обуславливает степень его участия в управлении обществом и распределении прибыли;
- в-третьих, информирует заинтересованных лиц о «солидарности» общества; несмотря на то, что реально средств объявленных в форме ликвидных активов в уставном капитале может и не оказаться в наличии.

Сведения о собственном капитале экономического субъекта широко используются как внутренними, так и внешними пользователями бухгалтерской информации. Обеспечение достоверности данного показателя возможно

посредством ведения обоснованных записей в учете всех его составляющих. В тоже время для проверки учредительных документов нельзя быть уверенным в правильном формировании уставного капитала.

Формирование мнения о достоверности данных показателей бухгалтерской финансовой отчетности, отражающих состояние уставного капитала, и соответствии методологии его учета нормативным актам является основной целью аудиторской проверки.

Направлениями аудита учета формирования уставного капитала выступают:

1. Оценка эффективности системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля, осуществляемая аудитором на этапе планирования, которая предполагает не только изучение рабочего плана счетов, но и анализ организации ведения аналитического учета, а также исследование форм первичных учетных документов, используемых в бухгалтерском учете аудируемого лица и установленного правила документооборота по учету уставного капитала.

2. Проверка соблюдения требований гражданского и специального законодательства. Аудитору необходимо оценить соблюдение требований законодательства при формировании изменения уставного капитала по средствам реализации таких аудиторских процедур как:

- проверка соответствия величины уставного капитала размеру, определенного уставом; оценка соотношения величины чистых активов и уставного капитала общества;

- проверка соблюдения сроков внесения и формы вкладов в уставный капитал;

- установление фактов и источников изменения уставного капитала;

- проверка правильности определения суммы увеличения (уменьшения) уставного капитала.

Наряду с этим, следует установить соблюдение требований законодательства по расчетам с участниками по выплате им части прибыли. Для этого аудитору необходимо:

- ознакомиться с решением общего собрания о выплате части прибыли общества;

- установить форму и источники выплаты участникам части прибыли; а также порядок распределения прибыли между участниками;

- оценить соблюдение установленные законодательством ограничений по распределению части прибыли между участниками;

- проверить правильность расчета деятельности стоимости доли участника общества при совершении различных операций;

- установить источники выплаты действительной стоимости доли участника общества.

3. Проверка правильности отражения операций в бухгалтерском учете. Для этого аудитор проверяет:

- наличие, правильность и своевременность оформления документов, подтверждающих операции по формированию и изменению уставного капитала;

- порядок оценки имущества вносимого в счет вклада в уставный капитал;

– правильность определения суммы дохода подлежащей выплате учредителям;

– ведение синтетического учета по счетам 75 «Расчеты с учредителями», 80 «Уставный капитал», 82 «Резервный капитал», 83 «Добавочный капитал», 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)»;

– правильность формирования отчетных показателей.

Для выполнения процедуры проверки в качестве источников информации используются: устав, учредительный договор, свидетельство о государственной регистрации и регистрации в органах статистики, налоговой инспекции, внебюджетных фондах, протоколы собраний, документы приватизации; приказы, распоряжения, внутренние положения и реестр акционеров для акционерных обществ, лицензии и разрешения на определенные виды деятельности, переписка с учредителями и акционерами, регистры синтетического и аналитического учета уставного капитала (журнал-ордер № 12, ведомость аналитического учета по счету 80 «Уставный капитал», 75 «Расчеты с учредителями» и др., первичные документы по формированию уставного капитала (выписки банка, приходные кассовые ордера, платежные поручения, акты на оприходование имущества, в качестве вноса в уставный капитал, накладные и т.д.), Главная книга или оборотно-сальдовая ведомость, бухгалтерская отчетность и др.

Исследование специальной экономической литературы показало, что ученые выделяют четыре основных подхода к разработке методик аудита: юридический, бухгалтерский, специальный и отраслевой [2].

Реализация юридического подхода в методики аудита уставного капитала и расчетов с учредителями по вкладам, по нашему мнению, заслуживает особого внимания. Использование данного подхода в разработке методик охватывает проверку различных вопросов с правовой стороны. А в методики аудита уставного капитала и расчетов с учредителями по вкладам – позволяет оценить правильность и полноту формирования уставного капитала посредством проведения экспертизы: протоколов собрания акционеров, решения совета директоров, документов, подтверждающих право собственности учредителей на имущество, вносимое в счет вклада в уставный капитал и другие.

Методики, разработанные на основе юридического подхода, в некоторых аспектах пересекаются с бухгалтерским направлением, но подразумевают более детальное изучение отражения хозяйственной деятельности в учете.

Бухгалтерский подход, выступая традиционным, заключается в разработке методик проверки по различным участкам бухгалтерского учета. В федеральных правилах (стандартах) аудиторской деятельности они получили название методики проверки оборотов и сальдо. В процессе аудита уставного капитала и расчетов с учредителями по вкладам в уставный капитал проверяются такие счета, как 80 «Уставный капитал», 75 «Расчеты с учредителями», 81 «Собственные акции (доли)» и др.

Специальный подход включает в себя разработку методик проверки групп экономических субъектов, обладающих общими специальными признаками (например, организационно-правовая форма, структура капитала, численность работников и др.).

При отраслевом подходе разрабатываются методики аудита экономических субъектов в зависимости от вида их деятельности и отраслевой принадлежности. К ним можно отнести методики аудита химических, нефтяных предприятий, банков, страховых организаций и т.д.

Обобщение информации об основных подходах к разработке методик и реализации их в методике аудита уставного капитала позволит организовать аудиторскую проверку более рационально и эффективно.

#### *Список литературы*

1. Аудит: основы аудита, технология и методика проведения аудиторских проверок: учебное пособие. – М.: ИД ФОРУМ, 2009 - 560 с.
2. Аманжолова Б.А., Лищук Е.Н. Аудит условных фактов хозяйственной деятельности (монография). – Новосибирск: СибУПК, 2010.- 238 с.

## **УДК 658.5**

### **ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ**

*Э.А. Новосёлова, канд. экон. наук, доцент,*

*А.М. Козляева, студентка, экономист ООО «Охотник»*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Принятие решений на основе концепции управления стоимостью компании имеет цель максимизацию рыночной стоимости предприятия, которая определяется дисконтированными будущими денежными потоками. В реальной управленческой практике на рыночную стоимость компании могут повлиять инвестиционные проекты по разработке и внедрению новых видов продукции (товаров, услуг), а также новых технологических процессов и оборудования.

**Ключевые слова:** оценочная деятельность, рыночная стоимость, коммерческая организация, управление, эффективность.

Актуальность работы заключается в современности и эффективности концепции управления стоимостью предприятия, первостепенной задачей которой является увеличение финансового благосостояния акционеров (владельцев) предприятий благодаря росту рыночной стоимости предприятия в результате эффективной эксплуатации объектов владения.

Ранее эту тему изучали и разрабатывали отечественные авторы: Валдайцев С.В., Грязнова А.Г., Федотова М.А., Астраханцева И.А., Постюшков А.В., Есипов В.Е. Большой вклад в популяризацию подхода по управлению стоимостью компании внесли сотрудники консалтинговой компании McKinsey, к примеру книга партнеров компании Тома Коупленда (Tom Copeland), Тима Коллера (Tim Koller) и Джека Мурина (Jack Murrin) «Стоимость компаний: оценка и управление».

Целью работы является обоснование стоимости предприятия как действующего в целях ее дальнейшего повышения.

Объектом исследования являются связи отношения, возникающие в процессе формирования стоимости коммерческой организации.

Предметом исследования является процесс оценки стоимости коммерческой организации.

Объект наблюдения - ООО «Охотник», основная деятельность которого розничная торговля спортивными товарами, рыболовными принадлежностями, туристским снаряжением, лодками и велосипедами, розничная торговля оружием, патронами и охотничьими принадлежностями.

В работе проведены различные виды анализа внутренней и внешней среды, в том числе использованы матрица и ромб Портера, STEP-анализ.

Продажи в отрасли сильно зависят от экономических циклов, продаются дорогие, качественные товары (нормальные) товары. Высокие ставки по кредитам вызывает отток клиентов. Растущая инфляция в промышленных товарах невысока, что негативно влияет на выручку предприятия. Нехватка квалифицированной рабочей силы. Предприятие закупает некоторые товары за рубежом, поэтому рост курса валют негативно сказывается на нем.

Популяризация здорового образа жизни и отдыха на природе позитивно влияет на продажи товаров, повышение доходов и улучшение благосостояния позитивно влияет. Снижение численности населения оказывает негативное влияние.

Постоянное появление новых товаров вызывает необходимость следить за ними, развивается Интернет-бизнес, увеличивается темп обновления, растет качество сервиса в стране. Процесс продаж компьютеризируется и автоматизируется.

Дана краткая характеристика отрасли туристических и рыболовных товаров, а также техники. Проведен анализ товаров, продаваемых фирмой при помощи матрицы Бостонской консалтинговой группы, обнаружено, что большинство товаров компании находятся на стадии зрелости.

При помощи SWOT и SNW-анализа исследована внутренняя среда организации. Наиболее важными из сильных сторон стаж на рынке (прочные связи с партнерами имидж) и качество сервиса, выраженное в высоком профессионализме сотрудников и широком ассортименте фирмы. Слабостью компании могут быть высокие цены, что обостряет угрозу потери лояльности клиентов. На рынке понижается рентабельность и уровень цен, в связи с понижением доходов населения.

Далее проведен анализ финансовых показателей, выявлены их темпы роста, рассчитана их структура. Наибольший удельный вес имеет долгосрочная задолженность и запасы, также велика доля основных средств, в 2013 году в эксплуатацию введены новые здания за счет займа у учредителя, что привело к сильному увеличению внеоборотных активов и долгосрочной задолженности. Анализ отчета о финансовых результатах показал негативные тенденции к росту себестоимости и затрат от основной деятельности (ком-

мерческих) затрат. При расчете экономических коэффициентов выяснилось, что предприятие высоко ликвидно, абсолютная ликвидность выше нормативного значения в 1,5 раза, мгновенная - в 15 раз, текущая на уровне рекомендуемого значения. Однако коэффициент финансового левериджа чрезмерно высок, а коэффициент автономии ниже нормы в 5 и более раз, что свидетельствует о зависимости фирмы от заемных средств. Оборачиваемость запасов близка по значениям к оборачиваемости активов и составляет около 230 дней, что является медленным и связано с тем, что предприятие торгует промышленными товарами. Оборачиваемость дебиторской задолженности выше оборачиваемости кредиторской задолженности, обе они высоки и составляют менее 10 и 20 дней соответственно, более выгодно обратное соотношение. Фондоотдача снизилась в течении последних двух лет, для ее повышения следует увеличить выручку путем увеличения эффективности использования имеющихся основных средств, либо уменьшить их количество. Рентабельность очень низкая впрочем всего анализируемого периода около 1% и становится отрицательной около -1 % в 2013 и 2014 годах. Рентабельность на собственный капитал в 2014 году снижается до -5,47 %. Модель Альтмана говорит о высокой финансовой устойчивости предприятия и прогнозирует продолжение деятельности в ближайшие два года с высокой вероятностью.

Важным этапом анализа является выявление и оценка рисков. Выявленные риски поделены на систематические и несистематические, оценены, и при помощи средней арифметической найдена премия за риск в 27,04%. В качестве безрисковой ставки в условиях переходной экономики взята ставка по долгосрочному депозиту в Сбербанке – 7,6%. При помощи кумулятивного подхода найдена ставка дисконтирования денежных потоков для ООО «Охотник» равная 34,64%

Приводится расчет амортизации с учетом планируемых изменений в основных фондах. При помощи метода тренда определяется валовая прибыль и на основе планов предприятия составляется прогнозный отчет о прибылях и убытках ООО «Охотник» на 2015-2017 годы. Далее составлен прогнозный баланс на основе данных предшествующих лет и планов предприятия. Наибольшее увеличение планируется в строке запасы, остальные строки изменяются большей частью в следствии этого. С использованием данных этих трех таблиц построен денежный поток на прогнозный период, по модели Гордона определена стоимость компании в постпрогнозный период. Стоимость компании при этом варианте развития событий равняется 41336,6 тыс. руб.

К результатам работы относятся рекомендации по увеличению денежного потока ООО «Охотник». Совокупный денежный поток состоит из операционного, инвестиционного и финансового потоков. Оказывая влияния на каждую из видов потоков, мы можем добиться изменения всего денежного потока, а следовательно стоимости компании.

Для увеличения финансовой части денежного потока предложено сыграть на изменении валют, которым прогнозируют рост и увеличение чистой прибыли за счет увеличения прочих доходов.

Для операционной части сделаны рекомендации по изменению ассортимента. Проанализированы текущие группы товаров с учетом наценки по группе, затрат относимых на неё и площади занимаемой товарами. Рекомендовано сократить ассортимент «Техники» на Кошурникова и Ватутина, перейдя к продаже только группы «Техника» в Матвеевке. В магазине на Кошурникова следует увеличить площадь занимаемую товарами группы «Туризм», так как они приносят высокую прибыль в данном магазине, и уменьшить товарную группу «Оружие». В магазине на Ватутина можно наоборот расширить группу «Оружие», изменив ее внутреннюю структуру. Также рекомендуем выйти на рынок спортивных товаров для разных популярных видов спорта: сноуборда, велоспорта, спортивного туризма, лыж, коньков, хоккея, футбола, плавания. Также расширить подгруппы «Одежда» и «Обувь», приносящие фирме 30,88 млн. руб. или 16,86% валовой прибыли совокупно, женскими вещами, ассортимент которых должен быть более широк, в силу того, что женщины уделяют большее внимание выбору одежды и чаще ее приобретают.

Далее был проведен расчет денежного потока с учетом рекомендуемых изменений в поведении фирмы. Стоимость предприятия при успешном выполнении этого сценария развития составила 57 325,3, что больше на 15 988,7 тыс. руб. или на 38%, чем до предлагаемых изменений. Из чего следует вывод, что управленческие решения, выработанные на основе оценки стоимости эффективны.

#### *Список литературы*

1. Астраханцева И. А. Анализ теории и методологии стоимостного подхода к управлению компанией// Аудит и финансовый анализ. - 2010. - №3 – С. 211-217.
2. Бухарин Н. А., Озеров Е. С., Пупенцова С. В., Шаброва О.А. Оценка и управление стоимостью бизнеса / под общей редакцией Е. С. Озерова – СПб: ЭМ-НиТ, 2011 - 238 с.
3. Постюшков А. В. Теория и практика оценочного менеджмента/ А. В. Постюшков-М: Маросейка, 2010. - 378с.
4. Царев В. В. Оценка стоимости бизнеса. Теория и методология: учеб. Пособие для студентов вузов/В. В. Царев, А. А. Кантарович — М. ЮНИТА-ДАНА, 2012. - 572с.
5. Щербаков В.А., Щербакова Н. А. Оценка стоимости предприятия (бизнеса)/ Щербаков В. А., Щербакова Н. А. - 4-е издание перераб. И доп. - М. Омега-Л, 2012 -315с.

## ПРОБЛЕМЫ ВЫБОРА ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТОИМОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

*О.Е. Пирогова кандидат экономических наук, доцент,  
ФГБОУ ВПО «СПбГТЭУ», г. Санкт-Петербург*

В статье рассмотрен стоимостной подход к управлению развитием предприятия. На основе анализа видов стоимости обосновывается необходимость применения фундаментальной стоимости в системе управления развитием предприятия.

**Ключевые слова:** предприятие, управление на основе стоимости, стоимость, рыночная стоимость, фундаментальная стоимость, потенциал.

Несмотря на негативные внешнеэкономические тенденции, с которыми связано развитие современной отечественной экономики, вопросы построения эффективных систем управления предприятиями и компаниями по-прежнему остаются актуальными. Многие отечественные и зарубежные ученые связывают возможности построения эффективных систем управления предприятием с внедрением в практику управления системы управления на основе стоимости, которая за рубежом получила название «Value Based Management».

Концепция управления на основе стоимости (в более широком толковании – концепция ценностно-ориентированного управления) предполагает, что предприятие как открытая социально-экономическая система в своем развитии должно стремиться к максимизации своей стоимости [2, 3, 4]. Несмотря на ряд преимуществ, внедрение стоимостной концепции в деятельность современных отечественных предприятий, в том числе и торговых встречает серьезные затруднения. Трудности внедрения стоимостной концепции в торговле связаны, прежде всего, со следующими аспектами [1, 2]:

– разработанные к настоящему времени методические подходы и экономические модели предназначены в основном для крупных корпораций, вместе с тем для средних и мелких предприятий данная концепция остается малоприменимой;

– показатели для оценки стоимости предприятия или ее роста имеют различную форму и зачастую несопоставимы;

– большая часть показателей оценки роста стоимости являются коммерческим продуктом, содержат в методологии их применения ряд запатентованных и охраняемых ноу-хау, которые известны только производителю. Кроме того, внедрение таких продуктов требует существенных организационных и финансовых затрат, в том числе на адаптацию продукта под конкретное предприятие, а также на поддержание коммерческого продукта.

Одной из существенных трудностей, связанных с внедрением концепции управления на основе стоимости является методологическая, которая связана с определением экономического смысла показателя стоимости, который используется в контуре системы управления развитием предприятия.

Уже первые попытки применить стоимостные показатели привели к тому, что система создания стоимости на предприятиях начинала разрушаться, это заставило менеджеров задуматься о целесообразности применения традиционных видов стоимости в системе управления развитием предприятия.

Необходимо поставить вопрос, а какие виды стоимости могут быть использованы при построении системы управления на основе стоимости – VBM (Value Based Management)?

Дискуссия, связанная с выбором вида стоимости, который может быть использован при управлении стоимостью предприятием при реализации концепции VBM, в настоящее время остается открытой.

Сразу же необходимо сделать отступление и отметить, что интегральные показатели стоимости, которые используются в наиболее популярных в настоящее время концепциях управления стоимостью, по своему сущностному содержанию значительно отличаются от тех видов стоимости, к которым привычно апеллируют участники споров.

Прежде чем проводить анализ видов стоимости и возможности их использования в целях управления стоимостью предприятия, необходимо отметить, что с точки зрения оценочной деятельности предприятие, фирма или компания представляют собой совокупность активов, для которых необходимо получить оценку стоимости в виде определенного суждения.

К числу активов могут относиться как материальные, так и нематериальные активы.

С другой стороны, исследования ряда отечественных и зарубежных авторов показывают, что такой подход к пониманию предприятия, как обособленной экономической единицы достаточно ограничен. Более того, в соответствии с последними исследованиями социально-экономической сущности предприятия, получается, что предприятие выступает, прежде всего, в неразрывной связи двух своих сущностей – как инвестиционное благо (специализированный товар, способный приносить устойчивый доход), а с другой стороны как обособленная самостоятельная хозяйственная единица, представляющая собой систему материальных и нематериальных активов.

В связи с этим, рассматривая предприятие как двуединую сущность и подходы к выбору показателя стоимости должны учитывать это свойство.

Первая проблема – отсутствие законодательно закрепленного понятия стоимости в целях управления. Рассмотрим подробнее, какие виды стоимости объектов оценки законодательно закреплены.

Федеральный стандарт оценки ФСО-2 определяет 4 вида стоимости, которые могут определяться в процессе оценки:

1. Рыночная стоимость.
2. Инвестиционная стоимость.
3. Ликвидационная стоимость.
4. Кадастровая стоимость.

Каждый из этих видов стоимости может определяться с помощью ряда подходов и методов оценки. Выбор методов и подходов оценки при опреде-

лении конкретного вида стоимости определяется, прежде всего, целями и содержательным наполнением оценки.

*Рыночная стоимость* определяется в случае, если с объектом оценки предполагается совершение сделки или иного действия, предполагающего отчуждение объекта оценки. При этом предполагается открытость рынка, т.е. объект оценки представлен на открытом рынке, стороны располагают информацией о цене объектов, являющихся аналогами отчуждаемого объекта, время экспозиции объекта на рынке в виде публичной оферты достаточен для привлечения внимания. Стороны, участвующие в сделке по отчуждению объекта, действуют разумно и не обязаны совершать сделку.

*Инвестиционная стоимость* представляет собой стоимость для конкретного лица или группы лиц при установленных данных лицом или группой лиц инвестиционных целях. Инвестиционная стоимость не предполагает обязательного отчуждения объекта оценки.

*Ликвидационная стоимость*, в отличие от рыночной, предполагает учет чрезвычайных обстоятельств, вынуждающих продавать объект оценки на условиях, не соответствующих рыночным условиям продажи.

*Кадастровая стоимость* объекта предназначена для целей налогообложения, а также других целей, определяемых законодательством, и предполагает выполнение оценки рыночной стоимости методами массовой оценки, т.е. оценки, учитывающей наиболее важные факторы типовых объектов сегмента рынка, на котором представлен объект оценки. Таким образом, представленные выше виды стоимости и их анализ позволяют сделать вывод, что понятие кадастровой стоимости неприменимо при оценке предприятия и может быть использовано лишь для получения оценки объектов недвижимости, входящих в состав предприятия как имущественного комплекса в отдельных случаях, не связанных с вопросами управления.

Ликвидационная стоимость также не может служить основой для стоимостной оценки деятельности предприятия, так как содержит в себе учет условий, зачастую форс-мажорных, вызвавших необходимость продажи предприятия. В тоже время, понятие ликвидационной стоимости может быть использовано в случае, например, ликвидации предприятия.

Заметим, что в отечественной практике оценки вообще отсутствует законодательно закрепленное понятие *рыночной стоимости предприятия*. Вместе с тем, в качестве рекомендаций российского общества оценщиков предлагается понятие «*стоимость действующего предприятия*», которое введено на основании международных стандартов оценки (МСО). В МСО используется понятие «*стоимость действующего предприятия*» или «*стоимость бизнеса в целом*». Это понятие включает в себя оценку функционирующего предприятия и получения из общей стоимости действующего предприятия величин для составных частей, выражающих их вклад в общую стоимость, однако сама по себе ни одна из этих компонент рыночной стоимости не образует. Также важным понятием при оценке стоимости предприятия является *потребительская стоимость*. Этот тип стоимости делает акцент на

том вкладе, который собственность вносит в стоимость того предприятия, чьей частью она является, без учета наиболее эффективного использования этой собственности или величины денежной суммы, которая могла бы быть получена от ее продажи. Потребительская стоимость представляет собой стоимость, которую конкретная собственность имеет для конкретного пользователя при конкретном использовании, и, следовательно, относится к нерыночной сфере.

Несмотря на требование стандартов оценки в качестве базы использовать рыночную стоимость, многие активы предприятий должны оцениваться с использованием нерыночных оценок (потребительская стоимость). Следовательно, всегда будет существовать разрыв между потребительской стоимостью и рыночной стоимостью, которая по своей сути отражает наиболее эффективное использование данного актива. Этот разрыв при переходе к системе управления на основе стоимости заставлял менеджеров увеличивать рыночную стоимость, отказываясь от капитальных и оборотных активов. Обеспечивая кратковременный прирост стоимости, такие действия в итоге приводили к разрушению фундаментальной стоимости предприятия – его способности развиваться на основе существующего ресурсного потенциала.

Таким образом, анализ видов стоимости, используемых в стандартах оценки, показал, что предлагаемые в стандартах оценки виды стоимости не в полной мере соответствуют требованиям к показателям оценки эффективности деятельности и перспективам его развития.

Выходом из складывающейся ситуации стало внедрение в практику концепции управления на основе стоимости нового вида стоимости – фундаментальной стоимости. Фундаментальная стоимость рассматривается как система взаимодействия трех составных компонентов предприятия как открытой социально-экономической системы:

- активов компании (финансовых и нефинансовых) на момент принятия решений;
- механизма формирования этих активов к данному моменту времени;
- долгосрочной перспективы развития компании на основе финансирования стоимости ее роста за счет внешних эффектов.

Разработанные в дальнейшем различными консалтинговыми компаниями показатели управления стоимостью, такие как EVA, MVA, SVA, CFROI и др., как раз и были направлены на преодоление ограниченности традиционных видов стоимости.

Таким образом, закрепленные законодательно, а также рекомендованные различными профессиональными организациями виды стоимости не в полной мере отвечают требованиям, которые предъявляются к показателю стоимости в системе управления функционированием и развитием предприятия.

Наиболее предпочтительным среди видов стоимости для целей управления развитием представляется показатель фундаментальной стоимости, который выражает как текущее состояние, так и стратегический потенциал предприятия, как возможность развития в различных экономических условиях.

Главное отличие фундаментальной стоимости от других видов стоимости – ориентация имеющегося ресурсного потенциала на будущее развитие, на будущие перспективы предприятия.

#### *Список литературы*

1. Теплова Т.В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями: Учебник для вузов / Т.В. Теплова. - М.: ГУ-ВШЭ, 2000. – 504 с.
2. Кудина М.В. Теория стоимости компании. - М. ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 368 с.
3. Модильяни Ф., Миллер М. Сколько стоит фирма? Теорема ММ. Пер. с англ. – М.: Дело, 1999. – 272 с.
4. Коупленд Т., Колер Т., Мурир Дж. Стоимость компании: оценка и управление. – М., 1999. – 232 с.

**УДК 657.1.011.56**

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ**

*Е.В. Пономарева, канд. экон. наук, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Очередной экономический кризис, затронувший и строительную отрасль, вновь актуализировал проблему релевантности учетной информации для выработки управленческих решений, направленных на обеспечение выживаемости строительных организаций в изменившихся условиях.

**Ключевые слова:** строительные организации, учетная информация, автоматизация бухгалтерского учета.

Создавая свой фундаментальный труд по основам бухгалтерского учета («Трактат о счетах и записях»), выдающийся мыслитель эпохи Возрождения Лука Пачоли писал: «Вести свои дела надо в должном порядке и как следует, чтобы можно было без задержки получать всякие сведения...» [3]. Прошли тысячелетия, но суть работы бухгалтера не изменилась. Совершенствуя порядок ведения бухгалтерского учета, представители этой профессии на протяжении многих веков решали одни и те же задачи, а именно: как сделать учёт максимально информационно насыщенным и точным; как добиться его простоты; как быстро получить необходимую информацию о финансовом состоянии хозяйствующего субъекта. Стремительное развитие рынка отечественного программного обеспечения и внедрение в повседневную жизнь высокоскоростной компьютерной техники практически полностью решили эти проблемы. Более того, автоматизированный учет открыл перед бухгалтером новые несоизмеримо большие возможности.

Особенности договора строительного подряда и юридическая сложность нормативно-правового регулирования отношений, возникающих в ходе осуществления строительных работ, требуют значительных усилий, направлен-

ных на регламентацию взаимодействия участников процесса строительства. Особую актуальность при этом приобретают вопросы, связанные с организацией бухгалтерского учёта и системы налогообложения, а также формирования информационных потоков для подготовки, обоснования и своевременного принятия управленческих решений.

На современном этапе экономического развития происходит переход от жёсткой предопределённости в правилах учёта к многовариантности и необходимости их выбора исходя из условий деятельности организации и возможных последствий применения данных правил. В этих условиях предстоит перейти от традиционного подхода к задачам бухгалтерского учёта, игравшего роль поставщика данных для нужд централизованного контроля, к общепринятому, который предполагает удовлетворение потребностей многочисленных заинтересованных пользователей для принятия своевременных и обоснованных управленческих решений.

Действенным инструментом решения указанных задач является автоматизация учётного процесса. При этом эффективность финансово-хозяйственной деятельности повышается, если в едином информационном пространстве обеспечивается автоматизация всего цикла хозяйственных операций и формирование бухгалтерской отчётности, а также осуществляется поддержка управленческого регулирования финансовых и производственных потоков, контроля исполнения деловых обязательств. Для целей анализа и контроля актуальная информация о текущих остатках, наличии материально-производственных запасах, произведённых расчётах и пр. должна быть доступна в необходимых аналитических разрезах в любой момент времени.

Приступая к проекту автоматизации учётного процесса в строительных организациях, необходимо определиться с целями и задачами, а также с общим подходом. В решении указанных вопросов существует, на наш взгляд, два направления:

1. Проект автоматизации начинается с полного пересмотра всей управленческой системы и реорганизации бизнес-процессов. Доминирующей задачей при этом выступает совершенствование управления предприятием и только потом его автоматизация.

2. Проект автоматизации начинается с настройки конфигурации программного продукта под специфику учёта на предприятии. При этом не обязательно пересматривать систему управления, а достаточно адаптировать программный продукт к особенностям деятельности хозяйствующего субъекта.

В практике деятельности оба направления редко встречаются в чистом виде и зачастую синтезируются в различных комбинациях. Но при этом важной задачей остаётся обеспечение взаимосвязи проекта автоматизации с общей стратегией развития предприятия.

По нашему глубокому убеждению, воплощение в жизнь проекта автоматизации учётного процесса необходимо начинать с диагностики системы учёта, а также анализа и реорганизации процесса сбора, обработки и

обобщения данных. При этом приоритетными должны стать задачи совершенствования учётного процесса, а только затем его автоматизация.

Подготовительный этап автоматизации учета заключается в анализе организации учетного процесса. С этой целью, на наш взгляд, целесообразно предварительно осуществить аудиторскую проверку финансово-хозяйственной деятельности за прошлые периоды или ограничиться детальным обследованием хозяйственной, финансовой, производственной деятельности предприятия. Это позволит воспрепятствовать переносу ошибок и недочётов в организации и методологии учёта из его ручного варианта в автоматизированный. Анализ организационной и функциональной структуры подразделения, перераспределение обязанностей, разработка новых информационных взаимосвязей существенно повысят эффективность работы бухгалтерской службы.

Проведённый мониторинг уровня автоматизации деятельности строительных организаций позволил сформулировать основные факторы, препятствующие процессу внедрения современных информационных технологий в практику их хозяйственной деятельности:

- невысокая активность пользователей информации на разных уровнях управления;
- недостаточное качество информационных ресурсов;
- отсутствие доверия со стороны менеджмента к предоставляемой информации;
- дефицит финансовых средств на реализацию проекта автоматизации;
- отсутствие спроса и наличие недоверия к предоставляемой информации со стороны собственников хозяйствующих субъектов;
- второстепенное значение учётной информации при подготовке, обосновании и принятии управленческих решений;
- сложность задач по автоматизации строительного бизнеса и отсутствие по этой причине готовых решений по комплексной автоматизации учетного процесса, максимально адаптированных к специфике деятельности строительных организаций.

С точки зрения организации бухгалтерского учёта строительство является специфической отраслью деятельности. Это связано с особенностями ценообразования (привязка к нормативно-сметным базам с различными возможностями пересчёта цен), методами расчёта себестоимости выпускаемой продукции для различных объектов (пообъектный учёт), разнообразием специализаций строительных фирм (инвесторы, заказчики, подрядчики). Весьма широк диапазон выпускаемой продукции (здания, сооружения для всех отраслей хозяйства, инженерные сети, коммуникации, дороги т.п.), разнообразны средства производства (от строительных машин, механизмов, автотранспорта до хозяйственного инвентаря). Особую роль играет также большая продолжительность производственного цикла и рассредоточенность строительных объектов. Система автоматизации бухгалтерского учёта для пред-

приятый инвестиционно-строительного комплекса, несомненно, должна учитывать эти особенности.

В качестве одного из приоритетных направлений автоматизации учётно-го процесса в строительных организациях мы рассматриваем внедрение комплексного проекта автоматизированной информационной системы. Комплексная автоматизация – это серьёзный, рассчитанный на долговременную перспективу инвестиционный проект. Поэтому на его первом этапе необходимо декларировать основные цели и задачи, а затем по мере практической реализации нивелировать их с достигнутыми результатами, корректируя последние.

В качестве одного из центральных ориентиров при выборе готовых программных продуктов должна стать оценка возможностей, которые предоставляет программа для поддержки самим пользователем соответствия меняющемуся законодательству. В частности этими возможностями, на наш взгляд, могут стать:

- редактирование существующих в системе форм и структуры документов;
- формирование печатных форм свободного формата, подготовка индивидуальных отчётных форм;
  - индивидуализация плана счетов;
  - формирование бухгалтерских решений на основе правил построения типовых операций;
- определение списка разрешённых корреспонденций (корректных проводок);
  - создание и регистрация новых объектов учёта;
  - закрытие информации по истечении определённого периода, т.е. ограждение её от внесения корректив при сохранении возможностей просмотра и анализа;
- определение порядка автоматического формирования пакета документов на основе исходных;
- создание системы паролей и организация нескольких уровней доступа данных при обеспечении многопользовательской обработки данных;
- возможность модульного набора программы, наличие возможности подбора одних составляющих и исключения других.

Таким образом, при выборе программного обеспечения необходимо изначально ориентироваться на легко адаптируемые и реконфигурируемые автоматизированные системы, которые позволят в полной мере реализовать собственные (индивидуальные) методики решения задач в рамках меняющегося законодательства, что в свою очередь обеспечит постоянную адекватность используемой системы автоматизации требованиям нормативного законодательства.

Рынок строительного программного обеспечения в России сформирован. Для обеспечения конкурентоспособности строительных программных продуктов им должны быть приданы такие свойства, которые в наибольшей степени соответствуют требованиям потребителей. Большинство строительных

организаций используют автоматизированные системы управления в тех областях своей деятельности, где без этого невозможно обойтись, например, в бухгалтерском учёте, сметных расчётах, проектировании.

На основе проведённых исследований необходимо отметить, что зачастую в отечественных строительных организациях используется принцип «лоскутной» (модульной) автоматизации, при котором различные задачи решаются разными системами (модулями), нередко никак не связанными между собой. Наиболее популярен среди строительных организаций автоматизированный программный комплекс «1С: Бухгалтерия», разработанный ведущей отечественной компанией «1С», или его конфигурации, ориентированные специально на строительные организации, такие как - «1С: Подрядчик строительства», «ИКС: Строительство». Эти программы автоматизируют не только учёт и отчётность, но и позволяют проводить плановый и финансовый анализ.

Сметное планирование ведётся в специализированных программах «1С: Смета», WINABeRC, «Смета Плюс», «Гранд Смета» (всего, по нашим оценкам, около 30 систем), большая часть, из которых разработана также фирмами-франчайзи «1С» и совместима с бухгалтерскими модулями этой системы [2].

В жизненном цикле каждой компании, и строительные организации в этом не исключение, наступает момент, когда она перестаёт справляться с потоком внутренней информации, т.е. возникает объективная необходимость в усовершенствовании существующих программных мощностей и переходе на тиражное решение, позволяющее объединить проектное управление, бухгалтерский и управленческий учёт, а также минимизировать многократный ввод данных. Другие причины интереса к информационным системам управления со стороны строительных компаний, по нашему мнению, кроются в стремлении к снижению себестоимости строительства (а значит и материальных затрат) и повышению управляемости. При этом первыми автоматизируются, как правило, те участки, которые являются инициаторами всех организационных перемен, или наиболее проблемные области управления. Для крупных строительных компаний и холдингов, располагающих собственными строительными мощностями, оборудованием, складами и вспомогательными производствами, в какой-то момент встаёт задача управления ресурсами вообще. И тогда все локальные программные продукты вынужденно уступают место полномасштабной ERP-системе.

Обзор российского рынка информационных технологий показал, что специализированных решений класса ERP (Enterprise Resource Planning) для строительной отрасли (систем, полностью автоматизирующих управление ресурсами денежными, материальными и трудовыми – прим. автора) не так уж и много. Это, с нашей точки зрения, объясняется в первую очередь низким спросом строительных компаний на масштабные и дорогие системы. В числе наиболее популярных в строительном сегменте ERP отечественной разработки продукты фирмы «1С» (комплексное решение «1С: Управление строительной организацией», узкоспециализированные решения «1С: Под-

рядчик строительства. Управление строительным производством» и «1С: Подрядчик строительства. Управление финансами»), отраслевое решение «Галактика - Управление строительством» корпорации «Галактика», «АЛТИУС - Управление строительством» компании «Алтиус Софт», ERP-система Organic компании «Фаст Финанс», продукты корпорации «Парус» [1].

При приобретении ERP-системы выбор, как правило, делается в пользу системы, интегрированной с задачами бухгалтерского учёта и сметного планирования, либо в пользу нескольких объединённых между собой программ, каждая из которых решает ту или иную задачу (бухгалтерский учёт, управленческий учёт, проектное планирование и контроль, сметное планирование).

С нашей точки зрения процесс внедрения ERP-систем должен состоять из следующих этапов:

1. Разработка стратегии автоматизации деятельности строительной компании.
2. Предпроектное обследование и анализ деятельности строительной компании.
3. Реорганизация деятельности, продиктованная переходом на новые методы управления деятельностью экономического субъекта.
4. Выбор автоматизированной системы.
5. Внедрение автоматизированной системы.
6. Эксплуатация.

Выбор того или иного варианта реализации инвестиционного проекта автоматизации деятельности, на наш взгляд, зависит от масштаба текущей и планируемой деятельности строительной компании, а также объёма инвестиций, которые она готова вложить в автоматизацию. Хотя многие строительные компании не ощущают нехватку средств, вкладывать их в перспективный и долгосрочный проект автоматизации управления деятельностью они не торопятся. По нашему мнению, это объясняется в первую очередь особенностями менталитета руководящего состава строительных компаний. Распространено ошибочное мнение, что, если финансово-хозяйственная деятельность прибыльна при существующей системе бухгалтерского учёта и управления, менять ничего не следует.

В то же время не принимать во внимание или недооценивать фактор стоимости программного обеспечения тоже нельзя. По нашему мнению, стоимость приобретаемой или создаваемой автоматизированной системы бухгалтерского учёта или управления деятельностью строительной организацией должна быть сопоставима с финансовыми возможностями экономического субъекта.

Резюмируя вышеизложенное, выразим профессиональное суждение, состоящее в том, что строительным организациям, учитывая специфику их деятельности, целесообразно создавать единое информационное пространство на базе применения соответствующих программных продуктов. Это позволит:

- обеспечить эффективное и согласованное взаимодействие между подразделениями строительной организации (планово-экономического, договор-

ного, сметного, производственно-технического отделов и бухгалтерии), включающее дублирование информации;

- создать режим управления организацией в реальном масштабе времени, что, в свою очередь, обеспечит жизнеспособность строительной организации в сложной экономической ситуации;

- устранить проблемы несогласованности загрузки производственных мощностей и объёма заказов клиентов;

- оперативно контролировать по каналам связи движение материальных ценностей на всех участках деятельности хозяйствующего субъекта.

#### *Список литературы*

1. Будник А. Автоматизация финансово-экономической службы / А. Будник // Генеральный директор, N 12, 2013 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.gd.ru/articles/3045-avtomatizatsiya-finansovo-ekonomicheskoy-slujby>, свободный.
2. Дубинин В., Пришвин А. Строительство: обзор ИТ решений для строительной отрасли / В. Дубинин, А. Пришвин [Электронный ресурс] // 12news.ru — М.: 2015. — Режим доступа: <http://12news.ru/doc1418.html>, свободный.
3. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / Ред. Я. Соколов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 368 с.

### **УДК 303.7**

## **АНАЛИЗ ИНТЕНСИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АКТИВОВ: МЕТОДЫ И ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ**

*П.Г. Пономаренко, канд.экон.наук, доцент*

Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель

*Е.П. Пономаренко, канд.экон.наук, доцент*

Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель

В данной статье раскрывается сущность интенсивности использования активов и обосновываются показатели ее оценки. Автором представлены две методики анализа интенсивности использования активов, которые учитывают информационные запросы и цели внутренних и внешних пользователей.

**Ключевые слова:** активы, деловая активность, интенсивность использования, коэффициент оборачиваемости, методика анализа, отдача активов, платежеспособность, цикл кругооборота, финансовый анализ.

В рыночной экономике повышение эффективности использования активов становится одной из приоритетных задач в системе управления капиталом. Эффективным считается такое использование активов на всех стадиях их кругооборота, в результате которого обеспечивается сохранение и прирост собственного капитала организации. При исчерпании возможностей привлечения новых источников капитала его приумножение может происхо-

доть за счет роста интенсивности эксплуатации активов: сокращения времени одного цикла кругооборота и, соответственно, увеличения их количества за период. В этом случае накопление собственного капитала обеспечивается за счет ускорения оборачиваемости активов. Выбор наиболее предпочтительного способа обеспечения прироста собственного капитала является прерогативой финансовых менеджеров организации. Он осуществляется в результате проведенного анализа эффективности и интенсивности использования активов организации. Полезность аналитической информации для менеджеров при выборе способа обеспечения прироста собственного капитала обуславливается экономической обоснованностью методик расчета показателей для оценки эффективности и интенсивности использования активов.

Исследование работ О.В. Ефимовой, В.В. Ковалева, В.Г. Когденко, Е.В. Негашева, Д.А. Панкова, Г.В. Савицкой, В.И. Стражева, А.Д. Шеремета и др. позволило выявить проблемы в определении сущности эффективности и интенсивности использования активов, а также в обосновании методик и показателей для их оценки [1-7]. В трудах большинства ученых в области финансового анализа нет четкой идентификации понятия интенсивности использования активов. Пояснение его сущности отдельными авторами (О.В. Ефимовой, Г.В. Савицкой) сводится к тому, что интенсивность измеряется скоростью оборота средств (капитала) организации [1, 6]. Нет упоминания об интенсивности использования активов и в действующих нормативных правовых актах Республики Беларусь. По нашему мнению, для обеспечения объективности финансового анализа необходимо научное обоснование сущности интенсивности использования активов, а также показателей для ее оценки.

В Современном экономическом словаре интенсивность (с франц. *intensif*) определяется как напряженность работы, производства, характеризуемая мерой отдачи каждого из используемых факторов, ресурсов [8, с. 138]. Из данного определения можно заключить, что в отношении активов интенсивность проявляется в напряженности их использования, а получаемая от этого отдача выступает абсолютной ее мерой.

По нашему мнению, при идентификации отдачи активов (капитала) следует выделить бухгалтерский и экономический подходы к пониманию ее сущности. С точки зрения экономической теории (экономический подход) цикл кругооборота средств начинается авансированием денежных средств в активы и завершается их возвратом в той же форме. В итоге, отдача средств, вложенных в активы, будет выражаться суммой денег, полученных после завершения цикла кругооборота. При этом не всякий приток денег в организацию следует рассматривать как полученную отдачу на вложенные средства. К поступлениям денежных средств, не связанным с использованием активов, относятся возврат предоставленных займов, получение кредитов и займов, внесение денежных вкладов учредителями.

Из определения активов, данного в Законе Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности», следует, что их отдача измеряется полученными экономическими выгодами [9]. Таким образом, бухгалтерский подход к пониманию отдачи активов предполагает, что она проявляется в виде признанных доходов и иных выгод от их использования и снижения расходов. При этом признание доходов в бухгалтерском учете по времени не совпадает с завершением кругооборота средств и притоком денег в организацию. Признание выручки от реализации в бухгалтерском учете может быть связано как с погашением кредиторской задолженности перед покупателями по авансам полученным, так и с возникновением равнозначной дебиторской задолженности покупателей в части стоимости переданных покупателям, но не оплаченных ими активов. Следовательно, в анализе абсолютным показателем отдачи активов будет являться либо сумма полученных организацией доходов (бухгалтерский подход) либо сумма поступивших денежных средств (экономический подход).

Поскольку одинаковую сумму отдачи (выгоды) можно получить при разном объеме вложенных средств, то для объективной оценки ее абсолютную величину необходимо сопоставить со стоимостью задействованных или потребленных активов. В связи с этим для оценки интенсивности использования активов применяются относительные показатели. Мы разделяем точку зрения тех экономистов, которые рассматривают коэффициенты оборачиваемости в качестве относительных показателей меры отдачи или интенсивности.

С учетом изложенных нами выше подходов к пониманию сущности отдачи полагаем, что экономическое значение коэффициентов оборачиваемости можно охарактеризовать двояко. Коэффициенты оборачиваемости, рассчитанные на основе соотношения суммы полученных денежных средств и стоимости задействованных активов, отражают количество полных циклов кругооборота средств, вложенных в активы организации, за анализируемый период. Коэффициенты оборачиваемости, рассчитанные исходя их признанных доходов, отражают их сумму в расчете на один рубль стоимости задействованных активов. Для идентификации различия показателей оборачиваемости активов предлагаем показатели второй группы именовать коэффициентами отдачи.

По нашему мнению, требуют уточнения методики расчета показателей оборачиваемости активов, предлагаемые в действующих нормативных правовых актах. В Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования рекомендовано рассчитывать коэффициенты общей оборачиваемости капитала и оборачиваемости краткосрочных активов путем соотношения выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг и средней стоимости соответствующих активов [10]. Полагаем, что такой порядок расчета коэффициентов оборачиваемости соответствует бухгалтерскому подходу к пониманию сущности отдачи на вложенные средства. Однако

он искажает экономическое значение данных показателей по нескольким причинам:

– во-первых, цикл кругооборота средств не завершается после отпуска продукции (работ, товаров, услуг) покупателям и перехода к ним права собственности, а потому выручка не может выступать в качестве показателя суммарного оборота активов за период;

– во-вторых, отдача активов определяется не только суммой полученной выручки, но и другими видами доходов: прочими доходами по текущей деятельности, доходами по инвестиционной и финансовой деятельности.

Полагаем, что при оценке интенсивности использования активов необходимо совокупные доходы, полученные от текущей, инвестиционной и финансовой деятельности, соотносить со стоимостью задействованных активов. Аналогичным образом отдача краткосрочных активов должна измеряться соотношением с суммой доходов по текущей и по финансовой деятельности. Учитывая то обстоятельство, что участие краткосрочных активов в формировании доходов (обеспечении притока денежных средств) по финансовой деятельности незначительно и не раскрывается в бухгалтерской отчетности, то при определении показателей их оборачиваемости целесообразно в расчет принимать только доходы по текущей деятельности.

Установленная нормативными правовыми актами Республики Беларусь методика расчета показателей оборачиваемости не позволяет увязать оборачиваемость активов организации с ее платежеспособностью, так как последняя обеспечивается наличием у организации денег как средства платежа, а признание в бухгалтерском учете выручки не всегда подкреплено притоком денежных средств. На практике может возникнуть парадокс, когда динамика показателей оборачиваемости активов, исчисленных на основе выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг (доходов), свидетельствует об ее ускорении, а фактически организация испытывает нехватку денежных средств по причине наличия значительных сумм дебиторской задолженности покупателей и других контрагентов.

Для обеспечения достоверности показателей оборачиваемости активов и объективности оценки ее влияния на платежеспособность организации мы рекомендуем при проведении внутреннего финансового анализа исчислять показатели оборачиваемости, основываясь на притоке денежных средств от хозяйственной деятельности (экономический подход). В процессе внешнего финансового анализа показатели интенсивности использования активов можно рассчитывать исходя из признаваемых в бухгалтерском учете доходов организации (бухгалтерский подход) либо полученных денежных средств (экономический подход) в зависимости от цели, стоящей перед субъектом анализа.

По нашему мнению, при анализе интенсивности использования активов с целью определения отдачи вложенных средств и деловой активности организации показатели отдачи следует исчислять, основываясь на величине признанных доходов, по формулам (1) и (2):

$$K_{\text{ОБЩ.ОТД.КАПИТАЛА}} = \frac{D}{\bar{A}} \quad (1)$$

где  $K_{\text{ОБЩ.ОТД.КАПИТАЛА}}$  – коэффициент общей отдачи капитала;

$D$  – совокупные доходы по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности;

$\bar{A}$  – средняя стоимость активов.

$$K_{\text{ОТД.КА}} = \frac{D_{\text{ТД}}}{\overline{КА}} \quad (2)$$

где  $K_{\text{ОТД.КА}}$  – коэффициент отдачи краткосрочных активов;

$D_{\text{ТД}}$  – доходы по текущей деятельности;

$\overline{КА}$  – средняя стоимость краткосрочных активов.

В тех случаях, когда проведение анализа интенсивности использования активов преследует цель выявления скорости возврата средств к исходной денежной форме (для внутренних субъектов анализа) или способности организации зарабатывать денежные средства для поддержания ее платежеспособности (для внешних субъектов), целесообразно рассчитывать показатели оборачиваемости, исходя из притока денежных средств, по формулам (3) и (4):

$$K_{\text{ОБЩ.ОБ.КАПИТАЛА}} = \frac{ПДС_{СК}}{\bar{A}} \quad (3)$$

где  $K_{\text{ОБЩ.ОБ.КАПИТАЛА}}$  – коэффициент общей оборачиваемости капитала;

$ПДС_{СК}$  – поступление денежных средств по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности, скорректированное (уменьшенное) на величину притока, не связанного с использованием активов;

$\bar{A}$  – средняя стоимость активов.

$$K_{\text{ОБ.КА}} = \frac{ПДС_{\text{ТД}}}{\overline{КА}} \quad (4)$$

где  $K_{\text{ОБ.КА}}$  – коэффициент оборачиваемости краткосрочных активов;

$ПДС_{\text{ТД}}$  – поступление денежных средств по текущей деятельности;

$\overline{КА}$  – средняя стоимость краткосрочных активов.

Обобщим подходы к оценке интенсивности использования средств организации и представим сравнительную характеристику соответствующих им методик анализа в таблице 1.

Сравнительная характеристика методик анализа интенсивности  
использования активов организации

Критерии сравнения	Подход к оценке интенсивности использования активов	
	экономический	бухгалтерский
Цель анализа	Выявление скорости оборота средств организации, ее способности зарабатывать денежные средства для поддержания платежеспособности	Оценка способности организации генерировать доходы, ее деловой активности
Субъекты анализа	Руководство организации, контрагенты	Контрагенты
Источники информации	Данные бухгалтерского учета (для внутренних пользователей) и бухгалтерской отчетности	Бухгалтерская отчетность
Общие показатели интенсивности использования активов	Коэффициенты общей оборачиваемости капитала и оборачиваемости краткосрочных активов, рассчитанные на основе притока денежных средств	Коэффициенты общей отдачи капитала и отдачи краткосрочных активов, рассчитанные на основе доходов

Таким образом, в ходе финансового анализа наряду с изучением эффективности следует оценивать и интенсивность использования активов. Полагаем, что интенсивность является характеристикой напряженности использования активов организации, измеряемой суммой признанных доходов или полученных денежных средств, а эффективность – рациональности и экономности их потребления. Важной предпосылкой повышения результативности анализа является использование методик анализа, соответствующих информационным потребностям пользователей. При проведении анализа интенсивности использования активов для оценки скорости оборота средств и поиска путей поддержания платежеспособности организации целесообразно ориентироваться на методику анализа, основанную на экономическом подходе к расчету показателей оборачиваемости. Субъектам анализа, нацеленным на определение деловой активности организации и отдачи вложенных средств, рекомендуется применять методику анализа, соответствующую бухгалтерскому подходу к оценке интенсивности использования активов.

*Список литературы*

1. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник / О.В. Ефимова. – 5-е изд., испр. – М.: Издательство «Омега-Л», 2014. – 348 с.
2. Ковалев, В.В. Финансовый учет и анализ: концептуальные основы / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 720 с.

3. Когденко, В.Г. Методология и методика экономического анализа в системе управления коммерческой организацией: монография / В.Г. Когденко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 543 с.
4. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций / А.Д. Шеремет, Е.В. Негашев. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 237 с.
5. Основы учета и анализа в системе финансового менеджмента: учеб. пособие для вузов / Д.А. Панков [и др.]. – Мн.: Современ. шк., 2006. – 304 с.
6. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 284 с.
7. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности : учеб. для вузов / В.И. Стражев [и др.]; под ред. В.И. Стражева, Л.А. Богдановской. – Мн.: Выш. шк., 2008. – 527 с.
8. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 480 с.
9. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-З.
10. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: утв. постановлением Министерства финансов Республики Беларусь и Министерства экономики Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г. N 140/206 (в ред. от 09.12.2013 № 75/92).

**УДК 338.46:614**

## **АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ПЛАТНЫХ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ ВНЕБЮДЖЕТНОГО ОТДЕЛЕНИЯ ФГБУ «ННИИТ»**

*А.А. Попова, старший преподаватель  
Е.О. Леханова, студентка*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье приведены результаты анализа и оценки ассортимента услуг лабораторной диагностики внебюджетного отделения ФГБУ «ННИИТ». Говорится о необходимости адаптации организации, оказывающей платные медицинские услуги физическим и юридическим лицам, к меняющимся экономическим условиям.

**Ключевые слова:** ассортимент, медицинские услуги, внебюджетное отделение.

В последнее время рынок платных медицинских услуг активно развивается, несмотря на экономический кризис в стране. Общими тенденциями рынка платной медицины являются расширение профиля оказываемых частными клиниками услуг, а также дальнейшее формирование и укрупнение сетей медицинских учреждений. Сегодня становятся доступными самые передовые и усовершенствованные технологии, что позволяет оказывать медицинские услуги любой сложности. В Новосибирске на сегодняшний день существует огромное количество клиник, медицинских центров, осуществ-

ляющих деятельность по оказанию различных медицинских услуг, среди них следует отметить внебюджетное отделение ФГБУ «ННИИТ».

Внебюджетное отделение «Клинико-диагностическая лаборатория» (КДЛ) ФГБУ «ННИИТ» было образовано в 2009 году и функционирует на базе ФГБУ «ННИИТ». Внебюджетное отделение «Клинико-диагностическая лаборатория» - крупнейшая лаборатория Новосибирска, зарекомендовавший себя как качественный поставщик платных медицинских услуг.

В настоящее время «жесткую» борьбу за потенциального потребителя на рынке платных медицинских услуг выдержит лишь та организация, которая сформировала ассортимент, удовлетворяющий потребителей, и высокое качество оказываемых услуг.

За пять лет работы внебюджетное отделение сформировало ассортимент услуг (в области лабораторной диагностики), который наиболее востребован, в частности по оказанию общеклинических и биохимических исследований, исследований системы гемостаза, в области иммунологии и ПЦР-исследований и др. Структура медицинских услуг оказанных «КДЛ» за период 2012-2013 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1

Структура платных медицинских услуг внебюджетного отделения «КДЛ»

№	Вид услуги	2012 г		2013 г		Отклонение	
		сумма, руб.	удельный вес, %	сумма, руб.	удельный вес, %	сумма, руб.	%
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Общеклинические исследования	10426371,5	49,4	11534152,9	51,5	1107781,4	10,6
2	Биохимические исследования	5845087	27,7	6438552,9	28,7	593465,9	10,1
3	Исследования системы гемостаза	2843555,8	13,4	2183511,8	9,7	-660043,9	-23,2
4	Исследования в области иммунологии	1421777,9	6,7	1175736,2	5,2	-246041,6	-17,3
5	ПЦР-исследования	526584	2,4	1063760,8	4,7	537176,4	103,0
ВСЕГО		21063377	100	22394932	100	1331555	6,3

В ходе изучения работы внебюджетного отделения было выявлено, что большую часть выручки «КДЛ» получает от оказания клинических исследований – 51,5%, на втором месте – биохимические исследования (28,7%), на третьем – исследования системы гемостаза (5,2%). Следует отметить, что за анализируемый период объем выручки по оказанию услуг общеклинических и биохимических исследований выросла на 10%, а ПЦР-исследований на

103%. Такое увеличение объема выручки связано с введением новых методов исследований, которые оказались востребованными на рынке «репродуктивного здоровья». На протяжении 2013г наблюдается снижение выручки по оказанию исследований системы гемостаза (23,2%) и иммунологических исследований (17,3%). Это связано с тем, что снизился спрос на данные виды услуг и расторгнут договор на оказание платных медицинских услуг с компанией ООО «ДЮНА».

Внебюджетное отделение «Клинико-диагностическая лаборатория» оказывает медицинские услуги как физическим, так и юридическим лицам.

Структура платных медицинских услуг, оказанных физическим лицам за период 2012-2013 гг. представлена в таблице 2.

Проведенные исследования показали, что за анализируемый период наибольший удельный вес в общем объеме выручки (от оказания услуг физическим лицам) занимают услуги по оказанию общеклинических исследований. Объем выручки услуг по оказанию биохимических исследований и исследований системы гемостаза за 2013г. снизился на 22,6%, а по предоставленным услугам в области иммунологии и ПЦР, напротив, значительно увеличился. Следует отметить, что ПЦР-диагностика – на сегодняшний день самый быстрый и достоверный метод выявления заболеваний, закрепленных в генах человека. Растущий интерес к иммунологическим исследованиям не случаен. Он предопределен, с одной стороны, значительными научными достижениями в области иммунологии, позволяющие анализировать все более тонкие уровни организации иммунной системы. С другой стороны, фармацевтика предлагает широкий ассортимент препаратов, способных скорректировать нарушения различных звеньев системы иммунитета. Для профессионального пользования этими препаратами врач-иммунолог нуждается в иммунологических исследованиях, позволяющих выявить дефект иммунной системы и контролировать эффективность применяемых иммунокорректоров [1].

Таблица 2

Структура услуг, оказанных физическим лицам за период 2012-2013 г.

№	Вид услуги	2012 г		2013 г		Отклонение	
		сумма, руб.	удельный вес, %	сумма, руб.	удельный вес, %	сумма, руб.	%
1	Общеклинические исследования	2527605,2	48	2799386,5	50	271781,3	10,7
2	Биохимические исследования	1579753,2	30	1399693,25	25	-180059,95	-11,3
3	Исследования системы гемостаза	947851,9	18	839815,95	15	-108035,9	-11,3
4	Исследования в области иммунологии	157975,3	3	335926,3	6	177951	112,6
5	ПЦР-исследований	52658,4	1	223950,9	4	171292,5	325,2
ВСЕГО		5265844,25	100	5598773	100	332928,75	6,3

В целом сумма оказанных услуг физическим лицам увеличилась на 6,3%, что подтверждает востребованность данных услуг.

Внебюджетное отделение «Клинико-диагностическая лаборатория» сотрудничает с крупными медицинскими центрами и организациями: ООО «Ваш доктор», ООО «Новоклиник», ООО «Мила», ООО «Аист», ООО «Клиника Крови», ООО «Смитра», ООО «Вербена», ООО «Золотое сечение», ООО «Алмита», ОАО «Центр семейной реабилитации» и др.

Структура медицинских услуг, оказанных юридическим лицам за период 2012-2013 гг. представлена на рисунке 1.

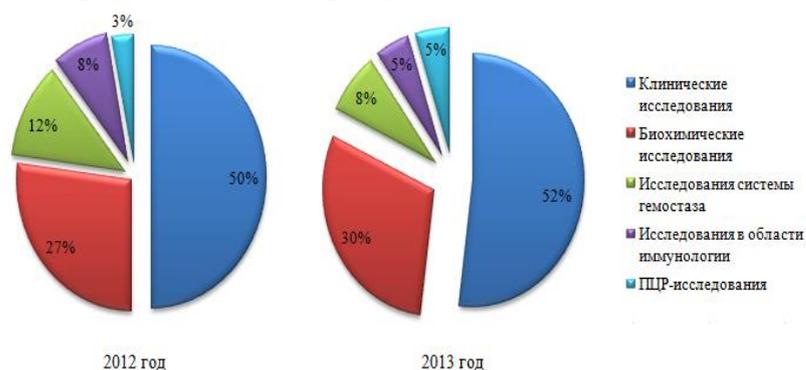


Рис. 1. Структура медицинских услуг, оказанных «КДЛ» юридическим лицам за период 2012–2013 г., %

Результаты исследования показали, что наиболее востребована услуга по оказанию общеклинических исследований, также увеличился объем выручки по биохимическим исследованиям на 18,1% и ПЦР-исследований на 77,2%. Значительное сокращение объема выручки наблюдается по оказанию услуг в области исследований системы гемостаза (29,1%), а так же в иммунологии на 3,5%.

Следует отметить, что, как для физических, так и для юридических лиц, наиболее востребованными оказались услуги по оказанию общеклинических исследований. В связи с этим более подробно рассмотрена структура услуг по оказанию общеклинических исследований физическим лицам, с целью выявления наиболее востребованных видов анализов (табл.3).

Проведенный анализ данных таблицы 3 показал, что наиболее востребованными видами исследования являются – общий анализ крови, мочи, а так же микроскопические.

Обобщая вышеизложенное можно сделать вывод, что внебюджетное учреждение «КДЛ» ФГБУ «ННИИТ» успешно работает на рынке услуг лабораторной диагностики и имеет возможности для дальнейшего развития. Так, например, в ближайшее время внебюджетное отделение с целью расширения ассортимента услуг и привлечения дополнительного круга клиентов планирует предоставлять комплексные исследования: «Для будущих мам», «Женщинам за 40», «На операцию», «Планирование семьи», «Мужское здоровье», «СТОП ПАРАЗИТ», «Скоро в школу», «Скоро в детский сад» и т.д. Они позволят сократить время сдачи биоматериала, а так же пройти исследование с целью выявления патологических

нарушений (при планировании беременности, выявления онкологических заболеваний и т.д.).

Таблица 3

Структура услуг по оказанию общеклинических исследований

№	Вид исследования	2012 г		2013 г		Отклонение	
		сумма, руб.	удельный вес, %	сумма, руб.	удельный вес, %	Сумма, руб.	%
1	Общий анализ крови	516078,9	20,4	550326,8	19,6	34247,9	6,6
2	Общий анализ мочи	300426,1	11,8	353200,1	12,6	52774	17,5
3	Определение группы крови	231229,6	9,1	232200,3	8,2	773,7	0,3
4	Микроскопическое исследование	204489,1	8,0	263163,1	9,4	58674	28,6
5	Прочие (26 исследований)	1275381,8	50,4	1400693,2	50,0	125311,4	9,8
ВСЕГО		2527605,2	100	2799386,5	100	271781,3	10,7

Сегодня организации в сфере услуг лабораторной диагностики будут развиваться в направлении технологичности деятельности. Поэтому те организации, которые обладают мощной материально-технической базой, квалифицированными специалистами, могут предоставлять более широкий ассортимент услуг лабораторной диагностики будут наиболее конкурентоспособными в данном сегменте рынка.

*Список литературы*

1. Васнева Ж.П., Мокеева М.В. Иммунология и аллергология / <http://labmedics.ru/> (дата обращения 29.12.2014).

**УДК338.24**

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ  
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

*А. Рустемова, студентка*

*Доскалиева Б.Б., д-р экон. наук, профессор*

Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г. Караганда

Автор статьи отметил реализацию модели новой экономики, которая сопровождается существенными изменениями условий воспроизводства и корпоративного управления. Динамичное развитие современного Казахстана во многом зависит от наличия инновационных систем и человеческого потенциала, способных сохранить и улучшить свое развитие.

**Ключевые слова:** новая экономика, инновационная система, модель, глобализация, эффективность.

Сформированный в настоящее время в Казахстане кадровый потенциал составляет основу имеющегося в стране человеческого капитала, который

нуждается в дальнейшем развитии на инновационной основе. Адекватность требованиям наукоемкой экономики предполагает постоянное обновление и модернизацию существующей научно-теоретической базы по вопросам управления персоналом и формирования кадрового потенциала для решения новых задач, особенно на микроуровне экономики.

Новые тенденции в развитии экономики и возрастающая роль человеческого фактора значительно расширяют возможности инновационного развития кадрового потенциала компаний. Инвестиции в человеческий капитал, возрастающая потребность в опытных и квалифицированных специалистах на предприятиях определяют необходимость в подготовке специалистов с инновационным типом мышления с целью интенсивного развития инновационной экономики.

Именно поэтому инновационное развитие кадрового потенциала имеет стратегическое значение и является одной из важнейших характеристик устойчивого развития и роста предприятий в национальной экономике.

Инновационный процесс в последние десятилетия связан с формированием нового типа экономического развития, основанного на непрерывном изменении производственной базы и характера выпускаемой продукции, на непрерывном создании принципиально новых технологий и новых видов товаров и услуг. В условиях глобализации, ужесточившей конкуренцию на мировых рынках актуализирующей проблему конкуренции новизны и качества, инновации превратились в главный вектор экономического развития [1].

Инновационный тип развития изменил характер протекания производственных процессов. Основная часть инновационных сдвигов генерируется в процессах деятельности людей, за пределами сферы массового производства, либо в сфере разработки идеи товара и услуги, либо в сфере реализации продукта на рынке. Процессы массового производства становятся всё более прозрачными, оптимизированными, доступными для копирования. Учеными и практиками уже осознано, что роль материальных факторов становится всё более опосредованной, зависимой от органически включенного в народнохозяйственную структуру созидания человеком новых идей организационного, научного, технического характера.

Развитие инновационно-информационной экономики, как мировой, так и национальной, проявляется прежде всего в условиях глобализации инновационными и качественными сдвигами в процессе производства товаров и услуг. Глобальное предпринимательство открыло новые возможности для деятельности корпораций. В частности, в таких структурах стала возможной эффективная передача технологий и опыта, позволившая корпорациям покрывать издержки по модернизации товарного ассортимента. Эти структуры приспособились так выстраивать стоимостную цепочку, чтобы преимущественно разворачивать территориальные звенья, обеспечивающие наибольшую рентабельность в показателях добавленной стоимости и прибыли.

Стратегия, используемая современным менеджментом, не стоит на месте – она эволюционирует в соответствии с жизненным циклом отраслей. На

начальных стадиях этого цикла корпорация может полностью реализовать всю производимую продукцию и стратегию лидирующих цен. На этом этапе росту прибыли способствуют высокие цены. С целью дальнейшего повышения прибыли, большинство компаний стремится дифференцировать сбыт своей продукции с учетом запросов потребителей. На стадии роста производства, когда повышается конкуренция со стороны других компаний, начавших выпускать эту же продукцию, в стратегию компании вносятся новые компоненты, которые помогают ей оставаться конкурентоспособной. В этих условиях разные фирмы практикуют либо лидерство в ценах, либо дифференциацию продукта, стремясь сохранить свою рыночную нишу. В фазе зрелости преимущественно реализуются вышеупомянутые три компонента стратегии – низких цен, дифференциации и фокусирования, хотя их взаимопроникновение и модернизация трудноосуществимы, будучи связанными со значительными дополнительными издержками и стремлением корпораций оградить себя от новых конкурентов. И все же корпорации проводят курс на комбинацию двух первых видов стратегии, который должен обеспечить им серьезные преимущества. Принятые стратегии помогают обеспечивать наивысшую конкурентоспособность и рентабельность предпринимательства, однако далеко не всем фирмам это удается в виду недостатков в сфере менеджмента и обостряющейся конкуренции. Из-за ошибок в управлении ряд фирм теряет былые преимущества и занимаемые ими ранее позиции на рынке.

В условиях глобализации, ужесточившей конкуренцию на мировых рынках актуализирующей проблему конкуренции новизны и качества, инновации превратились в главный вектор экономического развития [1].

Эдвард Денисон предполагал, что говорить о техническом прогрессе, воплощенном в физическом капитале, значит просто учитывать изменения в качестве основных фондов. Инвестиции в основной капитал увеличивают его производительность. Такая аналогия вполне применима и к человеческим существам. Мастерство и приобретенные способности человека увеличивают их качество как производственных единиц (на что указывал еще К.Маркс). Следовательно, мастерство и способности человека являются неотъемлемыми качествами работника и вряд ли целесообразно говорить о них отдельно от индивида [2]. По выражению К.Хенинга, исследователя «новой экономики», в такой экономической системе, тесно связанной с информационной революцией, происходит резкое изменение соотношения между физическим и человеческим капиталом. «Решающим фактором стал человеческий капитал, вернее его способность превращать информацию в знания. Физический капитал не исчез, но потерял свою доминирующую позицию» [3].

Реализация модели новой экономики сопровождается существенными модификациями условий воспроизводства и корпоративного управления. Динамичное развитие современного Казахстана во многом зависит от наличия инновационных систем и человеческого потенциала, способного его развитие поддерживать и совершенствовать.

### *Список литературы*

1. Иванов Н. Человеческий капитал и глобализация // МЭ и МО. – № 9. – С. 19-31.
2. Schulz Th.W. Investment in Human Capital. The Role of Education and Reserarch. The Free Press. – N.Y, 1971. – p. 272.
3. Мюрдаль Г. Современные проблемы «третьего мира». – М.: Прогресс, 1972. – 645 с.
4. Портер М. Конкуренция. – С-Пб.: «Вильямс», 2002. – 495 с.
5. Доскальева Б.Б. Проблемы развития социальной сферы в условиях кризиса. – Караганда, 2009. – 146 с.
6. Щетинин В. Человеческий капитал и неоднозначность его трактовки // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 12. – С. 42-49.
7. Корчагин Ю. А. Человеческий капитал – что это такое и почему капитал? – Воронеж: ЦИРЭ.

**УДК 659. 127**

## **СОВРЕМЕННЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

*М.А. Самусенко, аспирант*

*Научный руководитель: Т.Н. Байбардина, канд. экон. наук, доцент  
Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель*

В статье анализируется современное состояние рынка рекламных услуг, тенденции и приоритеты в формировании рынка рекламных услуг Республики Беларусь

**Ключевые слова:** рекламный рынок, рекламные агентства, рекламодатели, рекламные услуги, Ассоциация рекламных организаций

Развитие мирового рекламного бизнеса обуславливает необходимость соответствовать всем игрокам (участникам) рекламного рынка, его современным тенденциям и приоритетам. Появление новых требований к рекламе обусловлено структурными изменениями мирового рекламного рынка. В настоящее время развитие рекламного рынка отдельно взятой страны уже не может происходить в отрыве от мировых тенденций развития рекламной деятельности и без учета особенностей и специфики национального менталитета. Современный рынок рекламы требует наличия широкого спектра предложений и набора рекламных услуг, как специализированных, так и комплексных, для удовлетворения различных требований рекламодателей [1].

За последние годы рекламная деятельность в Республике Беларусь получила свое дальнейшее развитие. Белорусский рекламный рынок оценивается на данный момент как достаточно динамичный и развивающийся, несмотря на то, что этот рынок достаточно молодой, так как он сформировался

буквально 12 лет назад. Сегодня рекламный рынок Беларуси – это развивающийся сегмент национальной экономики.

Наибольшим количеством зарегистрированных предпринимательских структур, осуществляющих рекламную деятельность, представлен Минск – 58,6% (421 субъект). Далее, значительно уступая, идут Гомельская область – 11,4%, Гродненская – 8,9%, Брестская – 7,7%, и совсем небольшая их часть сконцентрирована в Минской области – 6%, Витебской – 4,2% и Могилевской – 3%.

С точки зрения качественных показателей – это целая индустрия, куда входят телевидение, радио, газеты и журналы, наружная реклама, реклама в Интернете и в кинотеатрах, социальная и государственная реклама, производство рекламной продукции, директ-маркетинг, рекламные коммуникации в местах продаж, выставочная деятельность, подготовка кадров, рекламное творчество, экспертиза рекламы, законодательство о рекламе и государственный контроль за его соблюдением.

Участниками рекламного рынка выступают рекламодатели, рекламные агентства, медийные структуры и организованные в общества или нет потребители. Другими словами, структура рынка носит социальный характер и включает все общество.

Одним из важнейших элементов этой системы являются корпоративные (профессиональные) объединения участников рекламного рынка, в первую очередь рекламных агентств. Именно они во многом «определяют погоду» на рекламных рынках развитых стран [2]. В нашей стране этот процесс развивается. Фактически до настоящего времени общие интересы рекламных агентств не были представлены должным образом ни на национальном, ни на международном уровне. В свою очередь, органы государственного управления Беларуси не могли выстраивать долгосрочную стратегию сотрудничества с организованными участниками рекламного рынка, потому что их просто не было.

Нынешний этап развития рекламного рынка Беларуси характеризуется структурированием и специализацией. Поэтому создание Ассоциации рекламных организаций (АРО) является локомотивом этого процесса, прорывом, переходом профессионалов рекламного рынка на новый качественный уровень работы.

Отечественный рекламный рынок является ровесником рынков большинства стран СНГ и Балтии, однако значительно уступает им в объемах. По сути, бурное развитие началось 2 – 3 года назад, когда местные производители осознали истину: чтобы развивать свой бизнес, необходимо создавать себе имидж.

По мнению экспертов, Закон «О рекламе» не очень сильно повлиял на ландшафт рекламного рынка. Несмотря на то, что местное законодательство считается одним из самых жестких в Европе, представители отечественного медиабизнеса признают, что объемы рекламного рынка сегодня не настолько велики, чтобы можно было говорить о существенных потерях. На место одного рекламодателя, потерявшего возможность рекламироваться, приходят

другие. Так случилось с производителями пива, которые с 1 января 2008 года потеряли возможность продвигать свои торговые марки на телевидении, в наружной рекламе, а также во время проведения любых рекламных акций, направленных на стимулирование реализации пенного напитка. Сегодня пивоваренные заводы стоят на одном из первых мест по объемам рекламных бюджетов, но вакуума после их ухода с рынка никто не предвидит. Вакантные рекламные площади заняли производители мясомолочной продукции, операторы сотовой связи и сопутствующих ей услуг. Среди категорий, которые обеспечили рост рынка, также числятся сфера услуг, индустрия развлечений и реклама в формате «business to business».

Как отмечают рекламисты, в последние два года отечественный рекламный рынок изменился качественно и даже перешел в новое состояние. Перед производителями, которые начали работать 5 – 10 лет назад, сейчас в первую очередь стоит вопрос оптимизации бюджета бренда, его прибыльности. Рекламодатели хотят экономить деньги и знают, как это сделать.

Если в 2012 году в Беларуси работало 673 предприятия, основным видом деятельности которых является реклама, то в 2014 году количество организаций, занимающихся рекламной деятельностью составило уже 2793. Подавляющее большинство участников белорусского рекламного рынка (95%) – частные компании. На долю государственных рекламных фирм приходится чуть более 1%, иностранных рекламных агентств – около 4%.

Бизнес, связанный с рекламой, постоянно развивается и обретает новые формы. Рекламные продукты пользуются устойчивым спросом в Республике Беларусь, единственное, что подвержено изменениям, – это способ донесения информации до конечного адресата и приоритеты у пользователей рекламных услуг.

Наибольшую долю среди услуг занимает такой вид услуг как дизайн (фото) и интернет маркетинг – 18% и 12% соответственно.

Наружная реклама в Республике Беларусь является одним из наиболее эффективных и востребованных рекламодателями видов рекламы. Наружная реклама существенно влияет на развитие социально-экономической инфраструктуры населенных пунктов, их художественно-архитектурное оформление. В республике размещено более 33 тысяч сторон средств наружной рекламы. Из них более 5 тысяч сторон принадлежат 88 операторам наружной рекламы. Стоит признать, что стоимость размещения (распространения) наружной рекламы в республике является одной из самых низких среди стран-участниц Содружества Независимых Государств.

Рекламный рынок представлен и радиорекламой, хотя радио продолжает терять свои позиции, поскольку радиостанции во многом похожи друг на друга и малопривлекательны как для аудитории, так и для рекламодателей.

Наиболее стабильной отраслью рекламного бизнеса в Республике Беларусь является телевизионная. Телевидение остается основным медиаканалом, куда рекламодатели тратят больше всего денег. В последние годы на ТВ-рекламу пришлось 60% всех рекламных затрат. Телевидение в Беларуси

остаётся самым популярным (с точки зрения объема рекламных инвестиций) медиа. По итогам 2014 года рекламные затраты в основных медиа превышают 100 млн. долл. Доля медиа во всех рекламных затратах составила в 2013 году 57% [3].

В ближайшие годы этот сегмент сохранит свое лидерство, однако его доля будет постепенно уменьшаться. Единственным медиасегментом, доля которого будет расти, является интернет.

Согласно исследованию, проведенному Департаментом маркетинговых и социологических исследований Группы компаний Сатио, доля пользователей телевидения в Беларуси составляет 91,9% населения страны, второе место занимает Интернет (63%), третье – газеты (60,9%), радио оказалось наименее популярным типом СМИ среди белорусов [3]. Телевидение – идеальный рекламный инструмент для предприятий, которым нужно «показать товар лицом» или создать вокруг него атмосферу ажиотажа. Многие считают, что телевизионная реклама наиболее эффективна, так как передает зрительные образы – самые наглядные и убедительные из всех возможных.

Тенденции рекламного рынка свидетельствует о том, что для рекламодателей наиболее перспективным каналом на фоне государственного регулирования других медиа (ТВ, пресса, радио) становится интернет. Выросла интенсивность использования интернета, ежедневная аудитория и её активность. В среднем ежедневных пользователей стало в 2014 году на полмиллиона больше.

Изменения происходят и внутри аудитории – возросло количество пользователей в возрасте 55 и более лет, в июне их стало уже 10,29%.

Сегодня тенденция перераспределения рекламных бюджетов в пользу рекламы в интернете становится все более выраженной. Если несколько лет назад интернет-реклама занимала незначительную часть общего рекламного рынка Беларуси, то теперь можно наблюдать резкий рост как абсолютных, так и относительных показателей данного сегмента: в 2012 – 2013 годах в денежном выражении он вырос более чем на 220%.

В 2013 году объем рынка интернет-рекламы Республики Беларусь составил 15,6 млн. долл. В 2010 – 2013 годах рынок в среднем рос на 25 – 30% в год. За первую половину 2014 года объем белорусского рынка медийной интернет-рекламы вырос в сравнении с аналогичным периодом 2013 года на 35%. Средние показатели роста интернет-рекламы составляют около 30% в год, что дает простор для инвестиционных вложений. Прогнозы развития интернет-рекламы позволяют сделать выводы о том, что инвестиции в данный рынок в 2016 году возрастут до 32,2 млн. долл [3].

В структуре медийного сегмента Республики Беларусь доминирует баннерная реклама (55% от всех затрат). При сравнении показателя СРІ (Cost per impression) в Беларуси и России можно сделать вывод о высокой разнице в стоимости баннерной рекламы. Это может быть связано как с охватом рынка компаний, так и с общим уровнем доходов предприятий и населения. Если средняя цена за 1 000 кликов в России составляет 20долл.,

то в Республике Беларусь она варьирует в диапазоне от 0,8 до 2 долл. за 1 000 кликов. Поэтому крупнейшие агентства продолжают размещать рекламу в первую очередь на российских сайтах.

Часть рекламных затрат в Беларуси именно приходится на российские сайты, которые пользуются популярностью у белорусов. Это информационные порталы и сервисы с большим трафиком, такие как Mail.ru, Yandex.by, Odnoklassniki.ru, V Kontakte.ru и др.

Эксперты J'son & Partners Consulting выделяют среди крупнейших игроков на рынке интернет-рекламы Республики Беларусь такие компании, как RG Media, WEB Expert и «ВИ Минск».

К числу крупнейших рекламодателей относятся, в первую очередь, банки и сотовые операторы: «Беларусбанк», «Белагропромбанк», «МТБанк», «Velcom», «МТС» и др.

Современный этап развития рынка рекламных услуг позволит обеспечить создание динамично развивающегося рекламного рынка, повысить качество и эффективность рекламы производимой на территории Республики Беларусь, сформировать у потенциальных рекламодателей – отечественных производителей, понимание значимости рекламы как высокоэффективного механизма, способствующего увеличению товарооборота.

#### *Список литературы*

1. Рекламная индустрия. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. Режим доступа: <http://adindustry.ru/doc/1220>.
2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учеб. – 9-е изд., перераб. и доп. / Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Шахурин В. Г. – М.: Изд-во "Дашков и К", 2007. - 532с.
3. Электронный ресурс // Режим доступа: <http://marketing.by>

**УДК 657.4**

## **ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И КОНТРОЛЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ**

*А.А. Сандаков, аспирант*

*Научный руководитель: С.Д. Надеждина, д-р экон. наук, профессор  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

Рассмотрены актуальные аспекты учета и контроля дебиторской задолженности, раскрыты этапы контроля за движением дебиторской задолженности.

**Ключевые слова:** Дебиторская задолженность, внутренний контроль.

Одним из наиболее актуальных и сложных вопросов бухгалтерского учета является учет дебиторской задолженности, который важен в связи с существованием проблемы неплатежей. В процессе хозяйственной деятельности практически у каждой организации (предприятия) возникает дебиторская задолженность. В условиях кризиса и нестабильной экономической ситуации значительно увеличиваются риски неоплаты при продаже товаров,

работ, оказании услуг с отсрочкой оплаты. Независимо от причин возникновения дебиторской задолженности, избежать ее появления невозможно, поэтому так необходимо правильно организовать систему контроля дебиторской задолженности в организации.

Дебиторская задолженность существенно ухудшает финансовое состояние предприятия, она отвлекает денежные средства из хозяйственного оборота, что приводит к снижению темпов производственной эффективности и показателей деятельности организации, поскольку просроченная дебиторская задолженность, по которой истек срок исковой давности, подлежит отнесению на убытки хозяйствующего субъекта.

Целью написания статьи является определение экономической сущности дебиторской задолженности, раскрытие основных проблем ее учета и контроля, а также определение путей их решения.

Современные экономические условия характеризуются финансовой нестабильностью, причиной и следствием которой выступает проблема неплатежей, характерная для субъектов хозяйствования, государства в частности и мирового сообщества в целом. Эта ситуация создала проблему абсолютной неплатежеспособности должников и обусловила необходимость активного ведения политики антикризисного регулирования финансово-хозяйственного состояния предприятий внешними и внутренними субъектами управления.

Руководствуясь переходом бухгалтерского учета на международные стандарты финансовой отчетности, организации нацелены на обеспечение нужд управления достоверной информацией, на основе которой принимаются управленческие решения. Особый акцент сделан на усовершенствовании процедур организации и методики контроля финансовых активов, в частности, дебиторской задолженности.

В условиях нестабильности экономической ситуации довольно часто практикуется покупка товаров по коммерческому кредиту. Важным аспектом при этом есть четкое определение сроков погашения задолженности, что должно быть четко описано в договоре с контрагентом. Современные методы контроля дебиторской задолженностью предприятий базируются на достоверном информационном массиве, сформированном на основе данных бухгалтерского учета. Важное значение в этом вопросе приобретает конкретизация ряда задач по совершенствованию организационных и методических принципов учета дебиторской задолженности как одного из способов управления ресурсами предприятий.

Для усовершенствования учета и контроля дебиторской задолженности и принятия решения о ее погашения руководство экономического субъекта должно обладать достоверной информацией о всех взаиморасчетах предприятия за указанный период. Это даст возможность четко обозначить денежные потоки предприятия, а также минимизировать риск возникновения задолженности.

Дебиторская задолженность, как составляющая финансовых активов предприятия, является на втором месте по ликвидности активов после де-

нежных средств и является составляющей оборотных активов, которая прямо связана с расчетно-платежными операциями, которые осуществляет предприятие. Эффективность управления расчетами зависит от определения круга потенциальных дебиторов и планирования дебиторской задолженности на будущие периоды. Постоянный мониторинг денежных расчетов организации и создание кредитной политики в отношении отдельных покупателей и заказчиков обеспечит эффективный контроль за формированием и погашением дебиторской задолженности.

Система управления предприятием должна базироваться на внутреннем контроле осуществления денежных расчетов на каждом этапе хозяйственного процесса. Если предприятие, которое реализует товар, предоставляет услуги на этапе выполнения обязательств и не осуществляет контроль за сроком расчета, то возникает дебиторская задолженность.

Документальной основой для осуществления расчетов с покупателями и заказчиками выступает договор, в котором сформулирована ответственность каждой из сторон.

Заключая договор с покупателем или заказчиком, организация должна четко прописывать сроки поставки, выполнения работ и оплаты за товары и выполненные работы, чтобы минимизировать риск возникновения дебиторской задолженности. Однако, в связи с нестабильным финансовым положением субъектов хозяйствования, могут возникать проблемы с оплатой поставки товаров, предоставленных услуг, выполненных работ. В современных условиях на рынке часто встречаются случаи, когда несвоевременно производится расчет или вообще не производится.

Усовершенствовать методику и организацию учета и контроля денежных расчетов возможно путем определения недостатков в системе расчетов предприятия и разработки программы мероприятий по улучшению состояния финансовых ресурсов.

В управлении дебиторской задолженностью как элемента системы денежных расчетов необходим внутривнутрихозяйственный контроль. Такой контроль позволяет всесторонне оценить финансовое состояние потенциальных дебиторов, их платежеспособность, репутацию на рынке, срок существования; определить максимальную сумму долга в целом и на одного клиента (лимитирование дебиторской задолженности); использовать различные формы обеспечения возврата долга (залог, страхование, гарантии банков или третьих лиц). Основываясь на основных принципах процесса контроля дебиторской задолженности, предложенных автором А.М. Петровым, была разработана адаптированная схема процесса контроля (табл. 1) [1].

## Процесс контроля за движением дебиторской задолженности

Этапы контроля за движением дебиторской задолженности	Проводимые мероприятия
Предварительный этап	Выбор потенциального клиента на получение коммерческого кредита, а также согласование основных условий его предоставления и возможные скидки.
Этап 1	Подписание контракта/доп. соглашения к договору поставки, в котором фиксируются финальные пункты предоставления кредита.
Этап 2	Отгрузка продукции покупателю.
Этап 3	Отслеживание своевременности погашения обязательств покупателей.
Этап 4	Составление актов взаиморасчетов с дебиторами. Проведение инвентаризации дебиторской задолженности.
Этап 5	В случае несвоевременности оплаты покупателями:
Этап 5	а) напомнить о необходимости оплаты;
Этап 5	б) применить предусмотренную договором санкцию;
Этап 5	в) в дальнейшем ужесточить условия кредитования.
Этап 6	В случае невозможности погашения долга дебитором в связи с его неплатежеспособностью обратиться в арбитражный суд о взыскании суммы долга, а затем о банкротстве.
Этап 7	В случае если долг нереален к взысканию, необходимо компенсировать сумму долга за счет резерва по сомнительным долгам или, если резерв не создавался - списать как прочий расход.

Система контроля будет способствовать уменьшению возникновения просроченной и безнадежной дебиторской задолженности. При проведении этих мероприятий возникает вероятность роста процента осуществления денежных расчетов вовремя.

Несмотря на невозможность избежать появления дебиторской задолженности, необходимо уметь организовывать учет расчетов с контрагентами таким образом, чтобы уменьшить ее долю в оборотных активах. Оборачиваемость капитала, вложенного в оборотные активы, прямо пропорционально зависит от увеличения или уменьшения дебиторской задолженности. Изучая качество и ликвидность дебиторской задолженности, можно оценить состояние оборотных активов.

В процессе операционного цикла оборотные активы взаимодействуют, проходя четыре стадии. На первой стадии денежные средства используются для приобретения сырья и материалов. Второй этап характеризуется превращением сырья и материалов в процессе производственной деятельности в запасы готовой продукции. На третьей стадии готовая продукция реализуется потребителям и до момента расчета за нее трансформируется в дебиторскую задолженность. Последний этап движения оборотных активов является очень важным для управления предприятием, ведь именно в это время дебиторская задолженность после ее погашения преобразуется в денежные средства, которые дальше готовы участво-

вать в движении оборотных активов. Исходя из этого, можно сделать вывод, что именно дебиторская задолженность является одним из приоритетных направлений, влияющих на показатели оборота операционного цикла.

Эффективность управления денежными потоками зависит от структуры оборотных активов. Доля дебиторской задолженности в структуре оборотных активов не должна быть значительной. Иначе это будет означать, что предприятие не сможет быстро покрывать свои обязательства вследствие отсутствия денежных средств на счетах. Это негативно скажется на деятельности организации и в конечном итоге может привести к банкротству.

#### *Список литературы*

1. Теория, методология и практика бух. учета и контроля расчетов в корпоративных системах сферы услуг / А.М. Петров. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2010. - 234 с. - С. 180-181

**УДК 338.24.021.8**

## **THE ROLE OF SCIENCE IN INNOVATION ECONOMY OF THE CIS COUNTRIES**

*M. Z. Smagulova, Student*

Supervisor: *R. N. Nurgaliyeva, PhD. Econ., Associate Professor*  
Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda

*Abstract:* Innovations in economy have been long associated with the steady growth of national economies of highly developed countries. This sector is gaining an increasing recognition and acceptance among former soviet counties. However, no innovations in economy are possible without significant scientific contributions. This paper examines the link between science and innovation economy via a thorough analysis of the economic environment in the Republic of Kazakhstan.

*Key words:* Innovation economy, science, development, growth

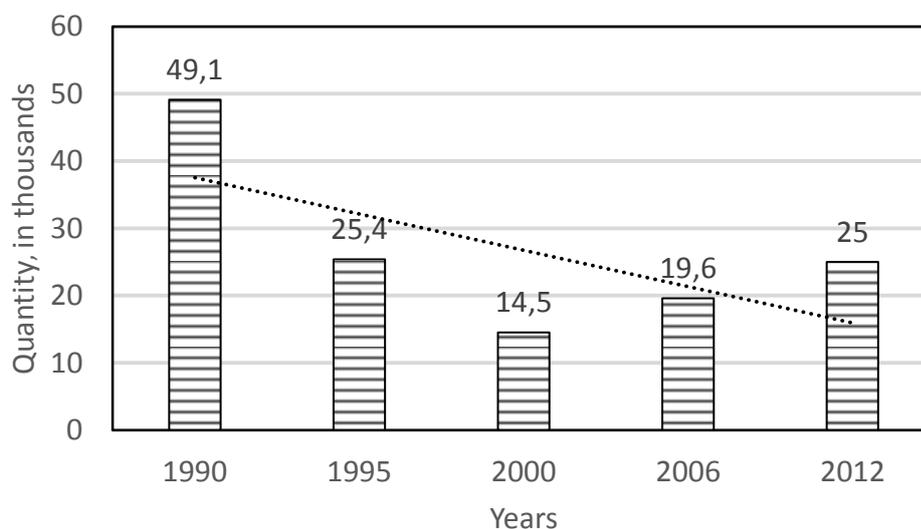
Innovation economy (also sometimes referred to as knowledge – based economy) is the type of economy that promotes innovation flows, improvements in technological processes and manufacturing of complicated, high-precision products. According to this doctrine, knowledge, technology, entrepreneurship, and innovation serve as the main driving forces that advance economic growth in countries and welfare of people. In innovation economy countries, around 60 – 80 % of industrial enterprises and more than half of consumer service companies engage in innovation activities. These activities usually include developments in new products or services, new fashions or designs, new education programs, articles or books, new software, new management procedures and systems. Innovation products usually take up more than one half of all products and services created in these countries. Innovation-based economies are economic systems that encourage research breakthroughs and inventions. They are very instrumental in bringing forth scientific ideas for their subsequent implementation in innovative products. How-

ever, without research and development innovations in economy are impossible. Why is that so? What link is there between science and innovation economy? What are the challenges that scientists and economists face today? Are there any solutions for these challenges? This article aims to address these questions in detail via a thorough analysis of the economic environment in Kazakhstan. This analysis builds largely on scientific works of notable Kazakhstani analysts such as O. S. Sabden, A. E. Armensky and Y. A. Aubakirov.

Science is conventionally regarded to be the basis of innovations in economics. However, scientific resources of Kazakhstan have lost their formerly strong potential during the period of transition. Although the government has put on hold the shrinkage of the talent pool in scientific circles, the workforce capacity in this sphere has not reached its pre-transition levels yet. According to Sabden and Armensky, the number of personnel engaged in scientific studies and projects has decreased drastically since 1990s. In the last two decades the size of scientific community in the Republic of Kazakhstan dwindled significantly from 50 000 people in 1991 to 25 000 people in 2012 (See Picture 1). The structure of academic staff in the country has also deteriorated. Not all analysts agree on the major cause behind the decline in the quantity of personnel engaged in scientific work. Some critics say that the government does not provide adequate compensation for the work of scientists. Others argue that lacking social protection in the areas of labor payments, health insurance and pension coverage of scientific personnel has caused the decrease in the number of scientists and researchers [1].

*Picture 1*

Quantity of personnel engaged in scientific research activities  
(at the end of each year, in thousands of people)



The era of innovative economics has become a touchstone for countries, technologies, educational systems and social institutions. It is commonly thought that the 20<sup>th</sup> century was the age of high technologies in manufacturing industries. Ac-

According to the current thinking, the 21<sup>st</sup> century has become the era of innovations in the human assets capital. In other words, today there is a strong demand for development of possibilities for separate individuals and groups of individuals. Sabden cites an example to prove this viewpoint. According to his finding, highly developed countries allot only 5% of their national wealth income on the consumption of raw natural resources. 18 % of this income is allocated to the production of physical capital that includes transportation, communications, buildings, shelter, water supply and sanitation, energy, technology. The remaining 77 % of the national income result from the knowledge and skills of workers engaged in the employment of these resources and capital.

Thus, science should act as the most important institution in the development of innovation-based economy. However, due to the current circumstances and limited possibilities for accelerated science development in Kazakhstan, the country has trouble in reaching the goal. This is evidenced by the low knowledge content of the national economy and limited production and export levels in the country. These criteria differ significantly from those achieved by countries with developed economic systems (See Table 1). It is evident that the variables and conditions that characterize the development of science do not conform to the requirements of innovative economics today.

*Table 1*

Position of Kazakhstan in the global innovation and technology sphere  
in comparison with other countries

Criteria	Kazakhstan	Other Countries of the World
Expenses on research and inventions (in % to GDP)	0.28	Sweden – 3.86 USA – 2.67 Japan – 3.2 Germany – 2.51 Russia – 1.3
Ratio of innovation – based companies in manufacturing industry (in %)	4.8	Germany – 82.5 Sweden – 75.3 Australia – 60.8 Russia – 10.0
Relative share of innovation products in the overall volume of industrial output	2.3	Germany – 29 Australia – 31 Russia – 3.7
Criteria	Kazakhstan	Other Countries of the World
Proportion of high – tech exports, in %	2	USA – 32 Japan – 24 Russia - 9
Expenses on Research and Advanced Development as per capita (US Dollars)	13	USA – 991 Japan – 816 Germany – 666 Russia – 98
Number of people engaged in Research and Advanced Development (as per 1 million of people)	629	USA – 4484 Japan – 5287 Germany – 3261 Russia - 3319

Criteria	Kazakhstan	Other Countries of the World
Number of patents registered by residents (as per 1 million of people)	126	USA – 701 Japan – 2875 Germany – 586 Russia – 165
Number of applications filed worldwide for patent cooperation.	16	USA – 49439 Japan – 26420 Russia – 654 China – 3826
Ratio of foreign investments in the overall amount of resources spent on Research and Advanced Development (in %)	1.5	USA – 18 United Kingdom – 14

The share of expenses incurred for the development of science is extremely low in the overall GDP of the country. For the last few years, this variable has not exceeded 0.3 %. In this regard, the country hangs behind the majority of well-developed countries. According to analysts, governments should consider a certain threshold in financing the science and research sectors of their countries. This threshold is currently estimated to be in proportion of at least 1.5 % to the GDP. No financial injections under this threshold will affect the development of science and economy in the country.

Modern science requires sizeable investments. In the last few years, the government of the Republic paid considerable amount of attention to the development of science. Starting from 2000, the government has allocated many resources into this sphere. However, it should be noted that the current situation in the country is not very likely to experience a profound breaking point in the near future unless the government takes serious measures. Science is not the kind of industry in which investments yield controlled and prompt outputs. On the contrary, the relationship between costs and results has a more complicated and a non-linear character.

Aubakirov, a leading Kazakhstani scientist and economist, believes that the innovative system of the country requires changes in the institutional structure of the science. This structure does not conform to the goals of transitioning from traditional to innovation – based economy. Kazakhstan relies solely on research and studies conducted by state owned and university – based sectors of science. These two types of scientific sectors prevail among other forms of research establishments. Only 10 enterprises in the country have subdivisions that are responsible for carrying out scientific research. The overall structure of scientific potential is largely represented by institutions that cater to the needs of mining and smelting industry. However, since innovative economy does not promote consumption of nonrenewable resources, it cannot depend solely on research performed to meet the goals of this industry [2].

Today the sector of research and science in the country is financed solely through the funds of the state budget. However, this will soon change. The government has already started to attract private investments into this sector by implementing various programs.

In the next few years, the government of the Republic expects to implement certain improvements in its current economic system. First, it hopes to draw more resources into developing innovation – based economy by building a powerful scientific foundation. The government wants to increase its research expenditures by allocating a significant portion of its budget exclusively for the needs of the science sector. The changes that the government aims to introduce into its structure of research expenditures are presented in the table below [3].

The science sector of the Republic of Kazakhstan formed as part of the bigger Soviet science sector. The research sphere in the Soviet Union in turn based its development on the model of leadership in science and technology progress. Today globalization and free market ideology require a different scientific system with other qualitative and quantitative parameters of research potential. The government of the Republic has put forth the outline of the new economic system it envisions in various documents. The main goal that these documents target is the establishment of an environment that could support the development of innovative economy in the country.

*Table 2*

Proposed changes in the research expenditure structure of the Republic of Kazakhstan

Expected Allocation of Resources on the Needs of Research and Advanced Development in Kazakhstan	
By types of research:	Fundamental research – 20% Applied research – 30% Design and experimental inventions – 50 % of all the resources assigned to science development and support
By sources of funding:	State budget – 45 – 50% Private and business sector – 45 – 50% Foreign investments – 5%

In order to achieve this goal, the government seeks to take certain action and measures in various directions. First, it strives to improve the management system of research and technology industry. Second, it aims to provide training to a greater number of scientific and engineering personnel through numerous educational programs. The government also wants to stimulate interest in science by providing generous compensation to workers engaged in research activities. Third, the government officials wish to expand funding of science sectors. They want to attract resources from private investors as well. Then the government strives to implement better rules and regulations for scientific research. Lastly, the government aims to incorporate an informational environment that is supportive of research development in the country.

Sabden and Armensky state that governments should adhere to a number of principles when considering the construction of national research and technology spheres. These principles are transparency, competitiveness, technology commer-

cialization, breakthrough innovations and integration of science, education and production. The authors add that highly developed countries such as Japan and South Korea were successful in establishing innovation economy systems because they observed all or some of these principles.

Finally, according to Sabden, research and development sectors cannot rely solely on the funding they receive from the government. Without contributions from private investors, science-financing problems will not be resolved. Therefore, the government of the Republic should put an emphasis on developing working connections with private investors. Unfortunately, not all businesses are interested in creating high technology products and services, because this type of production is associated with considerable amount of risks. The government could cover these risks by providing funding during initial stages of production. The government could also offer additional incentives such as relaxations in taxes and other mandatory budget payments.

In conclusion, I would like to say that innovations will continue to be the wheels and engine of economic growth in the future. Developing countries in general and Kazakhstan in particular can adapt the values and principles of knowledge – based economy systems and reap the abundant benefits that come along with progress, technology and inventions. In order to start the transformation process, these countries should first build a sound scientific foundation that is capable of supporting scientific research and inventions. Although science and development sectors require a lot of commitment on the part of governments, the long-term benefits will surely outweigh the associated costs.

#### *List of references*

1. O. S. Sabden, A. E. Armensky “Sustainable Development of National Economies and World Finances in the XXI Century”, Astana, 2011
2. Y. A. Aubakirov “National Economy: theoretical and methodological problems of development”, Almaty, 2009
3. VIII Innovative Congress: «Innovation development of Kazakhstan – way towards knowledge economy» (Published May 24, 2013). Retrieved from <http://2013.astanaforum.org/>

**УДК 339.33**

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОГО ПОРТФЕЛЯ ОПТОВЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕСТНОГО УРОВНЯ**

*Л.М. Струминская, канд. пед. наук, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Рассмотрен способ формирования структуры товарного портфеля для независимых оптовых организаций местного уровня с полным циклом обслуживания. Предложено деление ассортимента на три группы: ассортиментный минимум, основной ассортимент, дополнительный ассортимент. Обоснована значимость введения в портфель дополнительного ассортимента. Определен способ расчета затрат на обработку дополнительного ассортимента.

**Ключевые слова:** товарный портфель, оптовая организация, ассортиментный минимум, основной ассортимент, дополнительный ассортимент, затраты на формирование ассортимента.

Товарный портфель – документ, фиксирующий на определенный срок структуру ассортимента организации [1, с. 64], это перечень товаров реализуемых организацией, организованный по иерархическому принципу. Разработка перечня – это этап планирования ассортимента организации. Формирование товарного портфеля осуществляется в соответствии со спросом покупателей с целью его удовлетворения и обеспечения целей, определенных руководством организации. Любая оптовая организация имеет свои особенности, поэтому товарный портфель не будет одинаковым для всех. Последующее управление ассортиментом направлено на поддержание на складах оптимальной номенклатуры товаров, необходимых для бесперебойного снабжения клиентов, и осуществляется на основе ассортиментной матрицы.

Создание товарного портфеля и его наполнение напрямую связаны с типом оптовой торговой организации. Факторы, влияющие на формирование товарного портфеля:

- 1) общие – покупательский спрос, товарное предложение, цены;
- 2) специализация оптового предприятия, размер складской площади, техническое оснащение, условия товароснабжения.

В данной статье рассмотрен способ формирования структуры товарного портфеля для независимых оптовых организаций местного уровня с полным циклом обслуживания.

Оптовые организации местного уровня – это организации с небольшой численностью работников, с небольшим объемом оптового оборота, работающие с ограниченным числом товарных групп [2, с. 30]. Они закупают товары на любой части территории РФ, а также в других странах, основываясь на экономической целесообразности. В большинстве своем специализируются на конкретной группе клиентов или продукте, имеющем местное значение. Это оптовики, осуществляющие полный комплекс закупочно-сбытовых операций с переходом права собственности на товары, предоставляющие такие услуги, как хранение запасов, кредитование, обеспечение доставки и другие дополнительные услуги по требованию клиентов. Они могут быть дилерами предприятий-производителей или федеральных оптовых структур, которые зачастую являются ключевыми поставщиками. Среди клиентов у оптовиков местного уровня не только розница, но и корпоративные клиенты из числа государственных и муниципальных учреждений.

Особенности рассмотренных выше оптовых организаций состоят в том, что для них характерна торговля ограниченным перечнем товаров со склада и очень широким ассортиментом под заказ клиента. Поэтому товарный портфель, как правило, включает два вида ассортимента: ассортиментный минимум (ядро ассортимента) и основной ассортимент, закупаемый под заказы клиентов. Такая ассортиментная политика существенно снижает товарные запасы и расходы на хранение товаров.

**Товары из ассортимента минимума** закупаются на склад. Это наиболее востребованные у клиентов товары, их полнота может составлять от нескольких единиц до нескольких сотен SKU (Stock Keeping Unit - единица складского учёта). Основой внесения SKU в *ассортиментный минимум* является высокая оборачиваемость и частота заказов товара клиентами, при которой становится выгодно хранить товар на складе организации.

Работу по управлению ассортиментом товаров из *ассортиментного минимума* осуществляет коммерческая служба оптовой организации, она несет ответственность за поддержание минимума на складе. Это осуществляется разными методами, например, установлением для SKU минимального остатка товара на складе.

Ассортимент этих товаров отражается на сайте (в прайсе) организации, цены устанавливаются с учетом цен конкурентов, условия поставки прозрачны для всех клиентов.

**Товары основного ассортимента** закупаются только под заказы клиентов, спрос на эти товары менее стабильный. Их ассортимент может достигать нескольких сотен (иногда тысяч) SKU. Менеджеры оптовой организации работают с этими товарами по каталогам поставщиков, с которыми у оптовой организации имеются хозяйственные связи. Цены на эти товары не публикуются и являются полностью расчетными в зависимости от объема поставки. Если у оптовой организации есть ключевой поставщик, то каталог данного партнера предоставляется клиентам или публикуется на сайте оптовой организации, это помогает клиентам сформулировать свою потребность. Условия поставки для товаров *основного ассортимента* определяются для каждого конкретного случая. Работу по обновлению основного ассортимента, размещенного в каталогах поставщиков оптовой организации, осуществляют сами поставщики.

Рассмотренные два вида ассортимента отличаются по широте, полноте, скорости и надежности выполнения заказа, уровню цен.

Однако некоторые клиенты оптовой организации не ограничиваются предложением товаров входящих в *ассортиментный минимум* и *основной ассортимент*, и заказывают товары в стремлении удовлетворить потребности в комплексе, «под одной крышей».

Это **дополнительный ассортимент** товаров, закупаемый предприятием под индивидуальную потребность клиента, сверх постоянно реализуемого ассортимента. Возможность заказа товара под потребность (с учетом товарной специализации оптовой организации) желательно предоставлять, если клиенты готовы принимать условия поставки (низкую надежность и скорость поставки, отсутствие кредитования). Формирование дополнительного ассортимента расширяет общее предложение по товарам для клиентов, делает его более гармоничным и повышает лояльность клиентов к предприятию, несмотря на то, что внутренние расходы на такую поставку высоки из-за поиска поставщика, дополнительного согласования с ним цены и наличия товара.

Для того чтобы оценить затраты оптовой организации на формирование заказа SKU из *дополнительного ассортимента* необходимо рассчитать:

– стоимость работ по индивидуальному поиску товара сверх заявленного ассортимента на одну позицию;

– стоимость работ на выписку товара из дополнительного ассортимента на одну позицию.

Время на обработку заказа и стоимость отдельных видов работ по обработке заказа у каждой оптовой организации свои, но алгоритм расчета затрат одинаков, он представлен в таблице 1. Допустим, что всю работу по обработке заказа осуществляет один специалист, например менеджер по закупкам, тогда стоимость одного часа работы по всем операциям, необходимым для обработки заказа одинаковая (ЗС).

Таблица 1

Стоимость работ по обработке заказа

Виды работ по обработке заказа клиента	Затраченное время на выполнение работы, час.	Стоимость 1-го часа работы специалиста, руб.	Итого стоимость работы, руб.
Поиск одной позиции в <i>ассортиментном минимуме</i>	$B_1$	<b>ЗС</b>	
Поиск одной позиции в <i>основном ассортименте</i>	$B_2$		
Поиск одной позиции в <i>дополнительном ассортименте</i>	$B_3$		
Подтверждение наличия товара у поставщика и актуальности цены	$B_4$		
Согласование с клиентом результатов поиска	$B_5$		
Выписка клиентского счета	$B_6$		
Итого		-	С

Формула расчета стоимости работ на выписку одной позиции по *дополнительному ассортименту* (С):

$$C = (B_1 + B_2 + B_3 + B_4 + B_5 + B_6) * ЗС$$

Стоимость работ на выписку одной позиции в *общем ассортименте* ( $C_1$ ):

$$C_1 = (B_1 + B_2 + B_4 + B_6) * ЗС$$

Если стоимость работ на выписку по дополнительному ассортименту будет значительно отличаться от стоимости работ на выписку товара в общем ассортименте ( $C - C_1$ ), то оптовая организация может осуществлять данную работу только для VIP-клиентов.

Работать ли с дополнительным ассортиментом или не работать решает каждый оптовик с учетом того, в какой степени товар из дополнительного ассортимента оказывает влияние на финансовое состояние организации. Если оптовая организация делает ставку на максимизацию текущих прибылей, то вряд ли она будет работать с дополнительным ассортиментом. Но при этом

упустит некоторых клиентов, а также возможность закрепиться на дополнительном рынке, что негативно скажется в будущем на финансовом состоянии организации. Может оказаться, что дополнительный ассортимент, закупаемый у сторонних поставщиков, окажется востребованным у нескольких клиентов и впоследствии станет не случайным по отдельным позициям, а прогнозируемым, войдет в основной ассортимент.

После выполнения заказа по товарам дополнительного ассортимента информация о товаре должна структурироваться как по группам товаров, так и внутри групп, систематизироваться, что сделает последующее предложение клиенту этого ассортимента менее затратным. Уменьшение стоимости обработки одной позиции по заказу клиента снижает издержки предприятия и делает его конкурентоспособным.

Последующие шаги по формированию *дополнительного ассортимента* предприятия можно перечислить в следующем порядке:

- ABC-анализ каждого товара дополнительного ассортимента, на выявление часто заказываемых позиций;
- составление списка хитов продаж этих товаров;
- поиск надежных поставщиков на сформированный список товаров;
- работа со списком (наполнение, очищение от дублируемых по свойствам позиций) на ввод товара из этого списка в основной ассортимент для реализации;
- ввод в *основной ассортимент* организации;
- перемещение всех товаров, не вошедших в этот список, в группу «Дополнительный ассортимент», для дальнейшего периодического анализа.

Такой подход к формированию товарного портфеля был успешно реализован в ООО «Максимус» г. Новосибирска. Предприятие уже более десяти лет работает на рынке по снабжению крупных государственных учреждений и коммерческих структур канцелярскими и офисными товарами, осуществляя доставку товара непосредственно до клиента. В арсенале предприятия тридцать основных поставщиков, в т.ч. ключевой поставщик ООО «Самсон-Сибирь» (в каталоге более 12000 SKU), обслуживает 280 оптовых покупателей. В данной оптовой организации поставка сверх заявленного ассортимента осуществляется для всех клиентов, что делает процесс снабжения для клиентов максимально удобным.

Таким образом, включение в товарный портфель дополнительного ассортимента, сверх заявленного организацией способствует максимальному удовлетворению спроса клиентов, формированию позитивного имиджа лояльного поставщика.

#### *Список литературы*

1. Комкова Е. Товарный портфель и управление закупками в рознице / Е. Комкова. – СПб.: Питер, 2008. – 396 с.
2. Жигун Л. А. Менеджмент оптовых организаций: Учебное пособие / Л.А. Жигун. - М.: НИЦ Инфра-М, 2012. - 107 с.

## ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ МЕХАНИЗМА АДРЕСНОЙ ПОМОЩИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ БАНКОВСКИХ КАРТ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

*Л.В. Сушкова, аспирантка*

*Научный руководитель: З.А. Капелюк, д-р экон. наук, профессор  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

Обеспечение устойчивого развития и социальной стабильности особенно актуально для экономики России. Перед федеральным центром и регионами возникает выбор вариантов мер для достижения стратегической цели, в том числе механизма адресной помощи. Эффективная реализация механизма, рассматриваемая в статье, - ключ к повышению спроса на продукцию потребительской кооперации.

**Ключевые слова:** План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности, Стратегия развития торговли, food stamps, потребительская кооперация, факторы развития потребительского рынка, системообразующие организации.

Государственное регулирование – один из основных факторов развития потребительского рынка. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 27 янв. 2015 г. № 98-р утвержден План первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в 2015 году, предусматривающий в качестве ключевого направления компенсацию дополнительных инфляционных издержек отдельным категориям граждан. В свою очередь, в профильных министерствах разрабатываются и иные меры материальной поддержки граждан и стимулирования платежеспособного спроса.

Одной из таких мер является введение в субъектах Российской Федерации адресной продовольственной помощи (разновидности food stamps), обсуждаемое Министерством промышленности и торговли России.

Механизм помощи заключается в следующем. Ежемесячно на банковскую карту перечисляется определенная сумма за счет средств бюджета субъекта Российской Федерации. Ассортимент, на который расходуются денежные средства, ограничен продукцией местных производителей продовольственных товаров. В следующем месяце государство компенсирует лишь потраченную сумму, однако лимит можно увеличить, пополнив счет самостоятельно. Круг продавцов-участников проекта также ограничен: карта обслуживается только в магазинах-партнерах.

Проект планируется реализовать с участием потребительской кооперации. В связи с этим возникает необходимость в многоаспектном понимании такой реализации.

Нами предлагаются следующие дискуссионные особенности реализации механизма адресной помощи с использованием банковских карт в потребительской кооперации и концептуальные позиции по каждому пункту:

**1. Гарантии обслуживания банковских карт.** Каким образом обеспечить бесперебойное функционирование системы приема банковских карт?

Л.П. Наговицина и О.С. Жданова отмечают хороший показатель процессных инноваций в торговой деятельности потребительской кооперации. В число таких инноваций входит внедрение самообслуживания, новых технологий расчета за товары, упаковки, внутренней транспортировки, использование современных терминалов [1, с. 10].

За снятие наличных установлена высокая комиссия. Вместе с тем, не исключено, что некоторые потребители предпочтут обналичить средства на банковской карте и более не пользоваться ею, поскольку, например, проживают вдали от магазинов-партнеров или не доверяют местным товаропроизводителям. Минимизации таких проявлений способствует активное использование конкурентных преимуществ потребительской кооперации.

**2. Проблема расстояний.** Рассмотрим ситуацию, когда семья проживает в отдаленном районе (вдали от магазина-партнера). Чтобы получить весомую поддержку, она должна одномоментно израсходовать все денежные средства на карте, что возможно при наличии собственного автомобиля. (Например, в пригородных районах США, где на протяжении многих лет применяется система безналичной адресной помощи, почти каждая семья имеет возможность на собственном автомобиле добраться до дискаунтера.)

С этим связана реализация адресной помощи на продовольственных рынках потребительской кооперации.

Авторами отмечается отсутствие службы доставки и заказа, парковок, компьютеризации управления подобными рынками [2, с. 5-7].

Это создает трудности в использовании потребителями механизма адресной помощи. По нашему мнению, возможно предоставление информации о ней на таких рынках, в самой системе потребительской кооперации. Реализацию программы в данной системе целесообразно сочетать с внедрением современных форм торговли (Стратегия развития торговли до 2020 года).

**3. Обеспечение спроса на непродовольственные товары потребительской кооперации.** Вариант – периодическое изменение предельной суммы и ассортимента товаров, а также расширение круга магазинов-партнеров.

**4. Взаимосвязь с системой бонусов для пайщиков.** Если адресаты поддержки одновременно являются пайщиками, перед ними встает неявный выбор: или получить бонус потребительской кооперации, или воспользоваться банковской картой. Желательно, чтобы система адресной помощи была органически встроена в систему бонусов потребительской кооперации, в ее учетную систему, т.е. избежать независимой реализации программы по отношению к бонусам. По нашему мнению, система адресной помощи – перспективный механизм привлечения новых пайщиков, если, безусловно, система бонусов будет более эффективной, чем карта. Тем более что потребительская кооперация сталкивается с конкуренцией со стороны торговых сетей.

**5. Создание электронной информационной системы.** Например, подобная система может быть создана как часть сайта Министерства промышленности, торговли и развития предпринимательства региона (Новосибирской области). Принцип построения системы: помимо информации, находящейся в открытом доступе, возможен вход посредством индивидуального пароля, функционирует подсистема межведомственного электронного взаимодействия.

В такой системе (в той или другой части) нами предлагается отразить:

- порядок и условия приобретения статуса участника программы (в т.ч. посредством заполнения формы на сайте) и получения банковской карты;
- реестр участников программы адресной продовольственной помощи;
- ассортимент товаров;
- список магазинов-партнеров, их адреса и сайты;
- ссылку для загрузки мобильного приложения;
- дополнительные преимущества потребительской кооперации;
- полную информацию о банке, обслуживающем карту, и его офисах, в т.ч. в сельских территориях;
- перечень банкоматов, условия снятия наличных и пополнения карты;
- сведения о возможности перечисления на карту («единую расчетную карту») средств из других источников финансирования (например, единовременной выплаты за счет средств материнского (семейного) капитала). Использование нескольких банковских (иногда и дисконтных) карт (сертификатов) крайне неудобно для тех, кто предпочитает безналичную форму расчетов;
- уведомление о возможном изменении условий адресной продовольственной помощи, в том числе срока действия программы / карты, ответственность за нарушение условий программы;
- рубрика «Обратная связь» и др.

Для электронного заказа в информационной системе желательно предусмотреть ссылки на сайты магазинов-партнеров, значительно упрощающие систему расчетов.

Представляется, что некоторые пункты перечня рационально отразить в виде мобильного приложения с навигацией, доступного на сайте.

Немаловажно, что Правительство Новосибирской области утвердило программу «Развитие инфраструктуры информационного общества Новосибирской области на 2015-2020 годы»: реализации концепции адресной помощи в немалой степени способствует создание информационных систем.

**6. Сочетание с фьючерсными договорами.** Сумма на карте может быть израсходована и на «фьючерс» - будущую продукцию сельхозпроизводителей.

Так, в Ульяновске реализуется проект фьючерсных договоров. Цена сертификата – 2,5 тыс. рублей. По сертификату предусмотрена доставка 200 кг овощей, средняя стоимость килограмма – 12,5 рубля. Заключить фьючерсный договор можно до конца апреля, доставка заказа осуществляется с 15 сентября. В договоре, который предприятие заключает с каждым покупателем, прописана ответственность за неисполнение обязательств [4].

**7. Переход потребительской кооперации на безналичную форму расчетов с потребителями.** Представляется, что бонусная система может быть интегрирована в электронную безналичную систему расчетов, концептуально изменено взаимодействие с пайщиками в потребительской кооперации.

Поскольку индексация сумм на карте не осуществляется, а срок действия программы ограничен, создается система мотивации пополнения счета потребителем. Этому способствуют и обстоятельства, отраженные в предыдущих пунктах.

В перспективе можно прогнозировать переход к интенсивному использованию безналичной формы расчетов по всем направлениям деятельности потребительской кооперации, что в долгосрочном периоде предполагает принятие взаимосвязанных федеральных и региональных программ развития потребительской кооперации, выстраивание системы взаимоотношений с (уполномоченными) банками, (индивидуальными) предпринимателями, а также с мобильными операторами.

В Новосибирской области условием для этого выступает сохранение банковских офисов в сельских районах, чему призваны способствовать финансовые ассигнования в рамках Плана первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности, а также мероприятия одноименного регионального Плана.

В целях реализации данных документов создана Межведомственная комиссия по мониторингу финансово-экономического состояния системообразующих организаций, в компетенцию которой входит оперативное рассмотрение финансово-экономического положения организаций и разработка мер для его стабилизации и оздоровления. В состав комиссии под руководством заместителя Губернатора Новосибирской области входят представители областных министерств: промышленности, торговли и развития предпринимательства; строительства; сельского хозяйства; транспорта и дорожного хозяйства; финансов и налоговой политики; труда, занятости и трудовых ресурсов. В ее работе будут участвовать представители межрегиональной ассоциации руководителей предприятий, мэрии Новосибирска и банковского сообщества [3].

По нашему мнению, для успешной реализации проекта адресной помощи целесообразно его включение в число федеральных инициатив. При корреляции с региональными мерами поддержки и те, и другие способны сохранить и упрочить свое значение для потребителей и потребительской кооперации. Посредством федеральной инициативы немаловажно охватить проектом всю систему потребительской кооперации, а также обеспечить действие карты не только в регионе выдачи, но и в других регионах России.

#### *Список литературы*

1. *Наговицина Л.П., Жданова О.С.* Инновационный потенциал потребительской кооперации, возможности его реализации на примере Ордынского райпо Новосибирской области // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2014. - № 2. – С. 9-15.

2. *Наговицина Л.П., Юданова А.А.* Продовольственные рынки потребительской кооперации и перспективы их развития // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2014. - № 2. – С.3-8.
3. Финансово неустойчивыми предприятиями займется специальная комиссия // Российская газета. – 2015. - № 28. – 12 февраля.
4. *Чернышева В.* Цена гарантирована // Российская газета. – 2015. - № 25. – 9 февраля.

**УДК 338.439**

## **К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В СИСТЕМЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГИОНА**

*Л.Е. Тезина, аспирант*

*Научный руководитель: Л.И. Зинина, д.э.н., профессор*  
Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, г. Саранск

На сегодняшний день эффективному развитию сельского хозяйства уделяется особое внимание. Традиционно Республика Мордовия считается аграрным регионом, что позволяет говорить о развитом сельском хозяйстве и отраслях промышленности, занятых переработкой сельскохозяйственной продукции. В статье рассмотрено состояние производства сельскохозяйственной продукции с помощью статистических методов. Дается оценка его развития и место Мордовии среди регионов Приволжского федерального округа.

**Ключевые слова:** сельскохозяйственная продукция, урожайность, продуктивность.

Актуализация проблемы продовольственного обеспечения обуславливает необходимость рассмотрения вопросов организации территориальной агропродовольственной системы и разработки инновационной стратегии её развития на различные временные периоды. В последние годы постановка задач оптимизации и стратегического развития системы продовольственного обеспечения на уровне регионов, территорий, областей привлекает внимание исследователей.

Следует рассмотреть стратегию развития продовольственной системы как программу целенаправленной инновационной деятельности по созданию и реализации организационно-экономического механизма, позволяющего воздействовать на процессы производства, обмена и продвижения сельскохозяйственной продукции и продовольствия и обеспечивающего достижение их конкурентоспособного состояния по основным критериям [1].

Мы считаем, что в связи с этим целесообразно рассмотреть современные тенденции развития сельскохозяйственного производства как основной составляющей системы продовольственного обеспечения.

Экономическое состояние сельского хозяйства является объектом особого внимания как со стороны федеральных, региональных органов власти, так и органов местного самоуправления. Намечившиеся за последние десятилетия тен-

денции сокращения посевных площадей под сельскохозяйственными культурами, снижения поголовья скота и производства сельхозпродукции вызывали особую тревогу, так как уровень развития сельского хозяйства во многом определяет качество жизни граждан, продовольственную безопасность страны. Именно поэтому обеспечение его устойчивого функционирования является одним из приоритетных направлений государственной политики.

На территории Мордовии в 26 тыс. кв. километров с населением более 800 тыс. человек, удельный вес сельских жителей составляет 40%. Агропромышленный комплекс региона производит 13% валового регионального продукта и обеспечивает занятость 20% населения. В связи с этим для дальнейшего развития региона необходимо особое внимание уделять её аграрному сектору [2].

Характеризуя аграрный сектор Республики Мордовия, необходимо отметить, что на конец 2013 года в регионе функционировало 70 сельскохозяйственных организаций, 54 из них (77,1%) по данным финансовой отчетности относятся к прибыльным хозяйствам. Уровень рентабельности продукции сельского хозяйства составил 6,1%, причем по продукции растениеводства зафиксирован уровень рентабельности 5,4%, а по продукции животноводства – 6,4% [3].

Для более четкого представления о производстве основных видов сельскохозяйственной продукции обратимся к таблице 1.

По данным таблицы 1 можно сделать вывод о том, что за последний исследуемый год по сравнению с началом анализируемого периода наблюдается снижение производства почти всех видов продукции растениеводства, причем самое значительное снижение отмечено по производству зерновых и зернобобовых культур (на 35,1%). Производство кормовых корнеплодов, картофеля, кукурузы, многолетних трав и овощей сократилось в 2013 году по сравнению с 2009 годом соответственно на 28,1%, 21,6%, 18,9%, 11,9% и 6,6%. Производство плодов и ягод в 2013 году выросло по сравнению с началом периода на 1,4%. Самый значительный рост отмечается по производству сахарной свеклы – в 2013 году оно увеличилось более чем на 60% по сравнению с 2009 годом.

*Таблица 1*

Производство основных видов сельскохозяйственной продукции  
в Республике Мордовия в 2009–2013 гг.  
(в хозяйствах всех категорий; тысяч тонн)

Вид продукции	2009	2010	2011	2012	2013
1	2	3	4	5	6
Растениеводство					
Зерновые и зернобобовые культуры	1308,4	292,1	1034,6	797,1	849,1
Сахарная свекла	511,2	197,3	856,1	985,5	838,5
Картофель	360,2	91,9	296,9	321,9	282,4

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6
Овощи - всего	91,1	69,9	85,8	91,9	85,1
Кормовые корнеплоды	33,8	14,6	28,9	25,3	24,3
Многолетние травы на сено	149,8	53,9	146,9	113,4	132,0
Кукуруза на силос, зеленый корм и сенаж	824,4	108,0	1315,8	743,4	668,6
Плоды и ягоды	21,4	11,1	20,2	22,1	21,7
Животноводство					
Скот и птица (в живом весе)	112,7	121,9	132,1	145,0	172,2
Молоко всех видов	440,4	458,1	475,8	467,5	452,0
Яйца, млн. штук	942,2	1077,5	1265,9	1323,5	1329,2
Шерсть, тонн	49,0	50,0	34,0	37,0	40,0

Ситуация в области производства продукции животноводства характеризуется противоположной динамикой. По всем видам продукции, за исключением шерсти, где производство ежегодно сокращалось на 4,9% и составило в 2013 году 40 тонн, наблюдается рост показателя, при этом производство скота и птицы в последнем анализируемом году достигло своего максимального значения, превысив уровень 2009 года на 52,8%. Производство молока в республике в 2013 году сократилось по сравнению с предыдущим периодом (на 3,3%), однако выросло по сравнению с 2009 годом (на 2,6%). Производство яиц ежегодно увеличивалось на 9,0%. Несмотря на негативную динамику в сфере растениеводства, ситуация в области животноводства в целом остаётся положительной.

Для характеристики эффективности развития растениеводства проанализируем данные, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Урожайность сельскохозяйственных культур за 2009–2013 гг.  
(в хозяйствах всех категорий; центнеров с одного гектара посевной площади)

Вид культуры	2009	2010	2011	2012	2013
Зерновые и зернобобовые культуры	29,6	6,8	23,3	18,7	19,0
Сахарная свекла	384,5	108,2	379,0	453,4	408,8
Картофель	141,4	36,6	123,1	135,4	125,1
Овощи	130,0	86,9	115,6	127,8	115,5
Кормовые корнеплоды	253,7	115,4	257,5	253,0	254,1
Кукуруза на силос, зеленый корм	280,3	36,7	263,4	221,2	214,1
Многолетние травы (сено)	24,6	18,9	25,8	21,2	22,2
Плоды и ягоды	50,7	27,2	49,3	59,6	62,6

Официальная статистическая информация из таблицы 2 свидетельствует о том, что по многим сельскохозяйственным культурам наблюдается снижение уровня урожайности. И если данный показатель для многолетних трав за

рассматриваемый период сократился на 9,8%, то урожайность зерновых, снизившаяся в 2013 году по сравнению с 2009 годом на 35,8%, характеризует ситуацию в сфере растениеводства как тревожную и требующую принятия срочных мер. Но, несмотря на это, в рейтинге регионов Приволжского федерального округа Республика Мордовия занимает 2 место по урожайности зерновых, уступая лишь Пензенской области, где аналогичный показатель составляет 20,8 центнеров с гектара посевной площади. Данные таблицы 2 позволяют сделать вывод о том, что урожайность картофеля и овощей в анализируемом периоде сократилась более чем на 10%, а кукурузы – более чем на 20%, при этом по урожайности картофеля и овощей в рейтинге субъектов ПФО Мордовия занимает лишь 11 и 14 место соответственно. К положительным моментам можно отнести рост исследуемого показателя по таким видам продукции, как сахарная свекла (на 6,3%) и плоды и ягоды (на 23,4%). Кроме того, по урожайности свеклы республика находится на 2 месте среди субъектов ПФО, уступая лишь Саратовской области (431,7 центнеров с гектара посевной площади).

Для оценки уровня продуктивности в сфере животноводства обратимся к данным таблицы 3.

По данным таблицы 3 можно сделать вывод о том, что и в области животноводства назрели определённые трудности. Так, ежегодно средняя годовая яйценоскость кур-несушек сокращалась и составила в 2013 году 307 шт., снизившись по сравнению с 2009 годом на 1,3%. Среди регионов ПФО Мордовия занимает пятое место по данному показателю. К тройке лидеров относятся Удмуртская Республика (339 шт.), Кировская область (327 шт.) и Нижегородская область (320 шт.). Динамика среднего настрига шерсти с одной овцы крайне неоднозначна: обозначились две противоположные тенденции. За период с 2009 г. по 2011 г. наблюдается резкое сокращение анализируемого показателя до минимального значения (0,1 кг), а затем отмечается значительный рост до 0,6 кг в 2013 году, однако данное значение серьёзно уступает аналогичному показателю на начало изучаемого периода (более чем на 50%).

*Таблица 3*

Продуктивность скота и птицы в сельскохозяйственных организациях  
Республики Мордовия в 2009–2013 гг. (килограммов)

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013
Надой молока на одну корову	4260	4605	4738	4992	5057
Средняя годовая яйценоскость кур-несушек, шт.	311	311	310	310	307
Средний настриг шерсти с одной овцы	1,3	0,7	0,1	0,7	0,6

Необходимо отметить, что надой молока на одну корову имеет тенденцию к росту в 2009 – 2013 гг. Ежегодно данный показатель увеличивался на 4,4% и составил 5057 кг в 2013 году. В рейтинге субъектов ПФО по надою

молока на одну корову регион занимает 6 место, уступая Кировской области (6156 кг), Республике Марий Эл (5413 кг), Нижегородской области (5345 кг) и т.д. [4].

Таким образом, несмотря на то, что в сфере аграрного сектора Республики Мордовия отмечен ряд положительных моментов, остаются нерешёнными многие проблемы. Анализ статистической информации показал, что производство продукции растениеводства ежегодно сокращается. Кроме того, наблюдается негативная динамика урожайности основных видов продукции растениеводства. Несмотря на многочисленные трудности ведения личного подсобного хозяйства, физическую тяжесть труда, общее старение населения, особенно в сельской местности, интерес к личному подворью в Республике Мордовия не пропадает. Личные подсобные хозяйства населения являются одним из источников пополнения продовольственного фонда и улучшения обеспечения граждан продуктами питания. Сокращение продукции растениеводства и животноводства у населения обусловлено не только уменьшением общей численности сельского населения, но и прошедшим за последние годы изменением его возрастного состава - сокращением численности трудоспособного населения и ростом категории людей пенсионного возраста, которые отказываются от большого размера приусадебного участка.

Несмотря на то, что производство продукции животноводства по большинству его видам выросло, его продуктивность снизилась и в рейтинге регионов ПФО занимает срединные позиции.

Для увеличения объемов производства продукции в хозяйствах населения необходима постоянная государственная поддержка путем выдачи субсидий, предоставления льготных кредитов, установления гарантированных цен на выращиваемую продукцию. Сельскохозяйственные организации должны оказывать помощь в сбыте и переработке продукции, транспортном обслуживании, ветеринарии, семеноводстве. Лишь при поддержке государственных структур и эффективном сотрудничестве органов власти и сельскохозяйственных предприятий можно достигнуть интенсивного развития аграрного сектора Республики Мордовия и, следовательно, обеспечить продовольственную безопасность и повысить уровень и качество жизни населения региона.

#### *Список литературы*

1. Зинина Л.И. Агропродовольственная система региона: инновационная стратегия // Проблемы теории и практики управления. – М.: Издательство ООО «Международная Медиа Группа», 2013. – № 5. – С. 82-86.
2. Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Мордовия – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://http://agro.e-mordovia.ru//>
3. Сельское хозяйство Республики Мордовия: Стат. сборник / Мордовиястат. – Саранск, 2014. – 33 с.
4. Сельскохозяйственная деятельность хозяйств населения Республики Мордовия: Стат. сборник / Мордовиястат. – Саранск, 2014. – 24 с.

## ДЕПОЗИТЫ НАСЕЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

*А.К. Тусаева, канд.экон.наук, доцент*

Новый экономический университет, г.Алматы

В статье рассматривается анализ депозитного рынка Республики Казахстан и факторы влияния на инвестиционные предпочтения населения. Исследуется фактор популярности данного инструмента по сравнению с другими инструментами финансового рынка. Также, в статье уделено внимание к валютным предпочтениям по вкладам физических лиц.

**Ключевые слова:** Вклады населения, факторы популярности депозита у населения, текущее состояние депозитного рынка, валютные предпочтения по вкладам.

На сегодняшний день финансовые институты и посредники предлагают населению широкий спектр финансовых инструментов на финансовом рынке. Так сложилось, что лидирующая позиция среди всех инструментов финансового рынка приходится на банковские вклады. К популярности депозита на отечественном рынке можно отнести следующие основные факторы – исторический фактор, государственная гарантия сохранности депозитов и отсутствие конкуренции к банковским вкладам.

*Исторический фактор.* Исторические предпосылки, зарождение, формирование банковской системы приходится до получения государством независимости. На формирование и развитие банковской системы Республики Казахстан приходится несколько десятков лет. Поэтому пользование услугами банка, в том числе вложение в депозит считается обычным явлением.

*Государственная гарантия вкладов.* Ключевым фактором всеобщего интереса к данному инструменту влияет его сохранность в любом случае. Так, в республике существует Фонд гарантирования вкладов депозитов физических лиц, участниками которого являются все банки второго уровня. Данный фактор повышает конкурентное преимущество депозитов, который надежно противодействует страхам во время экономических спадов в экономике.

*Отсутствие конкуренции.* На монопольное положение банковских вкладов влияет не развитость других инструментов финансового рынка. Альтернативой депозитам считаются ценные бумаги и паи инвестиционных фондов. Казахстанский рынок ценных бумаг проходит этапы активизации, однако операции с ценными бумагами до сих пор занимают невесомую долю среди частных инвесторов.

Основная площадка торгов акций и корпоративных облигация является Казахстанская фондовая биржа. По акциям 77 эмитентов с 98 инструментами (простые и привилегированные акции) прошли листинг, однако основные торги приходятся на долю 6 компаний эмитентов.

Пессимистическая картина наблюдается также на рынке паевых инвестиционных фондов (таблица 1). Если банковская ставка по тенговым depo-

зита составляет 10% годовых, то прирост пая на 4% не вдохновляет инвесторов вкладывать в этот рискованный инструмент. В данном случае, на наш взгляд, несопоставимость доходности к уровню риска будет в дальнейшем отталкивать инвесторов от покупки данного инструмента.

Таблица 1

Рэнкинг Паевых инвестиционных фондов за 2014 год

№ п/п	Название фонда	Название УК	Пай на 31.12.13	Пай на 31.01.14	Прирост, %
1	ЦентрКредит - Разумный баланс	BCC Invest	1,87	1,95	<b>4,08</b>
2	Фонд еврооблигаций	Сентрас Секьюритиз	868458,4	895683,9	<b>3,13</b>
3	АСЫЛ-ЭКСПЕРТ	АСЫЛ-ИНВЕСТ	1588,44	1625,87	<b>2,36</b>
4	Казначейство	Сентрас Секьюритиз	289488,8 3	293528,01	<b>1,4</b>
5	Даму Инвест	ОРДА Капитал	15828,19	15928,74	<b>0,64</b>
6	Фаворит	REAL ASSET MANAGEMENT	345993,7 2	345684,35	<b>-0,09</b>

В Казахстане функционируют 38 банков второго уровня, но ситуация по депозитной базе выглядит неравномерным распределением, о чем свидетельствует таблица 2.

На рэнкинг банка влияет репутация банка, его история и филиальная сеть по республике. Народный банк Казахстана и Казкоммерцбанк имеют самую разветвленную сеть по стране, а также отличную репутацию среди населения, что сказывается на спросе населения к продуктам банков. На два больших конгломератов приходится 36,13% удельного веса депозитной базы.

Таблица 2

Рэнкинг банков по вкладам физических лиц

№	Название банков	Удельный вес, в%
1.	Народный банк Казахстана	20,38
2.	Казкоммерцбанк	15,75
3.	Kaspi Bank	9,36
4.	Банк центр кредит	7,51
5.	Сбербанк России (Казахстан)	6,74
6.	БТА банк	6,35
7.	Цесна банк	6,13
8.	Жилстройсбербанк	5,62
9.	АТФбанк	5,28
10.	Евразийский банк	3,78
11.	другие банки	13,1
	Итого	100,00

Вклады населения в республике на 01.01.2015 года составляют 4442,5 млрд.тенге. В таблице 3 приведен анализ по срочным вкладам физических лиц. Для проведения анализа мы исключили вклады до востребования и условные вклады, так как срочные вклады показывают нам реальную картину.

Таблица 3

Сравнительный анализ по срочным вкладам физических лиц  
с 2013 по 2015 годы

Наименование	01.01. 2013	Доля, %	01.01. 2014	Доля, %	Темп прироста к 2013 году, %	01.01. 2015	Темп прироста к 2014 году, %	Доля, %
Срочные вклады физических лиц, млрд.тг	2974,4	100	3301,6	100	11,00	3727,8	12,91	100
в т.ч. в иностранной валюте, млрд.тг.	1276,9	42,93	1608,7	48,72	25,98	2774,2	72,45	74,42
в т.ч. в национальной валюте, млрд.тг.	1697,5	57,07	1692,9	51,28	-0,27	953,6	-43,67	25,58

За последние 3 года наблюдается повышающий тренд депозитов населения в банках второго уровня. Если в 2014 году прирост составил 11%, то в текущем году данный показатель составил 12,91%, превышая на 1,91 пунктов по сравнению с предыдущим показателем.

Рисунок 1 показывает нам ситуацию по валютным предпочтениям.

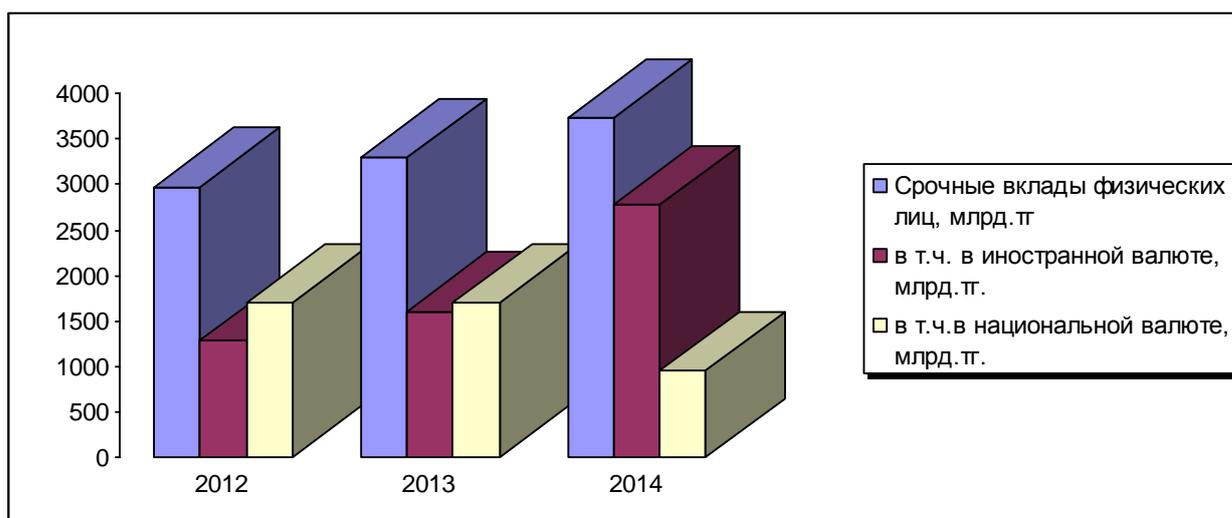


Рис. 1. Анализ срочных вкладов населения по валюте за 2012–2014 гг.

За 2012 и 2013 годы срочные вклады населения по национальной валюте превышал уровня по депозитам в иностранной валюте. Однако девальвация в 2014 году повлияла на инвестиционные предпочтению людей, и вклады в иностранной валюте превысил уровень тенговых вкладов.

Несмотря на высокое предложение вознаграждений по тенговым депозитам, как показано в рисунке 2, спрос на вклады в иностранной валюте имеют прогрессирующий тренд.

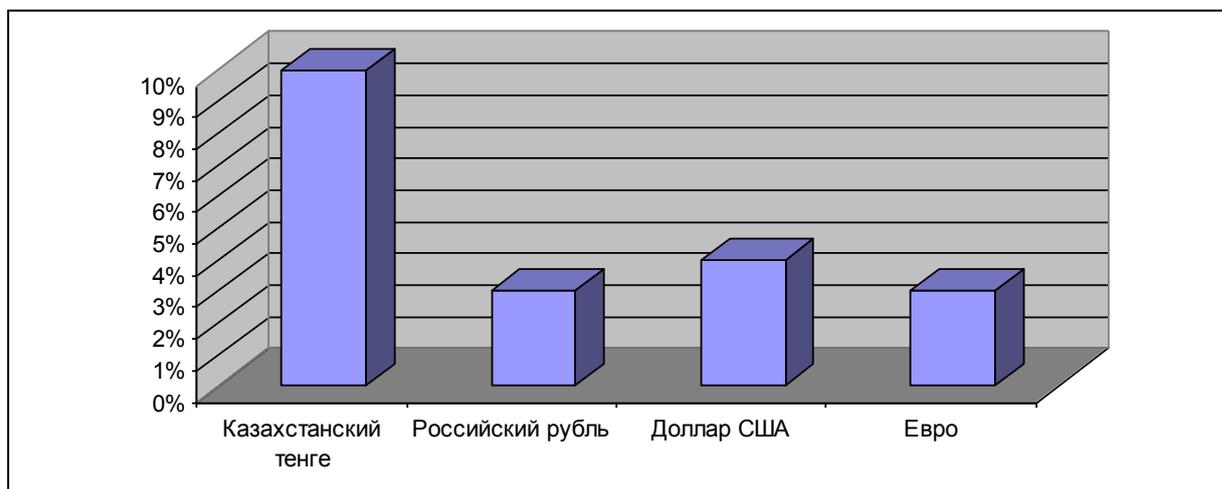


Рис. 2. Процентная ставка банков по вкладам для физических лиц

Самая высокая номинальная ставка по срочным вкладам для физических лиц начисляются по вкладам в тенге. Самые привлекательные ставки для вкладов в евро и российского рубля составили в размере 3%. По вкладам в американской валюте процентное вознаграждение составило 4%.

Проведенный анализ доказывает нам, что годовая ставка по депозитам не влияет существенную роль в инвестиционных предпочтениях инвесторов.

Девальвация в феврале 2014 года изменила предпочтения инвесторов, уступая депозитам в иностранной валюте. Изменения валютного курса за последний год приведены в таблице 4.

Таблица 4

Валютный курс иностранных валют по отношению к тенге

Дата	USD/ KZT	EUR/KZT	RUR/KZT
1	2	4	4
3.02.2014	155,5	210,75	4,44
<b>12.02.2014</b>	<b>163,9</b>	<b>224,07</b>	<b>4,71</b>
<b>13.02.2014</b>	<b>184,5</b>	<b>251,57</b>	<b>5,31</b>
03.03.2014	184,08	252,5	5,09
01.04.2014	182,06	250,21	5,11
05.05.2014	182,02	252,46	5,08
02.06.2014	183,5	249,73	5,28
01.07.2014	183,52	250,6	5,4
01.08.2014	183,28	245,41	5,16

1	2	3	4
02.09.2014	182	239,82	4,94
01.10.2014	181,9	229,74	4,62
03.11.2014	180,87	227,37	4,28
02.12.2014	180,87	225,02	3,66
05.01.2015	182,35	221,59	3,13
02.02.2015	184,45	209,18	2,66
<i>Абсолютный прирост, пункт</i>	28,95	-1,57	-1,78
<i>Прирост, в %</i>	18,61%	-0,74%	-40,09%

Из-за падения цены на нефть валютный курс американского доллара по отношению к тенге повысился на 18,61% по сравнению с прошлым годом.

Проведенный анализ депозитного рынка доказывает нам, что спрос на банковские вклады имеет положительную тенденцию, и слухи о предстоящем кризисе не отталкивают инвесторов от сбережений в банках. Однако девальвация тенге в предыдущем году отразилась на валютном предпочтении инвесторов – все больше инвесторы вкладывают денежные средства в иностранной валюте. Данное явление возможно будет продолжаться в текущем году, что обострит ситуацию на валютном рынке. Для стабилизации данного эффекта государству потребуются совмещать монетарные и фискальные инструменты, что позволит решить данную проблему.

#### *Список литературы*

1. Отчет Национального банка Республики Казахстан о текущем состоянии банковского сектора // [www.nationalbank.kz](http://www.nationalbank.kz)
2. Информационный портал о личных инвестициях и финансах // [www.investfunds.kz](http://www.investfunds.kz)
3. Данные Казахстанской фондовой биржи // [www.kase.kz](http://www.kase.kz)

**УДК 330.322.012**

## **АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ, ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ И ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ**

*Д.З. Убонова, экономист*

Отдел региональных экономических исследований  
Бурятского научного центра СО РАН, г. Улан-Удэ

В статье проведен анализ факторов, определяющих инвестиционную привлекательность субъектов Российской Федерации, расположенных в Байкальском регионе. Дана оценка инвестиционного потенциала и инвестиционного риска регионов.

**Ключевые слова:** регионы России, инвестиционный потенциал, инвестиционные риски, инвестиционный климат.

Создание максимально благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности, является одной из важнейших задач региональ-

ной экономической политики. Инвесторы, выбирая регион для вложения своих средств, оценивают инвестиционную привлекательность территории, характеризующую инвестиционным потенциалом и уровнем инвестиционного риска.

В сложившихся условиях между субъектами Российской Федерации возникла конкуренция за привлечение предпринимателей, выражающаяся в предоставлении наилучших условий хозяйствования. В наиболее сложном положении оказались Республика Бурятия, Иркутская область и Забайкальский край, составляющие вместе Байкальский регион. С одной стороны, эти субъекты РФ характеризуются значительной удаленностью как от центральной части страны, в которой сосредоточен основной экономический потенциал, а также от тихоокеанских портов России. С другой стороны, в отличие от регионов Дальнего Востока, в отношении которых осуществляется государственная политика ускоренного развития, включая создание отдельного министерства, специальных законов, государственных программ, в Байкальском регионе этого нет [1].

Республика Бурятия, Иркутская область и Забайкальский край являются достаточно крупными регионами России по занимаемой площади. На них приходится более 9% территории Российской Федерации - 2,1%, 4,5% и 2,5% соответственно [2]. Вместе с тем доля этих регионов в общероссийских основных социально-экономических показателях, определяющих инвестиционную привлекательность, незначительна (см. табл.1).

*Таблица 1*

Удельный вес Республики Бурятия, Иркутской области и Забайкальского края в общероссийских основных социально-экономических показателях, % [2]

№	Наименование показателя	Республика Бурятия		Иркутская область		Забайкальский край	
		2004 г.	2013 г.	2004 г.	2013 г.	2004 г.	2013 г.
1	Среднегодовая численность занятых в экономике	0,6	0,6	1,7	1,7	0,7	0,7
2	Валовой региональный продукт*	0,4	0,3	1,5	1,5	0,5	0,5
3	Основные фонды в экономике	0,6	0,4	1,6	1,5	0,7	0,6
4	Оборот розничной торговли	0,5	0,55	1,5	1,13	0,6	0,54
5	Поступление налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации	0,2	0,19	1,0	1,26	0,4	0,24
6	Инвестиции в основной капитал	0,3	0,3	0,9	1,3	0,5	0,4
7	Экспорт	0,2	0,2	2,0	1,6	0,0	0,1

\* Данные за 2003 г. и 2012 г.

В целом, за период с 2004 по 2013 гг. инвестиционная привлекательность Байкальского региона, оцениваемая по данным Росстата, по большинству показателей не повысилась. Так, в Забайкальском крае ухудшились значения по 4 из 7 показателей. В Республике Бурятия и Иркутской области произошло снижение доли регионов по трем показателям. По всем трем субъектам РФ произошло уменьшение удельного веса регионов по основным фондам в экономике, а в Республике Бурятия ухудшилось значение интегрального показателя экономики – валового регионального продукта.

Для качественной оценки изменения инвестиционной привлекательности регионов автором были использованы данные аналитического исследования "Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России", проводимого рейтинговым агентством «Эксперт РА» [3,4]. Субъекты РФ были распределены по 5 группам инвестиционного потенциала (высокий, средний, пониженный, незначительный, низкий) и 4 категориям инвестиционного риска (минимальный, умеренный, высокий, экстремальный).

В Иркутской области за последние 10 лет инвестиционный климат не изменился. Данный регион продолжает характеризоваться средним инвестиционным потенциалом и умеренным инвестиционным риском. В Республике Бурятия и в Забайкальском крае повысился инвестиционный потенциал региона – с незначительного до пониженного. Вместе с тем сохранилось их отставание от Иркутской области по уровню инвестиционного риска.

По всем 3 регионам произошло увеличение доли общероссийском инвестиционном потенциале (см. табл.2). Наибольший прирост (в 1,5 раза) произошел в Республике Бурятия. В Иркутской области значение показателя увеличилось на 8 %, а в Забайкальском крае – на 20 %.

Таблица 2

Оценка инвестиционного климата в Республике Бурятия, Иркутской области и Забайкальском крае

№	Наименование показателя	Республика Бурятия		Иркутская область		Забайкальский край	
		2004/2005	2014	2004/2005	2014	2004/2005	2014
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Доля региона в общероссийском инвестиционном потенциале, %	0,454	0,683	1,365	1,476	0,557	0,671
2	Ранги частных потенциалов - составляющих инвестиционного потенциала						
2.1	Трудовой	62	55	15	21	61	64
2.2	Потребительский	57	57	17	23	52	50
2.3	Производственный	64	66	18	18	68	64
2.4	Финансовый	59	59	18	15	51	54
2.5	Институциональный	60	62	28	20	65	63
2.6	Инновационный	66	66	32	19	65	70

1	2	3	4	5	6	7	8
2.7	Инфраструктурный	74	70	73	73	69	70
2.8	Природно-ресурсный	15	10	7	7	11	9
2.9	Туристический	41	14	35	13	58	39
3	Ранги рисков - составляющих инвестиционного риска						
3.1	Социальный	81	72	35	63	75	73
3.2	Экономический	17	25	31	28	81	69
3.3	Финансовый	57	67	31	12	47	63
3.4	Криминальный	61	38	76	47	62	80
3.5	Экологический	50	67	78	72	61	74

Следует отметить высокую степень дифференциации регионов по составляющим инвестиционного потенциала. Практически по всем видам инвестиционного потенциала Иркутская область значительно опережает два других региона.

По 5 из 9 показателей Иркутская область находится среди 20 наилучших субъектов РФ, а Республика Бурятия и Забайкальский край занимают 50-60-е места. Исключение составляет лишь природно-ресурсный потенциал, по которому все 3 региона находятся в группе высокорейтинговых субъектов России, а также инфраструктурный потенциал, по которому, напротив, эти субъекты РФ находятся в числе аутсайдеров.

По Республике Бурятия и Иркутской области улучшились рейтинги по четырем из девяти составляющим инвестиционного потенциала, по двум произошло ухудшение, а по трем показатели остались неизменными. В Забайкальском крае улучшение произошло по пяти рейтингам, а по четырем положение ухудшилось. Следует отметить значительное повышение рейтингов по туристическому потенциалу по всем 3 регионам, что связано, на наш взгляд, с созданием особых экономических зон туристско-рекреационного типа в Республике Бурятия и Иркутской области, а также со значительным развитием выездного туризма в Китай в Забайкальском крае.

Относительно инвестиционного риска динамика изменений в субъектах РФ Байкальского региона в существенно отличалась. В Иркутской области произошло улучшение по 4 из 5 рейтингов. Значительно хуже сложилась ситуация в Забайкальском регионе, включающем Республику Бурятия и Забайкальский край, в которых улучшились лишь 2 рейтинга.

В целом можно сделать вывод об увеличении разрыва в инвестиционной привлекательности между Иркутской областью, обладающей достаточным инвестиционным потенциалом, и Республикой Бурятия и регионами Забайкалья. Сложившиеся тенденции в условиях обостряющегося в России финансового кризиса определяют необходимость принятия специальных мер по повышению инвестиционной привлекательности Республики Бурятия и Забайкальского региона.

### *Список литературы*

1. Указ Президента РФ от 21.05.2012 № 636 "О структуре федеральных органов исполнительной власти".
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2014: Р32 Стат. сб. / Росстат. – М., 2014. – 900 с.
3. Распределение российских регионов по рейтингу инвестиционного климата в 2004-2005гг./ [http://www.raexpert.ru/rankingtable/region\\_climat/2005/distribution/](http://www.raexpert.ru/rankingtable/region_climat/2005/distribution/)
4. Распределение российских регионов по рейтингу инвестиционного климата в 2014 году [http://raexpert.ru/rankingtable/region\\_climat/2014/tab01/](http://raexpert.ru/rankingtable/region_climat/2014/tab01/)

**УДК 339.13.017**

## **АНАЛИЗ РЫНКА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В РФ**

*Г.Р. Хоснуллина, студент*

*Научный руководитель: Лысанов Д. М., канд. техн. наук, доцент  
Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Набережные Челны*

Активный рост рынка мобильных устройств способствует росту другого молодого рынка - мобильных приложений. В ближайшие годы этот сегмент обещает стать одним из наиболее прибыльных и привлекательных для инвесторов.

**Ключевые слова:** мобильное приложение, развитие, рост цен.

На сегодняшний день мобильные приложения находятся на пике своей популярности. Количество разработчиков мобильных приложений увеличивается, число доступных приложений растет, а также и число их загрузок. Все больше компаний заинтересованы в разработке своего приложения, которое поможет им добиться успеха в своей отрасли и обойти конкурентов.

Мобильные приложения стали одним из главных трендов в развитии информационных технологий. Если в 2008 г., в год запуска App Stores, рынок мобильных приложений только формировался, то к настоящему времени уже вступил в фазу активного роста. Мобильные приложения – это программные продукты, разработанные специально для мобильных устройств, смартфонов, планшетных компьютеров или других. Мобильные приложения распространяются через магазины приложений: Apple App Store, Google Play, Windows Phone Store, BlackBerry App World и др. Мобильные приложения помогают решать различные прикладные задачи: от мобильной картографии и приема электронной почты до узкоспециализированных функций. Они призваны облегчить жизнь пользователей мобильных устройств, а также ее разнообразить. Обзор мирового рынка. Объем и динамика рынка мобильных приложений.

К концу 2013 года 93% всего рынка мобильных телефонов приходится на смартфоны с операционными системами Android и iOS. У каждого пятого

российского пользователя есть iPhone, у каждого второго – Android. Статистики за последние 3 года:

- Продано 500 000 000 телефонов на системе Android
- Продано 300 000 000 iPhone
- Загружено 20 000 000 000 приложений посредством обеих систем

За последние 2 года количество Интернет-запросов с мобильных устройств увеличилось в 5 раз.

Проблемы, которые Россия испытывает из-за санкций и низких цен на нефть, проявляются во всех сферах ее экономики. Даже тем компаниям, которые работают на очень динамичных рынках (например, разрабатывают мобильные приложения), приходится корректировать свои планы.

Но по статистике резкого падения спроса на мобильные приложения в России не будет — основная масса приложений находится в низкой ценовой категории (\$1–\$3), поэтому даже двукратный рост цен не способен оказать заметного влияния на бюджет пользователей. Рост пиратства возможен среди малообеспеченных потребителей, для которых 100–300 рублей в месяц — серьезная сумма; но таких меньшинство. до 9,1 млн.

Разработчики адаптируются: фриимиум, скидки, упор на Android

Эффект возможного дальнейшего падения курса рубля к доллару для покупателей мобильных приложений будет смягчен по нескольким причинам. Во-первых, основная для России платформа — Android, а в Google Play цены можно устанавливать отдельно для каждой страны. (В App Store цены на приложения фактически привязаны к долларовой.) Во-вторых, российские разработчики мобильных приложений, для которых важен отечественный рынок, адаптируются. Они корректируют свои платформенные предпочтения и меняют схемы монетизации, чтобы сохранить существующую аудиторию и привлечь новую.

Одной из идей для привлечения покупателей на рынки мобильных приложений является Фриимиум-модель. Для этого пользователю предоставляется бесплатный пробный период (30-50 дней), после чего нужно было либо купить лицензионный ключ, либо отказаться от пользования приложением. На данный момент пробный период короче (7-10 дней), но частью функций можно пользоваться бесплатно и после его завершения. На российском рынке отмечают рост спроса на подписку на премиум-версии.

Кризис не ломает тренд «мобилизации» жизни

Экономическая рецессия не нарушит тенденции к росту спроса на приложения-утилиты, производящие «”мобилизацию” нашего стиля жизни». Главные источники и деятели данного рынка проявляют оптимизм в отношении перспектив российского рынка мобильных приложений. Он будет расти и расти и дальше; этому может угрожать только замедление продаж смартфонов, которое пока не отмечается (есть тенденция роста спроса на недорогие Android-устройства).

К 2016 году прогнозируется, что рынок мобильных приложений в России достигнет \$1300 млн, увеличившись в 8 раз по сравнению с 2012 годом.

Рост рынка мобильных приложений в России является одним из наиболее значительных среди крупных мировых рынков. Главная тенденция - пользователи интересуются все более качественным продуктом. Теперь для успеха приложения уже недостаточно одной лишь хорошей идеи. Пользователю обязательно нужна удобная и красивая реализация, иначе продукт попросту не будет востребован и его место быстро займут конкуренты.

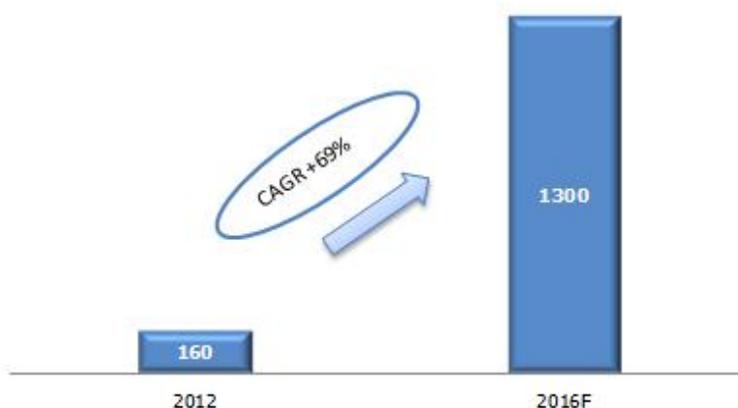


Рис. 1. Объем российского рынка мобильных приложений, млн USD, 2012 г., 2016

Самой быстроразвивающейся категорией приложений, по мнению экспертов, сейчас являются мессенджеры, привлекающие все большее количество пользователей. Ежедневное количество сообщений, отправляемых в приложении WhatsApp, сейчас значительно превышает количество SMS. В России по числу загрузок (без учета игр) в 2013 г. из магазинов App Store и Google Play первое место занимает мобильное приложение соцсети "ВКонтакте". На 5-м месте в топе оказалось приложение соцсети "Одноклассники". Facebook в нашей стране, по данным App Annie, вообще не вошел в Топ-10 наиболее популярных мобильных приложений. Следом за "ВКонтакте" по количеству загрузок идут Skype и Dr.Web Anti-virus, также популярны мессенджеры WhatsApp и Viber. Интересен тот факт, что в десятку наиболее популярных приложений вошли мобильные карты 2ГИС от одноименного разработчика из Новосибирска, обогнав известные аналоги от Google и "Яндекс".

Интересы пользователей меняются, но их общее число растет, то есть фактически растет спрос, а вместе с ним и предложение. Постоянно появляются новые идеи, порождая предложения, а уже реализованные приложения постоянно улучшаются в борьбе за прибыль и новых пользователей. Кроме того, постоянное обновление мобильных платформ также позволяет создавать приложения с более сложным функционалом и заставляет выпускать все новые версии.

### Список литературы

1. Максимцев И.А. Рынок мобильных приложений в условиях кризиса //Креативная экономика: научно-экономический журнал, - 2014 – с. 9. – 10.
2. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход [текст]: пер. с англ. /Б. Берман Дж.Р. Эванс. – М.: Вильямс, 20014–1181 с.
3. Имаев И.А. пресс-конференция J'son & Partners Consulting //CNR, - 2014 – с. 9. – 10..
4. Нечаев В.В. Эволюция рынка приложений //Современная экономика – 2014. – №10. – С. 41–62.
5. Гайдар Е.Р. Кризисная экономика современной России: тенденции и перспективы.– 2014. – с.43

УДК 332.62

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ БЮДЖЕТНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

*Черняков М. К., д-р экон. наук, профессор*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

*Чернякова М. М., канд экон. наук*

Сибирский институт управления, г. Новосибирск

В статье отмечено, что прогнозирование статей бюджета занимает основное место в системе управления финансами администрацией. В статье проведен анализ рынка инвестиций Новосибирской области по формам собственности и по источникам финансирования. Предложены мероприятия, позволяющие повысить точность прогноза бюджетных инвестиций.

**Ключевые слова:** бюджет, прогнозирование; инвестиции; бюджетные расходы

Формирование бюджета начинается с определения общего объема бюджетных расходов, совокупных обязательств соответствующей административно-территориальной единицы перед ее гражданами и определения потребностей в бюджетных доходах на реализацию этих обязательств. Эти основополагающие управленческие решения вырабатываются в процессе стратегического прогнозирования и находят выражение в программных документах соответствующих администраций.

Прогнозирование статей бюджета занимает основное место в системе управления финансами администрацией. Оно связывает в единое целое все сферы финансов:

- прогнозирование межбюджетных отношений,
- прогнозирование бюджетных инвестиций,
- управление бюджетными закупками,
- управление долгом,
- оказание бюджетных услуг и пр.

Инструменты финансового и экономического воздействия администраций согласуются по объемам, срокам, формам финансовых ресурсов в рамках бюджета. Законодательство России определяет бюджет как форму получения

и расходования финансовых средств, предназначенных для обеспечения задач и функций административно-территориальной единицы, что фактически является согласованием всех инструментов финансовой и экономической политики в краткосрочной перспективе, а перспективный финансовый план осуществляет согласование в среднесрочной перспективе.

Стратегические цели социально-экономического развития административно-территориальной единицы должны найти отражение в виде среднесрочных целей и приоритетов, сформулированных в целевых и ведомственных программах, в конечном счете в перспективном финансовом плане, который трансформируется в годовой бюджет (либо бюджет принимается в многолетнем режиме, как уже принято во многих странах с развитой рыночной экономикой).

На стратегическом уровне планируется размер бюджетного сектора экономики, соответственно, общий уровень налоговой нагрузки. Также на стратегическом уровне планируются объем и структура социальных услуг, оказываемых государственным сектором экономики. В соответствии со стратегическими приоритетами формулируются среднесрочные цели социально-экономического развития, которые трансформируются в более детальные планы оказания социальных услуг в соответствии со спросом на социальные услуги.

Также определяются потребности в бюджетных инвестициях, исходя из параметров спроса на социальные услуги и состояния социальной инфраструктуры. Это, в свою очередь, определяет параметры долговой политики и политики управления доходами. Наконец, политика бюджетного учета и аудита, как ключевая часть политики информационного обеспечения органов власти, также зависит от целей социально-экономической политики, трансформировавшихся в задачи конкретных органов власти.

Таким образом, процедура прогнозирования бюджета неразрывно связана со всеми сферами деятельности органов власти. В процессе бюджетного прогнозирования необходимо определить ключевые параметры всех вышеперечисленных инструментов социально-экономической политики и обеспечить их взаимную согласованность, а также взаимодействие органов власти.

Принцип единства управления прогнозированием бюджетных ресурсов предполагает отсутствие необходимости выделения капитальных расходов в отчетности, т.е. единство управления расходами.

Порядок принятия управленческих решений и прогнозирования бюджета по расходам как текущим так, и капитальным должен проводиться интегрально. Инвестиционные статьи бюджета должны оцениваться по критерию суммарных объемов капитальных и связанных с ними текущих расходов. Исключение отдельного прогнозирования необходимо для преодоления угрозы избыточных инвестиций. Если инвестиционные расходные статьи рассматривать в отрыве от связанных текущих расходов, то они кажутся по своей природе полезными и приносящими отдачу.

Кроме того, отдельное прогнозирование удваивает административную работу, поскольку усугубляет проблемы коммуникаций и трения между комитетами и ведомствами. Внутри распорядителей бюджета двойное прогнозирование

препятствует совершенствованию прогнозирования средней срочности. Поскольку и инвестиционные, и текущие расходные статьи бюджета направлены на достижение общих одинаковых целей, двойное прогнозирование приводит:

- в целом к потерям эффективности управления расходами,
- к двойной работе работников различных административных структур.

Программы, в которых отсутствует инвестиционный компонент не рассматриваются в качестве альтернативы инвестиционным программам при изучении потенциальных вариантов решения возникающих задач. Это приводит к не совсем полному анализу и ограничению выбора способов решения задачи из всех возможных вариантов.

Высоки риски уменьшения контроля за размером расходных статей бюджета и выхода процесса лоббирования за границы экономической целесообразности возрастают в случае формирования и принятия отдельных бюджетов. Это может привести к распределению расходов инвестиционных статей бюджета вне логики достижения целей социально-экономического развития региона. При этом одни функции администрации оказываются недофинансированными, а другие сверхобеспеченными финансами. Статьи бюджетных инвестиций могут быть подвержены ежегодным сильным колебаниям, так как процедуры принятия управленческих решений о распределении инвестиционных ресурсов не в полной мере увязаны с логикой целевого достижения социально-экономического развития, что приводит:

- к финансовой неустойчивости инвестиционных проектов;
- к затруднению прогнозирования и исполнения бюджетов в рамках среднесрочной перспективы;
- к потере эффективности инвестиционных проектов, поскольку большинство крупных из них имеют многолетнюю фазу реализации.

Неудачные попытки интеграции прогнозирования, стратегии и разработки бюджетов и неудовлетворительных результатов бюджетирования является двойное бюджетирование. Двойное бюджетирование базируется на неправильной исходной предпосылке о том, что инвестиции более эффективны, чем текущие расходные статьи.

Различие бюджетов текущих расходов и бюджета развития приводит к тому, что у бюджета развития более мягкие ограничения на рост расходов. Чтобы бюджетные средства могли быть включены в бюджет развития, распорядители стараются представить свои расходные статьи как инвестиционные, которые не связаны с приоритетами региональной политики.

Инвестиции в финансовые нефинансовые активы существенно различаются по экономическому содержанию, а также по процедурам их количественного определения.

Финансовые инвестиции могут включать: акции, облигации, доли в уставном капитале других организаций, банковские вклады, предоставленные другим организациям займы, т.е. характеризуются объемом активов в стоимостном выражении, которые представляют собой финансовые права, и которыми владеет предприятие в данный период времени.

Инвестиции в нефинансовые активы представляют собой сумму инвестиций в произведенные и в произведенные активы (деловой репутации («гудвилла»), деловых связей (маркетинговых активов), лицензий, договоров аренды, контрактов, затраты на приобретение в собственность юридическими лицами объектов природопользования и земельных участков).

Как видно из рисунка 1 [3], инвестиции в основной капитал составляют доминирующую часть всего объема инвестиций в нефинансовые активы (почти 99%). Они складываются из инвестиций во все виды основного капитала, включая запасы материальных оборотных средств, инвестиции в объекты и продукты, относящиеся к интеллектуальной собственности и деятельности. Характер взаимосвязи уровня безработности и кредитного рейтинга (табл.1) с инвестициями в нефинансовые активы (рис. 1) показывает также сильную прямую связь между ними.

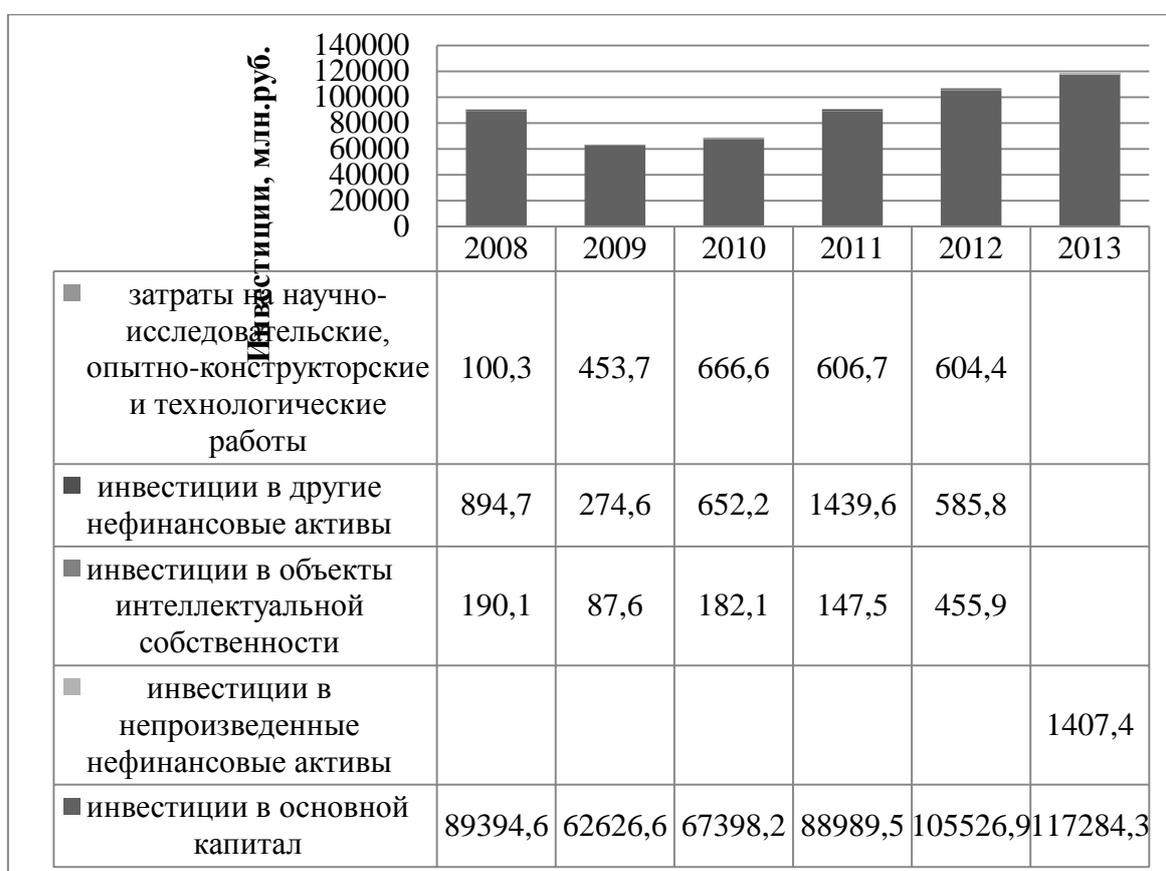


Рис.1. Динамика инвестиций в нефинансовые активы Новосибирской области за 2008–2013 годы

На текущий момент для Новосибирской области характерно уменьшение доли государства как основного инвестора и рост активности частных инвесторов, возникновение новых институциональных структур, создание новой инвестиционной инфраструктуры, включая специализированные кредитно-финансовые инвестиционные институты и коммерческие банки. Эти процессы повлияли на структуру портфеля инвестиций как по видам форм

собственности, так и источников финансирования. Ранжированная структура инвестиций по формам собственности в основной капитал представлена в табл. 1 [1].

Таблица 1

Инвестиции в основной капитал по формам собственности  
Новосибирской области, млн. рублей

Инвестиция в основной капитал	Факт			Прогноз		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
частная	79264,3	90686,3	104039	109403	115045	120977
государственная	26776,8	32761,4	25479,5	26793	28175	29628
муниципальная	11258,1	12285,4	16988,1	17864	18785	19754
иностранная	7961,8	7482,6	12127,7	11753	7410,7	8102,2
смешанная российская	8242,2	11891,2	8930,1	9390,6	9874,8	10384
совместная российская и иностранная	6402,6	6745	6460	5793,1	3143,4	4511,8
общественных и религиозных организаций (объединений)	141,7	86,3	34,2	36	37,8	39,8
потребительской кооперации	47,6	42,7	21,2	27,6	32,7	31,2

На 2013 г. в Новосибирской области сложилась следующая ситуация: 89% это собственность российская, причем частная 59,6%, 14,6% государственная, 9,7% муниципальная, 5,1% смешанная и всего лишь 7% - это иностранная и 3,7% совместная.

Характер структуры инвестиционных вложений в разрезе форм собственности показательно иллюстрирует (табл.1) тенденцию к повышению интереса частного бизнеса и усилению его позиций в финансировании непроемкой и производственной сфер, что свидетельствует о доминировании частных инвестиций за весь анализируемый период. Негативный кредитный рейтинг [2-3] оказал наиболее сильное влияние на иностранные компании, которые почти вдвое уменьшили инвестиции в 2009 году по сравнению с 2008 годом, с аналогичным сокращением их доли. Российские организации менее чувствительны к рейтингу. Их инвестиции за тот же период снизились, лишь на 20%.

Используя методику прогнозирования [4-6], следует ожидать следующие изменения структуры инвестиций в основной капитал к 2016 году (табл.1): рост на 3,5% доли российской собственности, причем частной на 2,3%, 0,6% государственной, 0,4% муниципальной, 0,2% смешанной, при одновременном уменьшении на 2,9% - иностранной и 1,4% совместной с ними.

Динамику структуры инвестиционных вложений в основной капитал по источникам финансирования иллюстрируют диаграммы, приведенные на рис. 2.

Анализ диаграмм (рис.2) показывает, что за весь рассматриваемый период (2008-2013 годы) привлеченные средства (56% в 2008 году и 68% в

2013) доминируют над собственными (44% в 2008 году и 32% в 2013). При этом степень доминирования повысилась с 2008 к 2013 году на 12%.

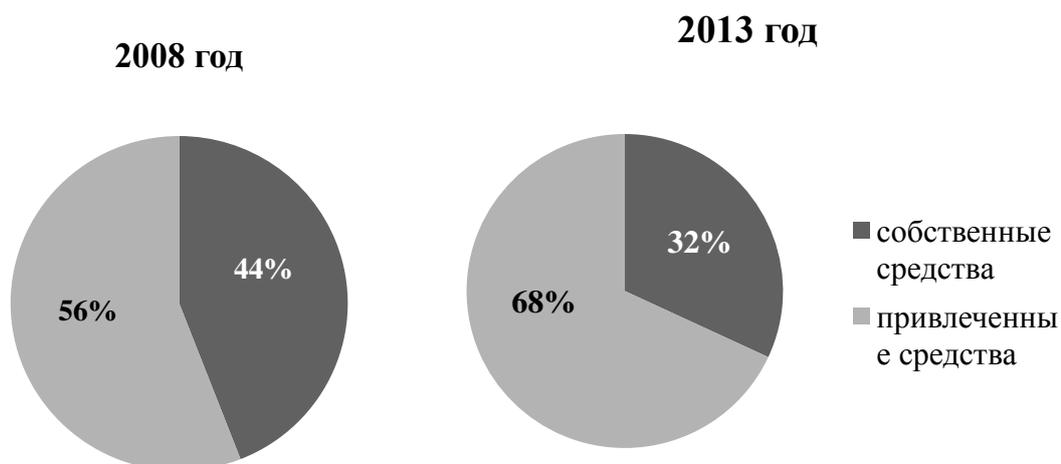


Рис. 2. Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования Новосибирской области за 2008 и 2013 годы

В структуре привлеченных средств в основной капитал по источникам финансирования Новосибирской области [1] третью часть составляют бюджетные средства (табл.2). Более половины (59%) привлеченных средств (рис.3) формируется за счет бюджетных средств (36%) и банковских кредитов (23%). Учитывая динамику за 2008-2013 годы (рис.1), следует ожидать рост инвестиций по источникам финансирования, за исключением бюджетных средств, хотя темп роста снизится (табл.2).

К бюджетным инвестициям относятся ассигнования на:

- муниципальные (государственные) услуги (выполнение работ), в том числе финансирование оплаты муниципальных (государственных) договоров на поставку товаров, оказание услуг, выполнение работ для муниципальных (государственных) нужд;
- социальные услуги населению;

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования Новосибирской области, млн. рублей

Источники финансирования	Факт			Прогноз		
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
бюджетные средства	25919,7	31310,4	28451,0	23288,2	25305,5	27618,0
банковские кредиты	11649,1	11502,3	18558,8	19242,0	22105,7	24125,7
заемные средства других организаций	3150,9	4826,6	4574,2	4742,6	5448,4	5946,3
средства внебюджетных фондов	118,6	1712,7	265,0	274,8	315,6	344,5
прочие	13663,1	14260,6	18348,3	19023,8	21854,9	23852,1

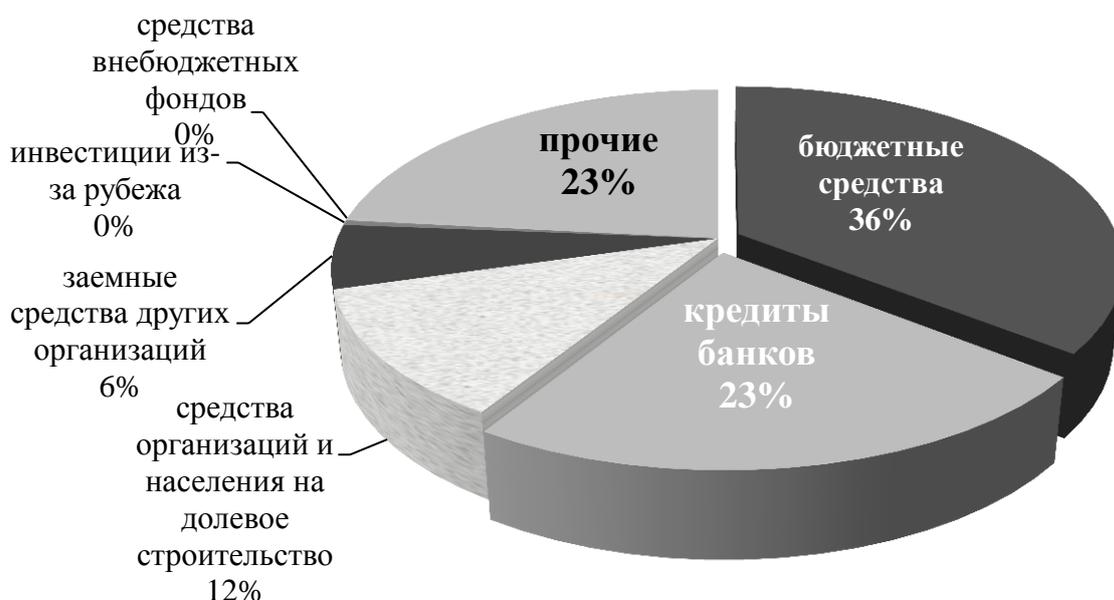


Рис. 3. Структура привлеченных средств в основной капитал по источникам финансирования Новосибирской области за 2013 год

- бюджетные инвестиции юридическим лицам, не являющимся муниципальными (государственными) организациями;
- субсидии юридическим и физическим лицам (за исключением субсидий муниципальным (государственным) организациям), индивидуальным предпринимателям – производителям товаров, работ, услуг;
- межбюджетные трансферты;
- платежи, взносы, безвозмездные перечисления субъектам международного права;
- муниципальный (государственный) долг;
- исполнение судебных актов по искам к муниципальным (государственным) организациям о возмещении вреда, причиненного юридическому лицу или гражданину в результате незаконных действий (бездействия) органов местного самоуправления или государственной власти либо их должностных лиц.

Бюджетное финансирование на осуществление бюджетных инвестиций в объекты капитального строительства муниципальной (государственной) собственности в форме капитальных вложений в основные средства муниципальных (государственных) учреждений и муниципальных (государственных) унитарных предприятий предусматриваются в соответствии с долгосрочными целевыми программами, а также в установленном порядке решениями главных распорядителей бюджетных средств соответствующих бюджетов.

#### Список литературы

1. Новосибирская область. 2014: статистический ежегодник / Территориальный орган ФСГС по Новосибирской области / Под ред. А.А. Кисельникова, О.В. Конотопцевой, И.В. Новиченко, И.В. Щербак. – Новосибирск: 2014.- 95 с.

2. Черняков М.К. Инвестиционная привлекательность Новосибирска: рейтинговая оценка // Сибирская финансовая школа. Международный теоретический научно-практический журнал. (Выпуск 2/2012). – Новосибирск: 2012.- С. 136-140.
3. Черняков М.К. Статистика инвестиционных муниципальных образований // Вестник Читинского государственного университета. Теоретический и научно-практический журнал. (Выпуск 4(83)/2012). – Чита: 2012.- С. 126-129.
4. Унтура Г.А., Черняков М.К., Чернякова М.М. Системное прогнозирование на примере бюджета Забайкальского края // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации: междунар. науч.-теорет. журн. 2011. № 1.- С. 63-69.
5. Черняков М.К. Алгоритм прогнозирования инвестиций // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации: междунар. науч.-теорет. журн. 2012. № 1 (2).- С. 118-123.
6. Черняков М.К., Чернякова М.М. Методология экономического прогнозирования // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации: междунар. науч.-теорет. журн. 2013. № 4.- С. 44-48.

УДК 334.735:65.012.7

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

*Ю.П. Шахова, аспирант*

*Научный руководитель: О.П. Зайцева, д-р экон. наук., профессор  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

В статье рассматриваются основные этапы становления института внутреннего контроля в потребительской кооперации. Выявлены недостатки существующей системы контроля, обоснована актуальность применения аналитических процедур в системе внутреннего контроля.

**Ключевые слова:** потребительская кооперация, система внутреннего контроля, денежные потоки, аналитические процедуры.

В период усиления макроэкономической нестабильности и осложнения условий развития бизнеса резко повышается значение рационально организованного внутреннего корпоративного контроля, механизмы которого проходят проверку на прочность и адекватность быстро меняющейся внешней среде [1, с. 130].

Статья посвящена оценке практики внутреннего контроля в организациях потребительской кооперации с целью выделения объектов и направлений, наиболее существенных в современной экономической ситуации и предполагающих реализацию контрольно-аналитических процедур.

Несмотря на длительный опыт внутрисистемной ревизионной работы, многочисленные теоретические и практические разработки в области контрольной деятельности, потребительская кооперация России оказалась недостаточно защищенной от таких явлений, как доведение кооперативных предприятий до банкротства, отчуждение кооперативной собственности, создание

потребсоюздами организаций, где учредителями являются физические лица, с передачей им части кооперативного имущества. Все это привело к высоким рискам утраты значительной части имущества потребительской кооперации, снижению её ресурсного потенциала и роли в экономике страны.

С позиции темы исследования потребительская кооперация, отличающаяся сложной организационно-управленческой структурой, многоотраслевой деятельностью, функционированием в зоне повышенного риска и многочисленными взаимодействиями (с пайщиками, налоговыми органами, поставщиками, клиентами, банками и т.д.), представляет собой особенную совокупность объектов и процессов, подлежащих контролю.

Актуальность проблемы совершенствования внутреннего контроля для организаций потребительской кооперации определяется следующим:

1. Потребительская кооперация как система представлена, в основном, малыми и средними предприятиями, не подлежащими внешнему аудиту.

2. В то же время организации потребительской кооперации нуждаются в развитой системе внутреннего контроля, способной предупредить недобросовестные действия по искажению бухгалтерской отчетности, неэффективному использованию ресурсов, в т.ч. денежных.

3. В улучшении состояния внутреннего контроля заинтересован широкий круг лиц: пайщики, менеджмент на разных уровнях управления потребительской кооперации, местные органы власти и финансовой системы, партнеры по хозяйственным договорам и т.д.

4. Исторически во многих организациях потребительской кооперации сложились необходимые предпосылки для формирования современной системы внутреннего контроля, т.к. до 2008 года контрольно-ревизионная деятельность осуществлялась повсеместно и на достаточно высоком уровне. В настоящее время система внутреннего контроля многих кооперативных организаций ослаблена, требует организационной трансформации и нового методического обеспечения, на что обращает особое внимание ст. 38.1 Закона РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, союзах) в Российской Федерации» [2].

Проблемы организации контроля в потребительской кооперации на разных этапах её развития и применительно к различным направлениям социально-экономической деятельности раскрывались в трудах В.Д. Андреева, Б.А. Аманжоловой, Л.М. Избицкого, Н.М. Галушко, Е.А. Еленевской, Л.А. Коваленко, Г.Н. Лисина, М.В. Мельник, М.Ф. Овсийчук, Т.Ю. Серебряковой и др. Предложенные в них теоретические и организационно-методические подходы требуют актуализации, углубления либо принципиального пересмотра с учетом сложной финансово-экономической и управленческой ситуации, переживаемой многими кооперативными организациями под влиянием комплекса внешних и внутренних факторов.

В настоящее время, по мнению автора, реализуется особый этап в развитии системы внутреннего контроля организаций потребительской кооперации, связанный с обновлением ее законодательно-нормативной базы, акцен-

тирующей внимание на контроле за сохранностью кооперативной собственности, защите прав пайщиков и соблюдении интересов потребительских обществ; трансформацией задач развития (определение «дорожной карты», переход на инновационные методы и т.д.), осложнением среды ведения кооперативного бизнеса в условиях быстрого проникновения федеральных сетей в сферу влияния потребительской кооперации и совокупностью других внешних и внутренних факторов. Этот этап в целом характеризуется комплексной реструктуризацией деятельности потребительской кооперации, в том числе и в области ее контроля.

Внутренний контроль важен, прежде всего, для самих хозяйствующих субъектов – отдельных кооперативных организаций, поскольку внешние ограничители не смогут обеспечить рациональное ведение дел без отлаженной и эффективной системы собственного, внутреннего контроля [3].

В системе потребительской кооперации действуют следующие органы ведомственного контроля: контрольно-ревизионное управление Центросоюза, контрольно-ревизионные управления областных, краевых, республиканских потребсоюзов, ревизионные отделы в составе отделов учета, отчетности и контроля региональных потребительских союзов, а также контрольно-ревизионные отделы райпо [3].

Ревизионная комиссия потребительского общества призвана осуществлять контроль за соблюдением устава общества, его финансовой и хозяйственной деятельностью, а также за созданными им организациями, структурными подразделениями, представительствами и филиалами. Комиссия, прежде всего, должна контролировать работу по обеспечению сохранности имущества потребительского общества, предупреждать возможные случаи бесхозяйственности, порчи товарно-материальных ценностей. [2].

Современное состояние системы внутреннего контроля (далее – СВК) отдельных кооперативных организаций не обеспечивает в полной мере достоверное отражение финансово-экономического положения кооперативов в бухгалтерской (финансовой) отчетности, не способствует их устойчивому развитию, выполнению социальных задач и адекватному реагированию на глобальные вызовы, что позволяет считать такие СВК неэффективными.

В 2012-2014 гг. контрольно-ревизионным управлением Центросоюза в деятельности потребсоюзов и кооперативных организаций, включая СФО, выявлены серьезные нарушения, в том числе, передача кооперативной собственности в пользу сторонних юридических и физических лиц, крупные недостачи, кражи; незаконное получение высшим менеджментом доходов от сдачи в аренду помещений, принадлежащих облпотребсоюзам; использование денежных средств в ущерб интересам пайщиков; необоснованные существенные выплаты и бонусы определенным категориям должностных лиц, связанные не столько с результатами их трудовой деятельности и эффективностью принимаемых управленческих решений, сколько с занимаемой должностью, статусом и стажем работы и др.

Недостаточный уровень системы внутреннего контроля организаций потребительской кооперации можно объяснить рядом причин:

- фактическим отказом руководителей отдельных организаций от кооперативной идеологии и базовых принципов кооперации, снижением требовательности к персоналу в части выполнения постановлений Совета и Правления союза по вопросам обеспечения сохранности ценностей, реализации мер по недопущению недостач и хищений;

- непоследовательностью (либо слабой реализуемостью) ряда положений современной редакции Федерального закона «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», особенно касающихся функций наблюдателя, контроля и оценки финансового состояния, участия пайщиков в решении вопросов отчуждения недвижимого имущества потребительского общества и др.;

- недостаточным уровнем регламентации деятельности и квалификации персонала контрольных органов, ориентированностью многих из них лишь на проведение инвентаризационной работы, слабое использование в локальных нормативных документах лучших контрольных практик;

- не четко разграничены функции различных субъектов контроля и объекты контроля между ними;

- превращением комиссий кооперативного контроля в отдельных организациях в сугубо формальные структуры, формируемые лишь для соответствия требованиям Закона о потребительской кооперации;

- снижением уровня контроля в предприятиях розничной торговли и питания, в результате чего отсутствует достоверная и своевременная информация о суммах выручки.

Нередко денежные средства, как наличные, так и безналичные, становятся объектом хищений и злоупотреблений со стороны кассиров, бухгалтеров и других должностных лиц. Поэтому возникают сомнения в достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, особенно в части отражения хозяйственных операций с внеоборотными активами и движения денежных потоков.

В связи с этим необходим продуманный механизм формирования в потребительской кооперации эффективной многоуровневой системы внутреннего контроля, направленной, прежде всего, на сохранение кооперативной собственности и возвращение под контроль кооперативных организаций имущества, которое по тем или иным причинам было из-под такого контроля выведено.

На уровне розничных торговых предприятий усиления контроля можно достичь на основе автоматизации всех процессов, установки необходимого штрихкодировочного оборудования и кассовых терминалов.

Так, руководство Челябинского облпотребсоюза одним из первых в потребительской кооперации страны приняло решение об участии в проекте «Автоматизация торговых объектов организаций потребкооперации на единой IT-платформе и развитие торговли отдельными группами товаров с использованием технологий «обратной франшизы». В первом автоматизируе-

мом магазине установили четыре терминала сбора данных, что позволило провести инвентаризацию всего за несколько часов, обеспечить необходимый контроль и учёт запасов и движения товарной массы [4].

Реализация в рамках «дорожной карты» проекта региональной интеграции, как первого шага к созданию платформы для последующей федеральной интеграции, позволит не только получить благоприятные условия от поставщиков, сопоставимые с условиями, на которых работают федеральные сети, осуществлять централизованные закупки и централизованное управление ассортиментом, но и создать на единых принципах современную информационную систему, обладающую эффективными контролирующими возможностями [5].

В качестве одной из основных задач внутреннего контроля в потребительской кооперации автор выделяет оценку движения денежных потоков, анализ достоверности и сопоставимости информации о состоянии и движении денежных средств, формируемой в финансовом и управленческом учете и информационное обеспечение управления денежными активами по результатам реализации контрольно-аналитических процедур. Эффективность внутреннего контроля во многом определяется качеством информационной базы, необходимой для осуществления контрольных действий и процедур.

Анализ специализированной литературы позволяет выделить четыре основных методических подхода к пониманию сущности внутреннего контроля: правовой, управленческий, системный (кибернетический) и риск-направленный (рис.1).



Рис. 1. Методические подходы к пониманию сущности внутреннего контроля

Организации потребительской кооперации отличаются особенностями в формировании денежных потоков и опосредующей их информации, что обусловлено функционированием их преимущественно в сельской местности, многоотраслевой деятельностью, территориальным рассредоточением, значительным документооборотом. Для них характерны превалирование налогового учета, неоднородность по уровню внедрения современных учетных практик и автоматизированных систем, неразвитость управленческого учета. Нередко встречаются нарушения в применении методики учета денежных средств, связанные с формированием бухгалтерских записей по учету операций в кассе и на расчетных счетах.

В учетной практике организаций потребительской кооперации применяется типовая методика анализа основных финансовых показателей деятельности, имеющая ограниченный характер и по существу не затрагивающая

информацию о движении денежных средств. Это приводит к отсутствию ясности в реальном финансовом и имущественном положении кооперативной организации, его изменении в динамике.

Исследование учетно-аналитического обеспечения управления денежными потоками в Татарском райпо Новосибирского облпотребсоюза позволило установить, что в организации отсутствует конкретная система мер управления и контроля денежных активов.

Данные отчетности о движении денежных средств свидетельствуют о том, что потребительским обществом в отчетном и предшествующем периоде получен чистый приток денежных средств. Вместе с тем расчет относительных показателей, отражающих качество управления денежными потоками, позволил выявить ряд существенных проблем (табл. 1).

*Таблица 1*

Показатели, отражающие качество управления денежными потоками  
Татарского райпо за 2012–2013 гг.

№ п/п	Показатель	2012 г.	2013 г.	Изменение, (+;-)
1	Коэффициент ликвидности денежного потока, КЛДП	1,00	1,01	+0,01
2	Коэффициент текущей платежеспособности, КплГД	1,02	1,01	-0,01
3	Достаточность денежного потока по текущей деятельности для погашения обязательств, Дфин	3,89	2,19	-1,7
4	Коэффициент достаточности чистого денежного потока, Кддп	1,47	0,97	-0,5

Ликвидность денежного потока высокая как в 2013г. (1,01), так и в 2012г. (1,00), что свидетельствует о синхронности формирования денежных потоков организации. В 2013г. текущая платежеспособность (1,01), ниже на 0,01 по сравнению с 2012г. Учитывая устойчивое положение организации, ее платежеспособность в анализируемом периоде, необходимо обратить внимание на приближенность значений коэффициентов к минимальным (не ниже 1). Достаточность генерируемого чистого денежного потока с позиции финансируемых им потребностей высокая в 2013 г. (2,19).

К отрицательной тенденции следует отнести снижение анализируемого показателя на 1,7 по сравнению с 2012 г. Наблюдается снижение чистого денежного потока в 2013 г.(0,97) по сравнению с 2012 г. на 0,5. Значение показателя меньше 1, поэтому можно сделать вывод о недостаточности чистого денежного потока текущего периода для увеличения внеоборотных активов и выплаты дивидендов.

Очевидна необходимость проведения в кооперативных организациях систематического детального анализа денежных потоков по адаптированной системе показателей, что позволит получать объективную, точную и свое-

временную характеристику направлений их поступления и расходования, объемов, состава, структуры, влияния объективных и субъективных, внешних и внутренних факторов. Важный и недостаточно разработанный аспект – оценка целесообразности расходования денежных средств по тем или иным направлениям. В связи с этим вопросы внутреннего контроля денежных потоков приобретают особую актуальность и требуют самостоятельного рассмотрения. Нестабильность внешней и внутренней среды усиливает потребность в исследовании влияния отраслевых особенностей на методику внутреннего контроля денежных потоков и на элементы системы внутреннего контроля организаций потребительской кооперации.

Среди организационно-методических вопросов внутреннего контроля особое место занимает обоснование состава и порядка реализации аналитических процедур, в т.ч. их детализация по этапам контроля, разработка системы ключевых показателей, выбор методов экономического анализа для целенаправленного применения в аналитических процедурах с учетом специфики денежных потоков в организациях потребительской кооперации, оценка эффективности их использования. В большинстве опубликованных работ (Ш.И. Алибеков, М.В. Мельник, А.Д. Шеремет, В.Г. Когденко), предлагается общий подход к аналитическим процедурам в аудите, т.е. без достаточной конкретизации к секторам экономики и объектам контрольной деятельности.

Необходимость использования аналитических процедур для внутреннего контроля денежных потоков вызвана потребностью в разработке единообразного, унифицированного методического подхода, в выявлении наиболее важных и недостаточно проверяемых направлений внутреннего контроля, что будет способствовать оптимизации контрольной деятельности в условиях ограниченных ресурсов. Внедрение разрабатываемого методического подхода в практику позволит оптимально организовать аналитический учет для получения детализированной и достоверной информации о состоянии денежных потоков и платежеспособности организаций потребительской кооперации.

#### *Список литературы*

1. Зайцева О. П., Аманжолова Б. А. Корпоративный внутренний контроль: принципы, организация, интеграция подходов // Сибирская финансовая школа. – 2011. – № 6. – С. 125–130.
2. О внесении изменений в закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации»: ФЗ от 23.04.2012 № 37-ФЗ.
3. Серебрякова Т. Ю. Внутренний контроль в организациях потребительской кооперации. Диссертация на соискание ученой степени к. э. н. - Москва – 2004 с.8
4. Без инноваций кооперативной торговле сегодня не обойтись [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rus.coop/press\\_center/news/detail.php?ID=1890&sphrase\\_id=14196](http://www.rus.coop/press_center/news/detail.php?ID=1890&sphrase_id=14196)
5. Станет ли «дорожная карта» козырной зависит от активности региональных потребсоюзов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rus.coop/press\\_center/news/detail.php?ID=3179&sphrase\\_id=14197](http://www.rus.coop/press_center/news/detail.php?ID=3179&sphrase_id=14197)

## РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ МЕТОДОМ СОЗДАНИЯ САЙТА-ВИЗИТКИ КОМПАНИИ ООО «LEONI (RUS)»

*Л.Д. Ямалутдинова, студентка*

*Научный руководитель: О.А. Николаев, ассистент  
Набережночелнинский институт ФГАОУ ВПО «Казанский  
(Приволжский) Федеральный Университет», г. Набережные Челны*

Создание сайта-визитки компании ООО «LEONI (RUS)». Для решения задачи продвижения продукции. А так же поддержания его положительного имиджа, знакомства людей посещающих сайт с компанией, ее продукцией, о способах приобретения продукции, и открытых вакансиях.

**Ключевые слова:** ООО «LEONI (RUS)», сайт-визитка, маркетинг, продвижение продукции.

ООО «LEONI (RUS)» входит в холдинг «Leoni AG». Центральный офис холдинга находится в Германии, Нюрнберг. «Leoni AG» был основан в 1917 году. На сегодняшний день холдинг представлен более чем в 30 странах мира, среди них Франция, Великобритания, Италия, Испания, Украина, Бразилия, США, Китай, Индия, Египет.

Организация ООО «LEONI (RUS)» города Набережные Челны была открыта в апреле 2007 году как производственная компания по выпуску кабельной продукции для крупных машиностроительных компаний, таких как: ООО «КАМАЗ».

Все фирмы нуждаются в рекламе и своего представления клиентам. Для этого используются различные методы, например, перетяжки, рекламные щиты, телевидение и т. д. Но не все компании, особенно начинающие, могут себе позволить эти виды рекламы. Есть более дешевые способы дать о себе знать: рекламные листки в почтовый ящик, фирменный бланк, буклет или визитка, но это реклама зачастую одноразовая, т. к. люди часто выкидывают всякие бумажки.

Поэтому в современный век развития коммуникационных технологий, особым спросом и большой, постоянно растущей пользовательской аудиторией, является представление фирмы или компании с помощью Интернет сайта. Сайт-визитка – небольшой сайт, как правило, состоящий из одной (или нескольких) веб-страницы, и содержащий основную информацию об организации, частном лице, компании, товарах или услугах, прайс-листы, контактные данные.

Для компании сайт-визитка - это:

- поддержка имиджа;
- возможность размещения основной информации о товарах;
- раскрутка бизнеса при помощи интернет-рекламы;
- привлечение новых клиентов и партнеров;
- значительная экономия на рекламе;

- более эффективная работа с клиентами;
- расширение рынка сбыта собственной продукции.

Сайт представляет компанию ООО «LEONI (RUS)» в Интернете. А также поддерживает ее положительный имидж, знакомит людей посещающих сайт с компанией, ее продукцией, о способах приобретения продукции, и открытых вакансиях. Так как сайт посещают покупатели, партнеры и специалисты, нуждающиеся в работе.

Сайт-визитка создается на WordPress. Многие пользователи рассматривают движок WordPress, как платформу для создания сайтов-визиток. И это несмотря на то, что популярным WordPress стал в области создания блогов. На самом деле платформа универсальна и идеально подходит для создания таких небольших проектов, как сайты-визитки.

Принцип построения тот же — необходимо установить движок на хостинг и подобрать шаблон. По сути, дизайн является каркасом, который при помощи дополнительного функционала и плагинов можно разнообразить на свой вкус. Установка занимает всего несколько минут и не требует специальных знаний. Основное преимущество такого способа запуска сайта-визитки — возможность управлять им без опыта и навыков. Административная часть такого проекта имеет визуальный редактор, который помогает легко работать не только с текстами, но и с картинками.

Что бы сайт выходил на лучшие места, т.е. высокие позиции сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобраннным запросам. Используется SEO – Search Engine Optimization) поисковая оптимизация сайта.

Если в недавнем прошлом интернет использовался преимущественно для поиска информации, то сегодня ситуация сильно изменилась. Постоянное увеличение числа интернет-пользователей, новые технологии и многие другие факторы превратили интернет и в мощнейший маркетинговый инструмент и в место для продаж одновременно. Интернет-продвижение может быть эффективно для всех компаний, потенциальная аудитория которых ищет подобные товары или услуги в интернете. Согласно статистике, численность интернет-пользователей растет с каждым годом, сегодня уже более трети россиян пользуются интернетом. Причем именно эта аудитория очень привлекательна для бизнеса, т. к. она обладает высокой платежеспособностью.

Поисковую SEO-оптимизацию условно можно разделить на три части:

Первая часть заключается в работе внутри сайта. В нее входят исправление возможных ошибок, добавление и изменение контента, HTML-кода страниц сайта, перелинковка и так далее. Так называемая внутренняя оптимизация. Учитывается, что алгоритмы поисковиков немного различаются и поэтому оптимизация под Google должна отличаться от оптимизации под Яндекс.

Вторая часть SEO-оптимизации – это раскрутка сайта самостоятельно. На этом шаге необходимо вывести ресурс на первые позиции с помощью групп мероприятий, выполняющихся вне сайта, задача которых нарастить

необходимую ссылочную массу и продвинуть сайт по целевым запросам, а также увеличить его авторитетность.

Третья часть заключается в поддержании достигнутых позиций и улучшении полученных результатов. Наблюдение за своими результатами и показателями конкурентов, изменение ключевых слов, текстов для ссылок, содержания сайта, корректировка площадок – все это обязательно нужно иметь в виду, чтобы сохранить занятые позиции.

Маркетинг и реклама в интернете не стоят на месте и экономные решения порой способны свести к неэффективности выполненных работ. Просто создать одностраничник и запустить рекламу без дополнительных настроек контекстной рекламы и тем более без настройки самой посадочной страницы не достаточно – это потеря времени. Аналитика продающих свойств – это планомерная работа по изучению таких параметров интернет маркетинга как, конверсия лэндинга (конверсия одностраничников), конверсия сайта в целом, конверсия интернет-магазина или портала. В аналитику входят: анализ эффективности продаж - вычисление конверсии, анализ дизайна интернет ресурса, анализ структуры сайта, навигации, анализ актуальности на рынке ключевых слов, то есть семантического ядра и анализ эффективности работы контекстной рекламы.

На основе этих данных составляются работы по улучшению параметров эффективности продаж интернет ресурса, реализуются сплит тесты, полученные данные анализируются и закрепляются положительные результаты, тем самым обеспечивается рост конверсии интернет-ресурса или одностраничников.

Аналитикой продающих свойств заняты специалисты маркетологи, специалисты по верстке сайтов, SEO-специалисты, дизайнеры, специалисты по контекстной рекламе. Это на первый взгляд дорогое и трудоемкое решение, но если результат того стоит значит усилия не бесполезны.

В настоящее время предприятия рассматриваются не как совокупность отделов, подразделений, цехов и участков, а как совокупность бизнес-процессов. Вот аргументы для такого перехода:

- каждый процесс имеет потребителя, и сосредоточение на каждом отдельно взятом процессе способствует лучшему удовлетворению потребителей;
- в процессах сосредоточено создание ценности по отношению к конечной продукции;
- определение границ рассматриваемого процесса, а также поставщиков и потребителей, позволит обеспечить лучшее взаимодействие и понимание требований, которые следует удовлетворить;
- при управлении целостным процессом, который проходит сквозь множество отделов, а не отдельными отделами, снижается риск субоптимизации;
- при назначении владельцев процессов, ответственных за процесс, удастся избежать распределения ответственности по фрагментам, что часто бывает на специализированных предприятиях;

- управление процессами позволяет создать лучшие основания для контроля времени выполнения работ и ресурсов.

Все процессы организации, в соответствии с теорией Портера о цепочках ценности, поделены на основные (первичные) и поддерживающие (вспомогательные). Некоторые из поддерживающих процессов можно выделить в отдельный класс, как процессы развития. Среди основных и поддерживающих процессов организации, особое место занимает процесс «Маркетинг и PR».

Процесс «Маркетинг и PR», как и любой другой бизнес-процесс – это цепь логически связанных, повторяющихся действий, в результате которых используются ресурсы организации с целью достижения определенных измеримых результатов и удовлетворения потребителей. Маркетинг предусматривает решение задач, связанных с тем, как, через кого и какими способами продвигать товар на рынке.

Продвижение продукта на рынок – это комплексная работа, подразумевающая применение различных маркетинговых шагов, с помощью которых продавец может убедить покупателя остановить свой выбор именно на своей продукции. Продвижение — это мероприятия, направленные на повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнеров и потребителей. Продвижение преследует двоякую цель: активацию потребительского спроса и поддержание благоприятного отношения к компании. Продвижение следует рассматривать, как составную часть маркетингового комплекса.

#### *Список литературы*

1. Березин И. С. Маркетинг и исследования рынков. - М.: Русская Деловая Литература, 2010. С. 311-315.
2. Смирнов Ю. Н. Об экономике бизнес-процессов предприятия // Научно-практический журнал «Интеграл» – 2008. - №2.
3. SEO оптимизация: Сайт [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://seokleo.ru/>. Дата обращения: 18.02.2015.
4. Корпоративный менеджмент: Сайт [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://www.cfin.ru>. Дата обращения: 15.02.2015.
5. ООО «ЛЕОНИ Вайэринг Системс (РУС)»: Официальный сайт [Электронный ресурс].- Режим доступа: [www.leoni.com](http://www.leoni.com). Дата обращения: 15.02.2015.
6. Реактивное создание и продвижение сайтов на Wordpress: Сайт [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://wpcreate.ru>. Дата обращения: 12.02.2015.

## СЕКЦИЯ 2. ЮРИДИЧЕСКАЯ НАУКА КАК ПРАВОВАЯ ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВА

УДК 347.1

### ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОГО СТАТУСА СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

*Т. В. Аксенова, старший преподаватель*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Более эффективное правовое регулирование предпринимательства в рамках переходного периода невозможно без понимания имеющихся особенностей правового статуса субъектов предпринимательства, и в первую очередь без выделения дефиниции понятия указанных субъектов. Автор показывает соотношение понятий «субъект предпринимательского права», «субъект предпринимательского правоотношения», «субъект предпринимательства» и «хозяйствующий субъект» с учетом положений отечественного и зарубежного законодательства, а также позиций, сложившихся в юридической науке. Автор анализирует основные признаки субъектов предпринимательства, исследует различные классификации этих лиц, делает выводы относительно статуса данных субъектов.

**Ключевые слова:** субъект предпринимательского права, субъект предпринимательского правоотношения, субъект предпринимательства.

Важным фактором устойчивого экономического развития и достижения оптимального уровня жизнеобеспечения граждан является формирование цивилизованного современного предпринимательства в России. Научные и технические достижения, в том числе высокие темпы экономического роста зависят в первую очередь от реализации предпринимательского потенциала. Полноценные рыночные отношения невозможны без предпринимательской деятельности и широкой индивидуальной инициативы граждан. Современный российский рынок является благоприятной средой для всех деловых начинаний субъектов права. Следовательно, существует объективная необходимость в понимании сущности категории «субъекты предпринимательства».

В российском законодательстве и юридической литературе вопрос о соотношении категорий «субъект права», «субъект правоотношения», «субъект предпринимательства», «хозяйствующий субъект» на протяжении длительного времени является дискуссионным, поскольку не существует единства взглядов на данные понятия. Для исследования этих дефиниций представляется целесообразным провести анализ соответствующих понятий, установить то, что их связывает и то, что наоборот разъединяет. Реализуя правовой подход к исследованию этих определений, необходимо эти понятия рассмотреть в различных аспектах, определить их роль в системе права.

В советской литературе было распространено мнение, что указанные понятия «субъект права» и «субъект правоотношения» равнозначны. [1, с.84]

Данную позицию разделяют ряд учёных: Мицкевич А. В., Олейник О.М. и другие.

Однако традиционной для современной юридической науки является другая позиция, согласно которой понятия «субъект права» и «субъект правоотношения» при всей их близости являются всё же различными понятиями. [2, с.7] По мнению профессора Р.О. Халфиной, в понятие «субъект права» объединяются две основные характеристики: возможность участвовать в различных правоотношениях и реальное участие в них. [3, с.114]

Российская юридическая наука утверждает, что не субъект права является принадлежностью правоотношений, а правоотношения являются принадлежностью субъекта права, поскольку лицо вступает в правоотношения с другими лицами и в результате этой связи у участников отношений образуется определённый круг субъективных прав и юридических обязанностей. По совокупности правоотношений, в которые вступают субъекты права можно судить об участниках этих отношений, о правовой свободе, о степени реализации правовой свободы.

Субъект права - это физическое или юридическое лицо (юридическая личность), чьим сознанием и деятельностью создаются и реализуются правовые нормы. В правовой науке существует мнение о том, что «субъектами права именуется люди и организации, выступающие как носители предусмотренных законами государства прав и обязанностей». [4, с.5]

Впервые в российском законодательстве нормативное определение субъекта предпринимательского права было дано в ст.4 Закона РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», в котором содержалось понятие хозяйствующего субъекта, под которым понимались российские и иностранные коммерческие организации и их объединения (союзы или ассоциации), некоммерческие организации, индивидуальные предприниматели. Действующий Федеральный закон от 26.07.2006г. №135-ФЗ «О защите конкуренции», под хозяйствующим субъектом понимает индивидуальных предпринимателей, коммерческие организации, а также некоммерческие организации, осуществляющие деятельность, приносящую доход. Считаем, что данные понятия в полной мере не отражают специфику правового положения указанного субъекта.

На наш взгляд, субъектами предпринимательского права являются лица, непосредственно ведущие предпринимательскую деятельность, а также РФ, субъекты РФ, муниципальные образования, которые в лице органов власти регулируют и контролирует эту деятельность. Указанные субъекты являются носителями прав и обязанностей в области осуществления и регулирования предпринимательской деятельности. [5, с.39-41]

Представляется, что субъектами предпринимательского права являются индивидуальные предприниматели и коллективные образования, способные участвовать в предпринимательских отношениях и выступающие в качестве носителей определённых прав и обязанностей, предусмотренных законодательством РФ в сфере предпринимательства. Любой субъект предпринима-

тельского правоотношения является субъектом предпринимательского права, однако не каждый субъект предпринимательского права участвует в том или ином предпринимательском правоотношении, являясь его субъектом, хотя и имеет такую возможность.

Проблема субъектов предпринимательства является одной из важнейших проблем предпринимательского права, поэтому не случаен интерес к ней учёных. Признание лица субъектом предпринимательства должно быть основано на предпринимательском характере его деятельности.

Впервые в России категория «субъекты предпринимательской деятельности» была введена Законом РСФСР от 25.12.1990 года №445-1 «О предприятиях и предпринимательской деятельности». Хотя данный закон не содержал понятие субъекта предпринимательской деятельности, а приводил их перечень. Закон выделял индивидуальных и коллективных субъектов предпринимательства. Данное положение о двучленном делении субъектов предпринимательской деятельности было закреплено и в Арбитражном процессуальном кодексе РФ. Кроме того, и Федеральный закон от 24.07.2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» подтверждает двучленное деление субъектов предпринимательства.

В теории предпринимательского права существуют различные точки зрения о соотношении понятий «субъект предпринимательства» и «хозяйствующий субъект». Не все российские учёные согласны с употреблением понятия «хозяйствующий субъект». Так, А.Г. Пилецкий вообще возражает против применения данного термина, объясняя это тем, что в Гражданском кодексе не используется определение «хозяйствующий субъект», хотя есть термин «хозяйственные товарищества», имеющий сугубо конкретное значение. [6, с.179]

Отдельные авторы считают, что к хозяйствующим субъектам следует относить всех лиц, занятых хозяйственной деятельностью, независимо от того, касается это предпринимателей, получающих прибыль, или рабочих, получающих за свой труд заработную плату. [7, с.138]

На наш взгляд, это – не совпадающие понятия, поскольку хозяйствующие субъекты не всегда приобретают статус предпринимателей. [8, с.145]

Так многие некоммерческие организации (общественные организации, благотворительные фонды и т.д.), как правило, не занимаются предпринимательством, а осуществляют хозяйственную деятельность для достижения благородных целей. В соответствии со ст. 11 ФЗ РФ от 22.04.1996г. «О рынке ценных бумаг» фондовая биржа может создаваться в форме некоммерческого партнёрства и не преследует цели получения собственной прибыли. Считаем, что используемая правовая конструкция ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» в отношении того, что субъектами предпринимательства являются хозяйствующие субъекты, представляется не совсем верной.

В настоящее время в российском законодательстве не приводится нормативного определения субъекта предпринимательства и учёные-цивилисты

ввиду недостаточного исследования этой категории избегают использовать данное понятие в своих научных исследованиях. Считаем, что субъектами предпринимательской деятельности являются физические лица и организации различных организационно-правовых форм и форм собственности (юридические лица и неюридические лица), обладающие определённым правовым статусом, занимающиеся предпринимательской и иными видами деятельности, не запрещёнными законом на постоянной основе в целях систематического получения прибыли (дохода) и на свой риск, зарегистрированные в установленном законом порядке.

Основные признаки субъектов предпринимательства:

- субъектами являются физические лица и организации, обладающие определённым правовым статусом;
- субъекты предпринимательской деятельности на постоянной основе занимаются предпринимательской и иной деятельностью, направленной на систематическое получение прибыли;
- субъекты предпринимательской деятельности несут предпринимательский риск, поскольку могут потерять то, что хотели бы первоначально получить;

Приводя классификацию субъектам предпринимательского права, необходимо отметить, что эти же основания можно использовать при классификации субъектов предпринимательства. Вместе с тем можно привести и дополнительные основания:

- в зависимости от распределения и осуществления предпринимательской деятельности на различных территориях: местные, региональные, межрегиональные, национальные, международные;
- в зависимости от количества участников в предпринимательской деятельности: индивидуальные и коллективные;
- по объёмам развития бизнеса: малое, среднее, крупное предпринимательство;
- по формам предпринимательства: индивидуальное, кооперативное, корпоративное, сельскохозяйственное.

Следовательно, становление и развитие рыночной экономики в России объективно требует от субъектов предпринимательства осуществления своей деятельности в соответствии с рыночными принципами функционирования, умения оперативно реагировать на изменения внешней среды, базироваться на рыночной системе хозяйствования и прогрессивных направлениях организации предпринимательской деятельности. Особенности развития отечественной экономики свидетельствуют о необходимости выделения особенностей правового статуса субъектов предпринимательства, и в первую очередь дефиниции понятия указанных субъектов. Считаем, что это приведёт к более полному пониманию сущности категории «субъекты предпринимательства» и развитию российского предпринимательства в целом.

### Список литературы

1. Кечекьян С.Ф. Правоотношение в социалистическом обществе. М., 1958. – 84с.
2. Дойников И.В. Предпринимательское право. Учебное пособие.- М.: «Издательство ПРИОР», 2002. – 374 с.
3. Халфина Р.О. Общее учение о правоотношении. М., 1974. – 114 с.
4. Мицкевич А.В. Субъекты советского права. М., 1962. - 213 с.
5. Лаптев В.В. Предпринимательское право: понятие и субъекты. М.: Юрист, 1997. – 140 с.; Предпринимательское(хозяйственное) право: Учебник в 2т./ Отв. Ред. О.М. Олейник. М., Юрист, 1999. – 727 с.
6. Пилецкий А.Е. Проблемы правового статуса субъектов предпринимательской деятельности // Правоведение. 2000. №2. С.179.
7. Палеев Р.Н. Основные морально-правовые аспекты регулирования предпринимательской деятельности. – М: ИКЦ «Академкнига», 2006. – 179 с.
8. Белых В.С. Правовое регулирование предпринимательской деятельности в России: монография.- М.: ТК Велби, Изд-во Проспект,2005. – 432с.

**УДК 340+378**

## **ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ЮРИСТОВ В БАВАРИИ (ГЕРМАНИЯ): ВЫПУСКНОЙ (КВАЛИФИКАЦИОННЫЙ) ЭКЗАМЕН**

***Р.В. Антропов, канд. юрид. наук, доцент***

**Забайкальский институт предпринимательства**

**Сибирского университета потребительской кооперации, г. Чита**

Германия, активно включившись в создание единой европейской системы обучения в вузах в рамках т.н. «Болонского процесса», при подготовке юристов по-прежнему применяет в образовательной практике государственный экзамен, содержание и процедура которого существенно отличаются от общеевропейских экзаменационных стандартов.

В статье рассмотрены отличительные особенности государственного (ассессорского) экзамена в Германии как допуска к юридической профессии; выявлены сопутствующие экзамену трудности; определены перспективы развития юридического образования в ФРГ.

**Ключевые слова:** юридическое образование в ФРГ; государственный (ассессорский) экзамен; особенности подготовки юридических кадров.

Сегодня в России утверждена новая федеральная целевая программа (ФЦП) развития образования на 2016–2020 годы, государственным заказчиком и координатором которой выступило Министерство образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России). В рамках программы предусмотрены, в частности, реализация комплексных проектов по созданию и внедрению новой структуры вузов, а также «обеспечение условий эффективного развития российского образования, формирование конкурентоспособного человеческого потенциала и повышение конкурентоспособности российского образования на всех уровнях, в том числе международном» [3].

В этой связи значительно возрастает значимость научных исследований, рассматривающих актуальные проблемы российского образования в сравни-

тельном контексте фрагментарного и целостного анализа прогрессивного европейского опыта, в основу которого входят программные положения Болонской декларации, возможность взаимного признания документов об образовании стран-участников единого образовательного пространства и наличие государственных систем профессиональной и независимой экспертизы его качества.

Актуальность избранной нами темы исследования и необходимость теоретико-практического разрешения поставленной проблемы обозначены следующим противоречием: Германия, будучи участницей создания, согласно Болонскому соглашению от 1999 года, единой европейской системы обучения в вузах, тем не менее, сохранила за собой допуск выпускников вузов к профессиям, которые регулируются и контролируются государством (учитель, врач, аптекарь, государственный служащий, адвокат, прокурор, судья и т.д.), посредством сдачи «государственного экзамена», природа и структура которого кардинально отличаются от международных и европейских стандартов итоговой оценки знаний выпускника (аттестации).

Таким образом, несмотря на частичную «болонизацию» немецкого юридического образования, именно «государственный экзамен» является инструментом контроля качества образования со стороны немецкого государства, которое выполняет данную функцию вместе с университетами. При запуске новых реформ юридического образования в России в действие, данный опыт был бы полезен, и позволил бы найти более безболезненный и оптимальный путь развития отечественного юридического образования в условиях реформирования («болонизации») высшей школы.

Действующая в Германии система классического юридического образования предполагает обучение исключительно при очной форме, не менее 4-ех лет, в госуниверситетах. Образовательный процесс завершается Первым юридическим государственным экзаменом (нем. Erste juristische Staatsprüfung). Затем следует двухлетняя подготовительная служба в правовом учреждении (нем. Vorbereitungsdienst), например, в суде или адвокатской конторе – т.н. референдарият (нем. Referendariat), который завершается Вторым госэкзаменом (нем. Zweite juristische Staatsprüfung). При реализации данной двухфазовой системы выпускник становится т.н. «полноправным юристом» (нем. «Volljurist») и способен сразу стать адвокатом или даже судьей [2].

Таким образом, после окончания правового референдарията студенту-юристу необходимо сдать Второй государственный (ассесорский) экзамен. Ассесорский экзамен находится в компетенции федеральных земель Германии. К концу своего практического обучения референдарии пишут от семи (Саар) до одиннадцати (Бавария) письменных контрольных работ (нем. Klausuren). Спустя около четырех месяцев после «клаузурной фазы» референдарии выходят на устный экзамен. Ход Первого и Второго государственных экзаменов, а также шкала их оценки в основном совпадают. Помимо материального права, взятого из структуры Первого госэкзамена, Второй госэк-

замен по содержанию охватывает также и процессуальное право, где на передний план выдвигаются в большей степени правоприменительная и судебная практика.

Именно при сдаче Второго юридического государственного экзамена, выпускник приобретает квалификацию, необходимую для исполнения обязанностей судьи (нем. *die Befähigung zum Richteramt*) и именуется «правовым ассессором» (нем. «*Rechtsassessor*», сокр. *Ass. Jur.* / лат. *Assessoriiuris* – заседатель (судебный)), т.е. кандидатом на административную или судебскую должность. А сам Второй госэкзамен, в свою очередь, называется «ассессорским экзаменом» (нем. «*Assessorexamen*»). Ранее в правовой системе Германии даже присутствовал термин «судебный ассессор» (нем. «*Gerichtsassessor*», сокр. *GerAss.*) [1].

В противоположность Первому государственному юридическому экзамену Второй госэкзамен представляет собой т.н. «чистый» экзамен. Соответственно, он является единственным в своем роде, организуется и проводится исключительно государственными экзаменационными учреждениями юстиции земель (нем. *Landesjustizprüfungsämter*). Принимают государственный экзамен экзаменаторы из числа судей (нем. *Richter*), прокуроров (нем. *Staatsanwälte*), государственных служащих (нем. *Beamte*), нотариусов (нем. *Notare*) или адвокатов (нем. *Rechtsanwälte*).

Тем самым ассессорский экзамен отличается от Первого госэкзамена, при котором помимо приглашенных экспертов – представителей юридических профессий, постоянно присутствуют университетские профессора.

В Баварии ежегодно устанавливается два срока сдачи Второго госэкзамена (нем. *Prüfungstermine*). Письменные экзамены проводятся каждый раз в июне и в ноябре / декабре. Устные экзамены начинаются в октябре и, соответственно, в апреле.

Оценка во Втором государственном юридическом экзамене, состоящем из письменной и устной частей, складывается из следующих достижений (нем. *Leistungen*) кандидата [5]:

- 11 клаузур формируют 75% итоговой оценки;
- устный экзамен формирует 25% итоговой оценки.

Второй государственный юридический экзамен – это выпускной экзамен (нем. *Abschlussprüfung*) для правовых референдариев и одновременно квалификационный экзамен согласно баварскому «Закону о продвижении по службе и специализации баварских служащих» (нем. «*Gesetz über die Leistungslaufbahn und die Fachlaufbahnen der bayerischen Beamten und Beamtinnen*» – *Leistungslaufbahngesetz*, сокр. *LlbG*) от 5 августа 2010 г. и §57 абз. 1 баварского «Положения об образовательном процессе и экзаменах на юридическом факультете» (нем. «*Ausbildungs- und Prüfungsordnung für Juristen*», сокр. *JAO*) от 13 октября 2003 (с изменениями от 01.01.2015 г.).

Области экзаменовки Второго госэкзамена в Баварии определены §58 баварского JAO: гражданское право и трудовое право (нем. *Zivilrecht und Arbeitsrecht*); уголовное право (нем. *Strafrecht*); публичное право (нем.

Öffentliches Recht); международное частное право (нем. Internationales Privatrecht); управление (нем. Verwaltung); прокуратура (нем. Anwaltschaft); экономика (нем. Wirtschaft), включая право Интернет (нем. Internetrecht), картельное право (нем. Kartellrecht), и т.д.; трудовое и социальное право (нем. Arbeits- und Sozialrecht); международное право и европейское право (нем. Internationales Recht und Europarecht); налоговое право (нем. Steuerrecht).

В Баварии, как впрочем, и во всей Германии, система оценки как за Первый госэкзамен, так и за Второй определяется «Положением об оценках за Первый и Второй юридический экзамен» (нем. «Verordnung über eine Noten- und Punkteskala für die erste und zweite juristische Prüfung», сокр. JurPrNotSkV) от 28 февраля 2011 г., и складывается одинаково:

- оценка «недостаточно» – «ungenügend» (0 пунктов);
- оценка «неудовлетворительно» – «mangelhaft» (1–3 пунктов);
- оценка «с существенными недостатками» / «сдано» – «ausreichend» (4–6 пунктов);
- оценка «удовлетворительно» – «befriedigend» (7–9 пунктов);
- оценка «полностью удовлетворительно» – «vollbefriedigend» (10–12 пунктов);
- оценка «хорошо» – «gut» (13–15 пунктов);
- оценка «очень хорошо» / «особенно выдающийся результат, отлично» – «sehr gut» (16–18 пунктов).

В Баварии ассессорский экзамен в 1993 году сдавали 2001 кандидатов, в 2003 году – 1958, в 2013 году – 1356. Таким образом, наблюдается значительный спад допущенных к квалификационным испытаниям лиц, что, в частности, указывает на определенные сложности студентов-юристов в обучении и прохождении ими промежуточных аттестаций.

В 2013 году оценку «очень хорошо» / «отлично» получили всего лишь 2 кандидата из 1356 допущенных лиц (0,15%), оценку «хорошо» – 24 кандидата (1,77%); оценку «полностью удовлетворительно» – 154 кандидата (11,36%), оценку «удовлетворительно» – 493 кандидата (36,36%), оценку «с существенными недостатками» / «сдано» – 495 кандидатов (36,50%). Не сдали экзамен – 188 кандидатов (13,86%) [4].

Таким образом, выпускные экзамены по юриспруденции в Германии считаются наиболее трудными из числа всех университетских испытаний. Средняя оценка за экзамен (нем. Durchschnittsnote) по юриспруденции гораздо ниже, нежели по другим образовательным программам. Преимущественно выставляются оценки «ausreichend» или «befriedigend». На Втором госэкзамене ежегодно «проваливаются» около 10% кандидатов.

Показательно, что именно в Баварии около 15% референдариев добиваются во время сдачи Второго государственного юридического экзамена т.н. «предиката» (нем. «Prädikat») – документа, подтверждающего сдачу экзамена на оценку выше среднего уровня (выше 9 баллов), т.е. на оценку «vollbefriedigend» и «befriedigend», что является допуском выпускника к

написанию докторской диссертации и для получения престижного места работы при государственной службе. Система «предикат-экзамена» (нем. «Prädikateexamen») существует не только в Баварии, но и в Баден-Вюртенберге, и в Саксонии, где так называемый «предикат» помогает выпускнику при зачислении на работу на государственную службу (нем. öffentliches Dienst).

Сегодня в Германии нет возможности, с получением степени магистра права (LL.M.) стать «полным» / «полноправным юристом» – «Volljurist». Немецкая система образования по-прежнему видит признак качества в подготовке «полного юриста», завершившего обучение успешной сдачей асессорского экзамена. По этой причине маловероятно, что в ближайшем будущем наличие степени LL.M., без сдачи соответствующего государственного экзамена, который предоставляют исключительно государственные университеты, даст возможность доступа к должности судьи, как, впрочем, и к должности нотариуса, адвоката или прокурора.

#### *Список литературы*

1. Антропов Р.В. Особенности вхождения в должность судьи в Германии: теория и практика специализированной подготовки юридических кадров // Судебная практика в Западной Сибири. – 2014. – №4. – С. 35–39.
  2. Антропов Р.В. Структурные особенности обучения юристов в современной высшей школе Германии: состояние, анализ, тенденции (по материалам немецкой печати) // Состояние и перспективы развития высшего образования в современном мире: материалы докладов Международной научно-практической конференции, Сочи, 9–10 сентября 2014 года. Часть II / Под ред. академика РАО Г.А. Борулавы. Сочи: НОУ ВПО МИУ. 2014. – С. 86–89.
  3. Об утверждении концепции ФЦП развития образования на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/docs/16479/> (дата обращения 15.01.2015).
  4. Bericht des Bayerischen Landesjustizprüfungsamtes für das Jahr 2013 [Электронный ресурс]. – URL: [https://www.justiz.bayern.de/media/pdf/ljpa/jahresberichte\\_mit\\_statistiken/bericht\\_2013.pdf](https://www.justiz.bayern.de/media/pdf/ljpa/jahresberichte_mit_statistiken/bericht_2013.pdf) (дата обращения 15.01.2015).
- Bundesamt für Justiz. Referat III 3 2224 III - B7 320/2013: Ausbildungsstatistik [Электронный ресурс]. – URL: [http://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/pdfs/Ausbildungsstatistik2012.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmj.de/SharedDocs/Downloads/DE/pdfs/Ausbildungsstatistik2012.pdf?__blob=publicationFile) (дата обращения 15.01.2015)

## ПРОКУРОРСКИЙ ПРОТЕСТ КАК АКТ РЕАГИРОВАНИЯ НА НАРУШЕНИЯ КОНСТИТУЦИОННЫХ ПРАВ ГРАЖДАН

*А.Н. Берглезов, ассистент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье проводится анализ практики принесения прокуратурой протестов на правовые акты, нарушающие права и свободы граждан, а также приводятся статистические данные о количестве принесенных протестов органами прокуратуры Новосибирской области и вносятся предложения по совершенствованию прокурорско-надзорной практики.

**Ключевые слова:** прокурорский надзор, права и свободы гражданина, акты прокурорского реагирования

Протест прокурора представляет собой одно из основных средств его реагирования на выявленные нарушения закона. Протест приносится на правовой акт противоречащий закону в орган или должностному лицу, которые издали этот акт, либо в вышестоящий орган или вышестоящему должностному лицу. Орган или должностное лицо обязаны рассмотреть протест прокурора в течение 10 дней с момента его поступления, а если протест приносится представительному (законодательному) органу государственной власти или местного самоуправления протест должен быть рассмотрен на ближайшей сессии данного органа. О результатах рассмотрения протеста орган или должностное лицо, которому он был внесен, обязан информировать прокурора в письменной форме. Если протест внесен коллегиальному органу, то на заседание по его рассмотрению приглашается прокурор внесший протест. Протест может быть отозван до его рассмотрения внесшим его прокурором. За неисполнение законных требований прокурора предусмотрена административная ответственность в соответствии со статьей 17.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях [1]. Принесение протестов в порядке конституционного надзора направлено на оперативное устранение правонарушений. Принимая меры к предупреждению и устранению нарушений закона при издании актов, прокурор способствует выполнению задач повышения эффективности управленческой деятельности. Опротестование незаконных актов направлено на охрану интересов личности, общества и государства.

Согласно статье 23 Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации» протест приносится в орган, издавший незаконный акт, или в вышестоящий орган. В том же порядке опротестовывается незаконный акт, должностного лица [2].

Не отрицая полезности этих мер для более оперативного устранения правонарушений, полагаю, что устные обращения не могут рассматриваться ни как протесты, ни как акты прокурорского реагирования вообще. По смыслу Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации» принесение протеста следует понимать как направление адресату соответству-

ющего документа. Представляется, что в Федеральном законе «О прокуратуре Российской Федерации» специально не оговорено принесение протеста в письменной форме только потому, что это заведомо предполагается (в противном случае можно было бы говорить и об «устных представлениях» и об «устных постановлениях»). Устное обращение прокурора не влечет возникновение прокурорско-надзорных правоотношений.

На практике возникает вопрос о праве прокурора опротестовывать акты, нарушающие права граждан, для обжалования которых установлен специальный порядок: приказы об увольнении, о переводе на другую работу, о привлечении к дисциплинарной и материальной ответственности. Некоторые прокуроры при поступлении жалоб по таким вопросам отказывают в принесении протестов, ограничиваясь разъяснением порядка обжалования (в порядке подчиненности, в комиссию по трудовым спорам, в суд). Эта позиция отражена в научной литературе, вызывает мнение о необходимости исключить или ограничить возможность опротестования прокурорами подобных актов, поскольку это приведет к нарушению порядка обжалования.

Полагаю, что для этого нет оснований, поскольку Федеральный закон «О прокуратуре Российской Федерации» не содержит указанных ограничений. Принятие такой рекомендации приведет к значительному сужению пределов надзора за законностью актов. То, что граждане имеют возможность обжаловать незаконные акты не только в суд и в вышестоящие органы, но и в прокуратуру, расширяет возможность реализации ими гарантированного Конституцией РФ права на обращение с жалобами [3]. Однако принесение протестов на указанные акты целесообразно тогда, когда усматривается нарушение закона.

Утверждение о недопустимости использования протеста как средства восстановления нарушенных прав и свобод представляется неверным, потому что оно находится в противоречии с необходимостью оперативного устранения нарушений действующего законодательства. Обращение с протестом к руководителю, издавшему незаконный правовой акт, может повлечь быстрое устранение правонарушения. Оперативный порядок рассмотрения протеста на противоречащий закону правовой акт не позднее чем в 10 дневный срок с момента его поступления определен статьей 23 Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации».

В соответствии с Федеральным законом «О прокуратуре Российской Федерации» прокурор в протесте вправе потребовать отмены акта или приведение его в соответствие с законом. А также восстановления нарушенного права в зависимости от характера допущенных нарушений. Отмены акта прокурор требует тогда, когда содержание полностью не соответствует закону. Приведение же акта в соответствие с законом означает внесение в него изменений, устраняющих его противоправность. Наряду с указанными требованиями прокурор должен потребовать восстановления прав граждан, что связано с устранением незаконных последствий издания противоречащих закону актов (например, восстановить на работе незаконно уволенного работника).

В некоторых случаях при наличии оснований в протесте предлагается привлечь к дисциплинарной или материальной ответственности нарушителей закона, виновных в издании незаконных актов. В этих случаях прокурор руководствуется не только статьей 23, но и подпунктами 2 и 3 статьи 22 Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации», закрепляющими полномочия прокурора требовать привлечения лиц, нарушивших закон, к иной установленной законом ответственности.

Так, за 2014 год прокурорами Новосибирской области выявлено 3708 нарушений, относящихся к сфере трудового законодательства. В целях их устранения опротестованы 83 незаконных правовых акта, внесено 500 представлений. К дисциплинарной ответственности по представлениям прокуратуры привлечены 69 лиц, в административном порядке наказаны 325 руководителей, что свидетельствует об эффективности протеста как акта прокурорского реагирования для восстановления нарушенных прав граждан [4].

Несмотря на то, что последние годы круг полномочий прокуратуры претерпел значительные изменения, тем не менее, прокуратура по-прежнему на страже законности, она действует от имени общества в строгом соответствии с Конституцией и законами РФ. Независимость от органов власти и местного самоуправления, недопустимость вмешательства в ее деятельность определяют своеобразное место прокуратуры в государственном механизме. Прокуратура остается практически безальтернативным органом акты реагирования которой способны восстановить нарушенные права граждан. Так или иначе прокуратура вынужденно вовлекается в решение задач органов исполнительной власти, подменяя контролирующие органы.

Вот и получается, что прокуратура зачастую является последней инстанцией, где люди могут решить и решают свои проблемы. Однако доверие населения автоматически налагает ответственность, связанную с неизбежным увеличением нагрузки на прокуроров, что в свою очередь, влечет опасность ослабления внимания к качеству и срокам разрешения жалоб. Обозначенная проблема требует комплексного решения, в том числе посредством предотвращения и устранения нарушений законности (максимальное использование анализа обращений граждан при планировании надзорной деятельности и принесении протестов), а также усиления внутриведомственного контроля руководства органов прокуратуры за разрешением жалоб и принятием мер прокурорского реагирования подчиненными сотрудниками.

#### *Список литературы*

1. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ// Собрание законодательства Российской Федерации.- 2002.- № 1.- Ст.1; Российская газета.-2001.- № 256; Парламентская газета.- 2002.- № 2-5.
2. О прокуратуре Российской Федерации: Федеральный закон от 17 декабря 1992 г. № 2202-1// Собрание законодательства Российской Федерации.- 1992.- № 47.- Ст.4472; Российская газета.- 1992.- № 229.

3. Конституция Российской Федерации от 12 декабря 1993 г с поправками 2014 года.// Официальный интернет портал правовой информации [www.pravo-gov.ru](http://www.pravo-gov.ru) [Электронный ресурс].
4. Официальный сайт прокуратуры Новосибирской области.- [www.prokuratura-nso.ru](http://www.prokuratura-nso.ru) Дата посещения 21.02.2015 г.
5. Стрельников В. Десять дней на любой протест. Прокуратура ориентирована на усиление контроля// ЭЖ-Юрист.-2011.-№ 31.-С.22-30.

## УДК 336.7

### НАДЗОР И НАБЛЮДЕНИЕ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЕ

*Богданова Н.А., старший преподаватель*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье анализируются направления надзора в национальной платежной системе. Рассматриваются полномочия Банка России в области надзора, а также меры принуждения, применяемые ЦБ РФ.

**Ключевые слова:** национальная платежная система, надзор и наблюдение в национальной платежной системе, Банк России, функции Банка России.

Федеральным законом от 27.06.2011 N 161-ФЗ «О национальной платежной системе» (далее ФЗ «о НПС») установлены правовые и организационные основы национальной платежной системы РФ, порядок осуществления надзора и наблюдения в национальной платежной системе. Нормы ФЗ «о НПС» были конкретизированы в нормативных актах Банка России, в т.ч. в Положении от 31 мая 2012 г. № 380-п «О порядке осуществления наблюдения в национальной платежной системе» и Положении от 9 июня 2012 г. № 381-п «О порядке осуществления надзора за соблюдением не являющимися кредитными организациями операторами платежных систем, операторами услуг платежной инфраструктуры требований Федерального закона от 27 июня 2011 года N 161-ФЗ «О национальной платежной системе»».

В соответствии со ст.31 ФЗ «о НПС» Банк России обеспечивает надзор и наблюдение за соблюдением операторами по переводу денежных средств (кредитными организациями), операторами платежных систем, операторами услуг платежной инфраструктуры требований ФЗ «о НПС» и нормативных актов ЦБ РФ. Целью надзора и наблюдения в национальной платежной системе является обеспечение стабильности национальной платежной системы и ее развитие.

Надзор в НПС является новым направлением деятельности Банка России. Можно выделить два направления в надзоре ЦБ РФ за функционированием НПС: во-первых, деятельность по надзору за отдельными институциональными элементами национальной платежной системы, во-вторых, дея-

тельность, направленную на стимулирование повышения уровня безопасности и эффективности платежных систем в целом.

Осуществляя надзорную деятельность ЦБ РФ определяет формы и сроки предоставления отчетности, запрашивает и получает у поднадзорных субъектов необходимые документы и информацию, в том числе содержащую персональные данные, анализирует полученную информацию, осуществляет инспекционные проверки, применяет предупредительные и принудительные меры принуждения. В результате ЦБ РФ оценивает, в какой мере создаваемые и действующие платежные системы являются безопасными и эффективными.

ЦБ РФ осуществляет надзор за деятельностью субъектов НПС в рамках существующего банковского надзора с учетом требований ФЗ «о НПС». Согласно ч.3 ст. 31 ФЗ «о НПС» надзор за соблюдением кредитными организациями требований ФЗ «о НПС» и принимаемых в соответствии с ним нормативных актов ЦБ РФ осуществляется Банком России в соответствии с банковским законодательством, а в отношении поднадзорных организаций (операторов платежных систем, операторов услуг платежной инфраструктуры, не являющихся кредитными организациями) – непосредственно в соответствии с законодательством о НПС и нормативными актами Банка России. Исключением для кредитных организаций является случай, предусмотренный ч.8 ст. 34 ФЗ «о НПС», согласно которому к кредитным организациям применима мера об исключении из реестра операторов платежных систем так же, как и для операторов платежных систем, не являющихся кредитными организациями.

Осуществляя надзор за НПС ЦБ РФ проводит дистанционные и инспекционные проверки операторов платежных системы и операторов услуг платежной инфраструктуры, в роли которых могут выступать как кредитные организации, так и организации, не являющиеся кредитными, применяя в отношении нарушителей меры принуждения, предусмотренные ст.74 ФЗ «о ЦБ» и ст.34 ФЗ «о НПС».

Банк России проводит как плановые инспекционные проверки (не чаще одного раза в два года в соответствии с утвержденным планом проверок), так и внеплановые проверки при нарушении бесперебойности функционирования значимой платежной системы. Срок проведения инспекционной проверки Банка России не может превышать три месяца.

Если нарушения требований ФЗ «о НПС» или принятых в соответствии с ним нормативных актов Банка России поднадзорной организацией непосредственно не влияют на бесперебойность функционирования платежной системы, а также не влияют на услуги, оказываемые участникам платежной системы и их клиентам, Банк России: доводит до сведения органов управления поднадзорной организации информацию о выявленном нарушении в письменной форме с указанием допущенного нарушения и срока, в течение которого такое нарушение должно быть устранено; направляет органам управления поднадзорной организации рекомендации по устранению выявленного нарушения и рекомендует им представить в надзорный орган программу мероприятий, направленных на устранение нарушения.

Если допущенные нарушения влияют на бесперебойность функционирования платежной системы; влияют на услуги, оказываемые участникам платежной системы и их клиентам; допускаются повторно в течение последних 12 месяцев; не выполняются в установленный срок предписания ЦБ РФ; не устранены нарушения, информация о которых была доведена Банком России до сведения поднадзорной организации, то Банк России применяет меры принуждения, а именно: направляет предписание об устранении нарушения с указанием срока для его устранения; ограничивает (приостанавливает) предписанием оказание операционных услуг, в том числе при привлечении операционного центра, находящегося за пределами РФ, и (или) услуг платежного клиринга.

В случае неоднократного невыполнения предписаний с требованием об устранении нарушения, влияющего на бесперебойность функционирования платежной системы, в течение одного года со дня направления первого предписания Банка России об устранении такого нарушения Банк России исключает оператора платежной системы из реестра операторов платежных систем.

По характеру применяемых мер ФЗ «о НПС» четко разделяет кредитные и некредитные поднадзорные организации.

В отношении кредитных организаций признана возможность применения к ним мер в соответствии с требованиями ст. 34 Закона о НПС и ст. 74 ФЗ о ЦБ РФ.

В отношении некредитных организаций и должностных лиц (как кредитных, так и некредитных организаций) применяется административное наказание в соответствии со ст. 15.36 КоАП (Неисполнение оператором платежной системы требований законодательства РФ о НПС, выразившееся в приостановлении (прекращении) в одностороннем порядке оказания услуг платежной инфраструктуры участнику (участникам) платежной системы и его (их) клиентам, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от ста тысяч до одного миллиона рублей, а повторное в течение года неисполнение оператором платежной системы, операционным центром, платежным клиринговым центром предписания ЦБ РФ, направленного им при осуществлении надзора в НПС, - влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей).

Наблюдение в НПС, согласно ФЗ «о НПС», означает деятельность Банка России по совершенствованию субъектами НПС своей деятельности и оказываемых ими услуг, а также по развитию платежных систем, платежной инфраструктуры на основе рекомендаций Банка России.

Наблюдение в национальной платежной системе включает три вида деятельности Банка России:

1. Мониторинг - сбор, систематизация и анализ информации о деятельности наблюдаемых организаций, других субъектов национальной платежной системы и связанных с ними объектов наблюдения. Указанная деятельность дает право ЦБ запрашивать и получать от наблюдаемых организаций

информацию об оказываемых ими платежных услугах, услугах платежной инфраструктуры. При этом в части организаций федеральной почтовой связи установлены ограничения в отношении сведений, отнесенных к тайне связи, доступ к которым возможно получить при условии согласования с федеральным органом исполнительной власти в области связи.

2. Оценка - оценка деятельности наблюдаемых организаций и связанных с ними объектов наблюдения. Наблюдаемые организации должны соответствовать рекомендациям Банка России, к которым относятся собственные рекомендации ЦБ РФ, рекомендации по использованию стандартов или лучшей мировой и отечественной практики при условии их опубликования в изданиях Банка России на русском языке. ЦБ РФ предоставлено полномочие по изданию методических разъяснений по использованию таких рекомендаций. На основании результатов оценки разрабатываются мероприятия по изменениям, и в случае отказа организации от принятия предложенных изменений ЦБ РФ может опубликовать информацию о таком отказе. Фактически рекомендации являются обязательными для выполнения.

3. Инициирование изменений - подготовка по результатам указанной оценки предложений по изменению деятельности оцениваемых (наблюдаемых) организаций и связанных с ними объектов наблюдения.

В сфере наблюдения в НПС Банк России осуществляет мониторинг деятельности операторов платежных систем и операторов услуг платежной инфраструктуры, функции которых выполняют как кредитные, так и организации, не являющиеся кредитными. За Банком России закреплены полномочия по наблюдению за организациями, не являющимися кредитными, при осуществлении ими деятельности по оказанию платежных услуг, такими как банковские платежные агенты (субагенты), операторы связи, операторы по приему платежей, организации федеральной почтовой связи.

**УДК 336.14**

## **ЮРИДИЧЕСКАЯ НАУКА КАК ПРАВОВАЯ ОСНОВА ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ АДМИНИСТРАТИВНО- ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО УСТРОЙСТВА УКРАИНЫ**

*Р. В. Губань, канд. юрид. наук, доцент*  
Национальный педагогический университет  
имени М.П. Драгоманова, г. Киев

В статье рассматривается состояние административно-территориального устройства Украины и анализируются его недостатки. В то же время делается вывод, что с помощью правовой науки возможно провести реформу административно-территориального устройства государства, которая станет базисом для проведения реформы местного самоуправления.

**Ключевые слова:** административно-территориальная единица, административно-территориальное устройство, город, поселок, село.

Особенность юридической науки состоит в том, что с ее помощью можно модернизировать не только саму юридическую науку, но и целые сектора экономики или целые институты государственного управления. Это утверждение в полной мере относится и к административно-территориальному устройству государства.

К сожалению, сегодня административно-территориальное устройство Украины не соответствует необходимым стандартам. И это признают не только государственные чиновники, но и ученые. Так авторы учебника «Конституционное право Украины» отметив, что административно-территориальное устройство Украины уже не в полной мере соответствует политическим и социально-экономическим реалиям, которые сложились в Украине, поскольку в основном административно-территориальное устройство государства сложилось еще в 1930-х годах[1, с. 375], отметили, что в связи с сложностью социально-экономических и политических процессов, происходящих в Украине, система административно-территориального деления требует своего дальнейшего совершенствования и законодательного регулирования[1, с. 378]. Этому же мнения придерживается и Г. С. Филимошина. Она, в частности, отмечает: «Необходимость принятия Закона Украины «О территориальном устройстве» обусловлена также насущной необходимостью отменить действие устаревших нормативных актов советского периода. Нужно отменить Указ Президиума Верховного Совета Украинской ССР «О порядке решения вопросов административно-территориального устройства Украинской ССР» от 12 марта 1981 г. и Постановление Президиума Верховного Совета Украинской ССР «О практике применения законодательства о порядке наименования и переименования административно-территориальных единиц и населенных пунктов республики » от 29 июля 1980 г.[2, с. 96].

Авторы учебника «Общие положения местного самоуправления в Украине» также утверждают, что сегодня в условиях независимого государства, разделения и децентрализации власти, демократизации общества и построения рыночной экономики существующая система административно-территориального устройства не соответствует новым условиям и требует существенных изменений [3, с. 228].

Профессор М. И. Карлин также отмечает, что существующий в Украине районный и областной разделение уже не соответствует сегодняшним реалиям, особенно экономическим и устойчивого развития[4, 179]. М. В. Питцык, Ю. И. Ганущак, Д. Шиманке, Х. Цимерманн обращают внимание на то, что начиная с 60-х годов административно-территориальное устройство все больше формировалось исходя из узко-партийных интересов, таких, например, как количество членов партии. В этом они видят одну из причин нынешней искаженной, а порой и бестолковой системы административно-территориального устройства [5, с. 4].

А вот управляющий делами исполнительного аппарата Хмельницкого областного совета В. Г. Брицкий заявил, что нынешняя система административно-территориального устройства настолько архаичная и противоречивая,

что обеспечить способность большинства общин выполнять предоставленные законом полномочия просто невозможно [6, с. 35]. Собственно, такого же мнения и А. Б. Гетман: «Территориальная основа местного самоуправления должна быть изменена для расширения прав и возможностей муниципальной власти» [7, с. 53].

Значительный перечень недостатков правового регулирования в сфере административно-территориального устройства наводят и авторы учебного пособия Конституционное право Украины А. В. Совгиря и Н. Г. Шуклина: «Несовершенство в классификации городов, отсутствие четких критериев для образования районов, а также отнесения населенных пунктов к категории сел, поселков, городов, порядка образования районов в городах» [8, с. 461].

Директор Научно-исследовательского института геодезии и картографии Юрий Карпинский обратил внимание и на другие недостатки административно-территориального устройства на областном уровне. Так, он обратил внимание, что наиболее неудобная конфигурация Кировоградской, Одесской, Черкасской областей и Автономной Республики Крым. Вытянутость, сложные формы, а также неудовлетворительное развитие транспортной сети формируют довольно неудобную периферийность [9]. Кроме этой проблемы ученые указывают и еще на одну - доступность железной дороге от областных центров. Так, Ужгород, Николаев, Херсон не имеют прямого железнодорожного сообщения с периферийными административными районными [10, с. 34].

А.Г. Кучабский считает, что реформирование административно-территориальной структуры в современной Украине является принципиальной проблемой. От ее успешного решения зависит эффективность функционирования и развития украинского общества на длительный период [11, с. 168]. В. П. Новик считает, что «Анализ социально-экономического развития регионов Украины последних лет позволяет сделать вывод, что закреплена Конституцией Украины модель административно-территориального устройства продемонстрировала недостаточную способность в условиях рыночной экономики результативно и эффективно влиять на процессы социально-экономического и культурного развития территорий, обеспечивать качественный уровень предоставления общественных услуг населению, соответствующего европейским стандартам» [12, с. 101]. На это обращал внимание и академик НАН Украины Ю. Шемшученко: «Несовершенство административно-территориального устройства негативно влияет на систему местного самоуправления и предоставления государственных и общественных услуг» [13, с. 7]. А. Б. Гетман также отметил: «Существующий административно-территориальный устройством тормозит становление одного из основных институтов европейской демократии - местного самоуправления» [14, с. 269].

Но ученые не только критикуют сложившуюся ситуацию, но и вносят свои предложения. В частности И. И. Магновский считает, что при реформировании АТУ необходимо учитывать диспропорцию размещения населе-

ния, диспропорції господарського потенціала територіальних одиниць, етнонаціональний склад областей і регіонів [15, с. 113]. А. М. Оргиєц вважає, що на значительній території України во время реформування адміністративно-територіального устрою нарівні з соціально-економічним і географічним фактором значительну роль буде грати етнонаціональний фактор [16, с. 340]. В. А. Явор теж вважає, що система адміністративно-територіального устрою не відповідає типу розселення етносообществ і не забезпечує задоволення етнокультурних потребностей всіх членів поліетнічного общества [17, с. 416].

Таким образом, можна зробити висновок, що з допомогою правової науки можливо провести реформу адміністративно-територіального устрою держави, котра стане базисом для проведення реформи місцевого самоуправління.

#### *Список литературы*

1. Конституційне право України: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. В. П. Колісника та Ю. Г. Барабаша.- Х.: Право, 2008.- 416 с.
2. Філімошина Г.С. Рівні населених пунктів в Україні // Актуальні проблеми функціонування держави та тенденції захисту прав і свобод людини. Збірник матеріалів юридичної науково-практичної інтернет-конференції «Актуальна юриспруденція».-м. Київ, 4 жовтня 2011 року. Тези наукових доповідей.-К.: 2011.-С. 94-97.
3. Загальні засади місцевого самоврядування в Україні: підручник / авт.-упоряд.: В. М. Вакуленко, М. К. Орлатий, О. С. Ігнатенко та ін. За заг. Ред. В. М. Вакуленка, М. К. Орлатого. – К.: НАДУ, 2010.- 400 с.
4. Карлін М. І. Необхідність поетапного підходу до проведення адміністративно-територіальної реформи в регіонах України // Актуальні проблеми державного управління на сучасному етапі державотворення: Матеріали наук.-практ. Конф. (27 жовтня 2011 р.). м. Луцьк / За наук. Ред. Т. М. Литвиненко, В. Я. Малиновського.- Луцьк: Спд. Гадяк Жанна Володимирівна, 2011.- С. 178-180.
5. Пітцик М. В., Ганущак Ю. І., Шиманке Д., Цимерманн Х. Міста та громади в адміністративно-територіальній реформі в Україні / Міжнародний досвід та практичні пропозиції.-К., 2008.-136 с.
6. Брицький В. Г. Сучасні проблеми місцевого самоврядування в контексті адміністративного реформування розвитку регіонів // Конституційні засади державного управління та місцевого самоврядування в Україні: Збірник тез Всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої 15-річчю прийняття конституції України (м. хмельницький, 17 червня 2011 року).-Хмельницький: Хмельницький університет управління та права, 2011.-С. 33-38.
7. Гетьман А. Б. Теоретичні та практичні проблеми реформування адміністративно-територіального устрою України // Конституційні засади державного управління та місцевого самоврядування в Україні: Збірник тез Всеукраїнської науково-практичної конференції присвяченої 15-річчю прийняття конституції України (м. хмельницький, 17 червня 2011 року).-Хмельницький: Хмельницький університет управління та права, 2011.-С. 52-55.

8. Конституційне право України. Повний курс: навч. Посіб. / О. В. Совгіря, Н. Г. Шуклінаю-2-ге вид. перероб і допов.-К.: Юрінком Інтер, 2012.- 544 с.
9. Карпінський Ю. Аналіз проблем сучасного стану адміністративно-територіального устрою України [Електронний ресурс].-Режим доступу: <http://www.kyiv-obl.gov.ua/Docs/1AR-2.doc>
10. Правові засади оптимізації адміністративно-територіального устрою України: Монографія / Кресіна І. О. (керівник авт. кол.); Береза А. В., Вітман К. М. Грицяк Д. І., Коваленко А. А., Кукуруз О. В., Лойко Л. І., Матвієнко А. С. Олещенко В. І., Панкулич Л. А. Стойко О. М., Ходаківський М. Д., Явір В. А. / За ред. І. О. Кресіної –К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України; Видавництво «Логос», 2013.-296 с.
11. Кучабський О. Г. Адміністративно-територіальна організація України: теорія, методологія, механізми становлення: монографія Олександр Кучабський.- Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2010.-316 с.
12. Новик В. П. Реформування адміністративно-територіального устрою у контексті конституційної реформи в Україні // Актуальні проблеми конституційного права та державотворення: Зб. Наук. праць. Частина І. / За заг. Ред. В. М. Олуйка.- Хмельницький: Вид-во Хмельницького університету управління та права, 2008.- С. 100-104.
13. Шемшученко Ю. С. Теоретичні проблеми державознавства і правознавства в умовах глобалізації: Збірник наукових статей.-К.: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2007.-132 с.
14. Гетьман А. Б. Проблеми сучасного адміністративно-територіального устрою України як територіальної основи місцевого самоврядування // Актуальні проблеми конституційного права та державотворення: Зб. Наук. праць. Частина ІІ. / За заг. Ред. В. М. Олуйка.- Хмельницький: Вид-во Хмельницького університету управління та права, 2008.- С. 268-271.
15. Магновський І. Й. Конституційні засади територіального устрою України: погляд сьогодення // Вчені записки Таврійського Національного університету ім. В. І. Вернадського. Науковий журнал. Серія “Юридичні науки”. Том 22(61).-№1.- С. 108-114.
16. Оргієць О. М. Розробка моделі комунізованих адміністративно-територіальних одиниць базового рівня в умовах етнонаціонального різноманіття // Теорія та практика державного управління: зб. наук. пр. \_ Х.: Вид-во Хар РІНАДУ «Магістр», 2012.- Вип. 2.- С. 339-346.
17. Явір В. А. Етнополітичні виклики адміністративно-територіального устрою України // Правова держава. Випуск 24.-К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2013.- С. 412-419.

## ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ОЦЕНКИ РЕГУЛИРУЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ПРОЕКТОВ ПРАВОВЫХ АКТОВ В ОРГАНАХ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

*А.Б. Дидикин, канд. юрид. наук, старший научный сотрудник*  
Институт философии и права СО РАН, г. Новосибирск

Статья посвящена правовым аспектам внедрения механизма оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных правовых актов в органах местного самоуправления с 2015 г. Проводится анализ нормативно-правовой основы применения оценки регулирующего воздействия с участием предпринимателей и общественных объединений. Рассматривается предметная область оценки регулирующего воздействия, виды правовых актов и регулируемых ими общественных отношений, которая затрагивает вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности.

**Ключевые слова:** оценка регулирующего воздействия, публичные консультации, уполномоченный орган, орган-разработчик, заключение об оценке регулирующего воздействия.

Институт оценки регулирующего воздействия (далее - ОРВ) проектов правовых актов в сфере предпринимательства в последние годы становится ключевым инструментом для участия бизнеса в обсуждении и принятии экономически значимых решений [1, с. 63-64]. С 2010 г. оценку регулирующего воздействия активно развивают и используют в нормотворчестве федеральные органы исполнительной власти при содействии Департамента ОРВ Минэкономразвития РФ, а с 2013 г. процедуры ОРВ на основании Указа Президента №601 от 07.05.2012 распространяются на региональный и местный уровни [2]. Применение ОРВ на этапе разработки нормативного правового акта во время публичных консультаций позволяет прогнозировать социальные и экономические последствия правоприменения, учет которых важен с точки зрения оптимизации бюджетных расходов, реализации целевых программ и инвестиционных проектов [3, с. 19-20]. Поэтому развитие законодательства об ОРВ ставит перед органами местного самоуправления задачу выбора наиболее эффективной организации и модели оценки регулирующего воздействия муниципальных правовых актов.

Федеральный закон №176-ФЗ от 2 июля 2013 г. вносит изменения в федеральный закон №131-ФЗ в части поэтапного внедрения ОРВ проектов правовых актов, и экспертизы действующих правовых актов в органах местного самоуправления. Ч.3 статьи 46 данного закона регулирует общие положения об ОРВ проектов муниципальных правовых актов. При этом понятие муниципального правового акта понимается в федеральном законе достаточно широко, то есть включает в себя как правовые акты, принятые представительным органом муниципального образования, так и правовые акты главы муниципального образования и местной администрации. Тем не менее, перечень таких муниципальных правовых актов ограничен только теми документами, которые затрагивают предпринимательскую и инвестиционную дея-

тельность в муниципальном образовании. Это ограничивает предметную область ОРВ сферой экономических отношений [4, с. 3].

Цели проведения ОРВ в законе определяются в контексте выявления *избыточных обязанностей, запретов и ограничений*, то есть административных барьеров для ведения предпринимательской деятельности. В процессе проведения ОРВ могут быть также выявлены *необоснованные расходы* предпринимателей и местных бюджетов при исполнении требований муниципальных правовых актов. Тем самым в законе заданы ориентиры по установлению предмета ОРВ и определения перечня проектов муниципальных правовых актов, которые подлежат ОРВ на местном уровне.

Следует отметить, что ОРВ всегда распространяется на проекты нормативных правовых актов, и не может совпадать по процедурам и срокам проведения с антикоррупционной или лингвистической экспертизой.

Закон содержит нормы о поэтапном введении ОРВ проектов муниципальных правовых актов в различных видах муниципальных образований [5]. Сначала такие процедуры вводятся в крупных по численности населения городских округах, административных центрах субъектов РФ – с 1 января 2015 года. Отсюда следует, что в 2014 году субъекты РФ должны принять изменения в региональное законодательство и оказывать содействие в разработке муниципальных правовых актов о введении ОРВ административным центрам.

Муниципальные районы по закону внедряют ОРВ с 1 января 2016 года, и эти решения станут основой для подготовки к внедрению ОРВ в городских и сельских поселениях в составе муниципального района. Такой же порядок предусмотрен для органов местного самоуправления внутригородских территорий Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя, учитывая различия в организации системы местного самоуправления в этих городах федерального значения.

Иные муниципальные образования, к которым относятся городские поселения, сельские поселения и внутригородские районы, вводят ОРВ последними – с 1 января 2017 года, опираясь на сложившуюся практику проведения ОРВ в городских округах и муниципальных районах.

Внедрение в муниципальном образовании механизма ОРВ основывается на формировании муниципального информационного ресурса и экспертной площадки для выработки и трансляции эффективных решений. Механизм работы такого ресурса – это установление четкой и прозрачной системы критериев и методов ОРВ проектов муниципальных правовых актов, которые используют привлеченные эксперты, предприниматели и должностные лица органов местного самоуправления. Этапы внедрения ОРВ могут быть следующими.

*Утверждение уполномоченного органа.* Первым решением для внедрения ОРВ должно быть определение в структуре местной администрации уполномоченного органа – структурного подразделения, ответственного за экономическое развитие, или правового отдела, либо структуры, обеспечи-

вающей поддержку предпринимательства. Практика показывает, что чаще всего муниципальные образования (Ульяновск, Екатеринбург, Челябинск) выбирают присвоение статуса уполномоченного органа экономического департаменту.

*Выбор модели организации ОРВ.* В зависимости от структуры и штатной численности органов местного самоуправления, а также модели организации местного самоуправления в муниципальном образовании возможен выбор *централизованной модели* (уполномоченный орган проводит публичные консультации и готовит заключения об ОРВ), либо *децентрализованной модели* (органы-разработчики проводят публичные консультации, составляют сводные отчеты об итогах таких консультаций, а уполномоченный орган оценивает качество соблюдения процедур, и готовит заключения об ОРВ). Также допустимо и целесообразно продумать использование *смешанной модели* (привлечение к публичным консультациям и обеспечению публичности диалога власти и бизнеса совещательных и консультативных органов, в том числе создание специального совещательного органа по ОРВ и экспертизе). Наиболее удачным станет расширение уже существующих в муниципальном образовании советов по поддержке предпринимательства, либо создание специализированных экспертных советов.

*Утверждение Порядка проведения ОРВ.* Детальное регулирование процедур ОРВ осуществляется на основе утвержденного порядка, который может быть введен правовым актом представительного органа муниципального образования, либо правовым актом главы муниципального образования (главы местной администрации) в зависимости от структуры и организации работы органов местного самоуправления.

Полезным шагом для внедрения является подписание *рамочных соглашений о взаимодействии* с деловыми ассоциациями, общественными объединениями, предпринимательскими сообществами. Основная цель таких соглашений – расширение круга потенциальных участников публичных консультаций, обмен информацией и повышение активности предпринимателей.

Необходимым условием становится и *размещение информации об ОРВ на официальном сайте местной администрации*, включая нормативные правовые акты, формы документов, информацию о публичных консультациях и размещение итоговых заключений об оценке регулирующего воздействия. Основой для подготовки муниципальных правовых актов являются положения регионального законодательства, утвержденные в соответствии с федеральным законом №176-ФЗ от 02.07.2013.

Публичные консультации в рамках ОРВ проектов муниципальных правовых актов вводятся в действие с 1 января 2015 г. в городских округах - административных центрах субъектов РФ. Остальные муниципальные образования могут участвовать во внедрении ОРВ в качестве пилотных муниципалитетов при методической поддержке уполномоченного регионального органа власти.

Каким образом реализуются модели проведения оценки регулирующего воздействия в Новосибирской области? Прежде всего, следует отметить, что на региональном и местном уровнях у нас активно внедряется и используется смешанная модель ОРВ.

В Новосибирской области ОРВ проектов нормативных правовых актов областных исполнительных органов государственной власти утверждена постановлением Губернатора Новосибирской области от 21 июля 2014 г. №116 [6]. Формы документов для проведения ОРВ введены Приказом Минэкономразвития НСО №112 от 21 июля 2014 г. [7]

Уполномоченным органом по проведению оценки регулирующего воздействия является Министерство экономического развития Новосибирской области (постановление Губернатора Новосибирской области от 28 марта 2013 г. №69), а также созданный при Минэкономразвития НСО совещательный орган – Экспертный совет по оценке регулирующего воздействия (Приказ Минэкономразвития НСО от 2 апреля 2013 г. №44) [8]. В состав Экспертного совета вошли представители из различных сфер бизнеса и представители общественных объединений, ориентированных на защиту интересов предпринимателей.

Информация об ОРВ размещена на официальном сайте Правительства Новосибирской области в разделе «Управление» («Оценка регулирующего воздействия»). Деятельность Экспертного совета по ОРВ (Twitter / ORVCouncilNSO) широко освещается на интернет-портале [www.sibmodern.com](http://www.sibmodern.com), а также в информационной рассылке для бизнес-ассоциаций и общественных объединений. Заседания Экспертного совета по ОРВ открыты для участия предпринимателей и представителей общественных объединений.

Законом Новосибирской области №485-ОЗ от 24 ноября 2014 г. утверждены общие положения о внедрении ОРВ в муниципальных образованиях Новосибирской области [9]. На основании данного областного закона в мэрии г. Новосибирска был определен уполномоченный орган – Правовой департамент. Порядок проведения ОРВ муниципальных правовых актов введен в действие с 1 января 2015 г. на основании решения Совета депутатов города Новосибирска №1284 от 24 декабря 2014 г. [10]. В 2015 г. планируется формирование Экспертного совета по ОРВ при мэрии г. Новосибирска и оказание методического содействия другим муниципалитетам на территории региона в подготовке к применению ОРВ.

Таким образом, при активном участии предпринимателей в процедуре оценки регулирующего воздействия на региональном и местном уровнях возможно снижение напряженности в процессе применения правовых актов органов местного самоуправления, налаживание конструктивных отношений бизнес-сообщества и органов публичной власти, вовлечения заинтересованных субъектов в конструктивное обсуждение проектов решений в сфере муниципального управления.

### *Список литературы*

1. Правовые акты: оценка последствий. Отв. редактор Ю.А. Тихомиров. М., Юриспруденция, 2011. – 224 с.
2. Указ Президента РФ от 7 мая 2012 г. №601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» [[www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)].
3. Оценка законов и эффективности их принятия. Материалы международного семинара. М., Издание Государственной Думы, 2003. – 152 с.
4. Дидикин А.Б. Оценка регулирующего воздействия как форма общественного контроля в сфере экономики // Гражданское общество в России и за рубежом. 2014. №2. С. 3-6.
5. Федеральный закон №176-ФЗ от 2 июля 2013 г. «О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации» и статьи 7 и 46 Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» по вопросам оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов и экспертизы нормативных правовых актов // Российская газета. 2013. 10 июля.
6. Постановление Губернатора Новосибирской области от 21 июля 2014 г. №116 «Об утверждении Порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Новосибирской области, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности» [[www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)].
7. Приказ Минэкономразвития Новосибирской области №112 от 21 июля 2014 г. «Об утверждении формы сводного отчета и формы заключения об оценке регулирующего воздействия проектов нормативных правовых актов Новосибирской области, затрагивающих вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности, и примерного перечня вопросов для проведения публичных консультаций по проекту нормативного правового акта Новосибирской области, затрагивающего вопросы осуществления предпринимательской и инвестиционной деятельности» [[mineconom.nso.ru](http://mineconom.nso.ru)].
8. Приказ Минэкономразвития Новосибирской области №44 от 2 апреля 2013 г. «О формировании Экспертного совета по оценке регулирующего воздействия нормативных правовых актов Новосибирской области и их проектов» [[mineconom.nso.ru](http://mineconom.nso.ru)].
9. Закон Новосибирской области от 24 ноября 2014 г. №485-ОЗ «О проведении оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы предпринимательской и инвестиционной деятельности, и экспертизы муниципальных нормативных правовых актов, затрагивающих вопросы предпринимательской и инвестиционной деятельности» // Ведомости Законодательного Собрания Новосибирской области. 2014. №61. 28 ноября.
10. Решение Совета депутатов города Новосибирска №1284 от 24 декабря 2014 г. «Об утверждении Порядка проведения оценки регулирующего воздействия проектов муниципальных нормативных правовых актов города Новосибирска, затрагивающих вопросы предпринимательской и инвестиционной деятельности» // Бюллетень правовых актов органов местного самоуправления г. Новосибирска. 2014. 30 декабря. Ч.1. С. 59-67

## О ВВЕДЕНИИ БЕЗДОКУМЕНТАРНЫХ НЕЭМИССИОННЫХ ЦЕННЫХ БУМАГ

*К.С. Зиновьев, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье ставятся некоторые проблемные вопросы применения бездокументарной формы к неэмиссионным ценным бумагам. Дается анализ соотношения документарных и бездокументарных ценных бумаг в российском праве и особенности практики их использования в хозяйственной деятельности. Вывод о недопустимости введения института бездокументарных неэмиссионных ценных бумаг.

**Ключевые слова:** Ценные бумаги, реформа гражданского законодательства, бездокументарные ценные бумаги, неэмиссионные ценные бумаги, виды ценных бумаг, владельцы и правообладатели ценных бумаг, объекты гражданских прав.

Дискуссия о природе бездокументарных ценных бумагах не потеряла свою остроту и после новой редакции гл.7 ГК РФ. Достаточно даже одного того, что за держателями документарных ценных бумаг окончательно закрепилось наименование «владельцы», а за держателями бездокументарных – «правообладатели». К тому же новая редакция ст.128 ГК РФ разделила эти бумаги на два разных вида имущества. Появление бездокументарных бумаг неразрывно связано и с существующим уровнем техники – уж очень много благ в хозяйственной деятельности стало носить «виртуальный» характер. Разумеется, вновь получил актуальность вопрос – а не стоит ли полностью отказаться от архаической бумажной формы документарных ценных бумаг.

Подобные попытки уже были, когда в 1996 году пытались ввести бездокументарные векселя – благо, тогдашняя формулировка ст.149 ГК РФ допускала существование. Впоследствии, исходя из здравого смысла и технических особенностей оборота векселей, от этой идеи отказались. Возможность существования бездокументарных предъявительских ценных бумаг также не рассматривалась, поскольку анонимность и скорость оборота таких бумаг не совместима с обязательным учётом держателей у эмитента.

Введение именных бездокументарных эмиссионных ценных бумаг не вызвало особой сложности: будучи фактически обезличенными на лицевых (депозитарных) счетах они своими индивидуально-определёнными признаками не представляют какого либо правового интереса для их правообладателя. Главный критерий – количество. Их именной характер связан лишь с тем, что правообладатель таких бумаг никогда не бывает анонимным. Более того, «именная» характеристика бездокументарной эмиссионной ценной бумаги лишена смысла. Фактически аналогичный вывод содержится и в ч.6 ст. 143 ГК РФ, которая указывает на применение к бездокументарным ценным бумагам правил о именных ценных бумагах.

Однако, неожиданно встал вопрос о именных бездокументарных неэмиссионных ценных бумагах.

В начале 2015 года Правительство РФ подготовило законопроект, разработанный Банком России и Минфином России, о внесении изменений в часть вторую ГК РФ. Изменения посвящены введению нового вида ценных бумаг – банковского сертификата. Согласно предлагаемой редакции ст. 844.1. ГК РФ, банковский сертификат является именной бездокументарной ценной бумагой, удостоверяющей факт внесения юридическим лицом в банк суммы срочного вклада, и прав владельца банковского сертификата на получение по истечении установленного срока суммы вклада и обусловленных в сертификате процентов в банке, выдавшим сертификат, или в любом филиале этого банка.

В качестве обоснования введения нового правового и финансового институтов указано – необходимость решения проблемы срочности межбанковский заимствований и отсутствия возможности изменить риск-позицию на банки-контрагенты, которые во многом обусловили быстрое сжатие межбанковского рынка, в том числе в условиях экономического кризиса. Разработчики считают, что в этих условиях необходимо создание нового класса торгуемых финансовых инструментов для расширения инструментария участников финансового рынка.

Банковские депозитные (сберегательные) сертификаты давно известны и существуют как документарные предъявительские ли именные ценные бумаги.

Предлагаемая новая неэмиссионная ценная бумага должна стать именной и бездокументарной, что с нашей точки зрения невозможно и бессмысленно.

Возникновение ценных бумаг как таковых, прежде всего связано с таким их признаком как транзитивность, т.е. возможность и предназначенность передачи от одного лица другому лицу. Любая неэмиссионная ценная бумага выдаётся только при наличии соответствующей каузы – договорного обязательства (хранения, перевозки, займа и т.п.). При этом одна сторона такого договора обычно уже выполнила свою юридическую обязанность, а для второй стороны это только предстоит. Вот это второе обязательство и «овеществляется» в ценную бумагу. При этом трансформация обязательства из договорного в обязательство, удостоверяемого ценной бумагой происходит только тогда, когда стороны заранее предполагают перемену кредитора. В противном случае выдача ценной бумаги бессмысленна. Таковы договор морской перевозки груза и коносамент, договор займа и вексель, кредитный договор с ипотекой и закладная и, в конце концов, договор банковского вклада и депозитный (сберегательный) сертификат. Иначе говоря, ценная бумага выполняет функцию быстрого переноса прав по «оставшемуся» от основного договора обязательству. В отсутствие такой необходимости достаточно ограничиться институтом обычной цессии.

Фактически, облекая в форму ценной бумаги то или иное обязательство, мы лишь преследуем цель упрощённой перемены лиц в нем.

И если с документарными ценными бумагами, которые обращаются вне контроля должника, соблюдение определённых «документарных церемоний» оправдана – необходимость обеспечения прав должника, то для бездокументарных ценных бумаг, где должник контролирует каждый шаг, это не требуется.

Бездокументарная ценная бумага является лишь правом, которое подлежит особому учёту, во избежание нарушения интересов значительного круга лиц.

Как правило, к бездокументарным ценным бумагам относятся только эмиссионные бумаги – акции и облигации. Применительно к акциям об обязательственном правопреемстве говорить сложно. Учитывая их корпоративную природу, наличие и изменение регистрационных записей несёт скорее техническую учётную функцию: установить, кто в данный момент является участником акционерного общества.

Облигации, будучи бездокументарными, и массово выпускаемыми безличны и также фактически выполняют роль безналичных денег, доступ к которым ограничен лишь временными условиями.

Особая система учёта для эмиссионных ценных бумаг связана прежде всего с тем, что законодатель пытается максимально защитить права и законные интересы значительного круга лиц (гражданские – антимонопольные и т.п.), тем более, что им периодически необходимо собираться на собрания акционеров или владельцев облигаций.

Вне такого учёта говорить о бездокументарной ценной бумаге как об особом объекте гражданских прав уже не приходится – это просто право. Фактически размывается граница между ценной бумагой и субъективным правом как особыми отдельными объектом гражданских прав.

Выпуск же бездокументарных неэмиссионных ценных бумаг превращается в некий юридический парадокс. Будучи объектом депозитарного учета, права по ним будут передаваться посредством соответствующих распоряжений депозитарию от имени правообладателя. Представитель должника в лице депозитария лишь будет делать отметку о появлении нового кредитора. Что обеспечивает в данном случае особый учёт?

Возвратимся к банковскому сертификату. Учёт депозитных операций банком осуществляется по депозитным счетам (счетам банковского вклада). Таким образом сам банк учитывает (контролирует) не только денежную сумму но и личность своего контрагента (вкладчика). При наличии же бездокументарного сертификата ещё один субъект – депозитарий, который будет регистрировать факт перемены личности вкладчика, о чём сообщать банку.

Что мешает внести в главу о банковском вкладе норму, где персона вкладчика может измениться по его прямому указанию банку. Иначе говоря, речь идёт об упрощённом порядке перемены лиц в данном обязательстве. И не надо тогда «городить огород» с банковским сертификатом и деятельностью депозитария.

Операции с правами в банковской сфере уже существуют. Например залог прав по счету (ст.358.9 ГК РФ). никакого «регистратора» такого залога не требуется.

При этом, особый учёт документарных («индивидуальных») неэмиссионных ценных бумаг не требуется.

Понятна логика авторов законопроекта – видимо они предполагают, что выпуск банковских сертификатов будет массовым, что потребует того самого учёта. Но тогда пропадает необходимость пользоваться институтом договора банковского вклада, и вытекающим из него институтом банковского сертификата, подразумевающие индивидуальный подход. Проще выпускать облигации, по которым будет уплачиваться определённый процент. По своей экономической сути, предлагаемый банковский сертификат ни чем не будет отличаться от облигации, кроме названия и особого эмитента.

В 90-х годах уже был похожий прецедент, когда массово (как эмиссионные ценные бумаги) выпускались векселя (казначейские векселя, векселя Газпрома и т.п.). Причины их выпуска были две. Первая – необходимость оперативной реструктуризации (читай – новации) денежных обязательств. Вторая, неразрывно связанная с первой, - необходимость обхода правила, связанных с регистрацией эмиссии и получением согласия со стороны участников юридического лица – эмитента. К счастью, подобная подмена облигаций векселями прекратилась с увеличением денежной составляющей в расчетах.

Наиболее близкой по сущности ценной бумагой к предлагаемым банковским сертификатам являются векселя Сбербанка. Но они используются обычно также в индивидуальных схемах вексельного кредитования и «обналичивания» денежных средств.

Таким образом, введение бездокументарных неэмиссионных ценных бумаг вообще, и банковского сертификата в предложенной Правительством РФ редакции является необоснованным как с юридической, так и с экономической точек зрения.

**УДК 366.5:347**

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

*Я.А. Кирова, ст. преподаватель*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Статья посвящена проблемам реализации защиты прав потребителей органами местного самоуправления. Предлагаются меры по повышению эффективности законодательства в сфере защиты прав потребителей.

**Ключевые слова:** защита прав потребителей, органы местного самоуправления.

Защита прав потребителей (далее - ЗПП) в настоящее время как функция местного значения отсутствует, закон не запрещает, но прямо не обязывает органы местного самоуправления (далее - ОМСУ) реализовывать указанную функцию. К тому же ОМСУ крайне ограничены в выборе средств охраны

прав потребителей. Для осуществления деятельности ОМСУ в рассматриваемой сфере определенное значение имеет и организационная структура. Так, в связи с реорганизацией структуры и штатного расписания администраций районов г. Новосибирска, в настоящее время отделы по ЗПП объединены с отделами потребительского рынка. Также, в соответствии с Постановлением мэрии г. Новосибирска от 29.07.2012 г. № 12250 «О совершенствовании структуры мэрии г. Новосибирска», в целях оптимизации деятельности структурных подразделений, в структуре департамента по социальной политике мэрии, комитет по ЗПП реорганизован в отдел, в связи с чем в значительной степени утрачена самостоятельность данного органа.

В соответствии со ст. 42.1 Закона РФ от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» (далее Закон о ЗПП) [1] в целях обеспечения согласованных действий исполнительных органов государственной власти Новосибирской области, территориальных органов федеральных органов исполнительной власти, ОМСУ в НСО, общественных объединений и организаций, а также создания условий для соблюдения прав и интересов потребителей Постановлением Правительства НСО от 09.07.2012 № 325-п 1. образована комиссия при Правительстве Новосибирской области по вопросам ЗПП [2] (ранее ОМСУ осуществляли деятельность в рамках Совета по взаимодействию с органами по контролю (надзору) в области защиты прав потребителей и общественными объединениями, действующим на основании Постановления мэра г. Новосибирска от 15.04.2008 г. № 295 (ред. от 26.06.2009 г.) «Об утверждении состава и Положения о Совете по взаимодействию с органами по контролю (надзору) в области ЗПП и общественными объединениями потребителей»). Хотя Комиссия заявлена как постоянно действующий орган, ее заседания проходят «по мере необходимости».

ОМСУ в данной сфере тесно взаимодействуют с Федеральной службой по надзору в сфере ЗПП и благополучия человека (Роспотребнадзор) - Федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере ЗПП, разработке и утверждению государственных санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов, а также по организации и осуществлению федерального государственного санитарно-эпидемиологического надзора и федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей, руководство деятельностью которого в настоящее время осуществляет Правительство РФ [3]. Именно Роспотребнадзор реализует большой массив норм и правил в сфере ЗПП, ОМСУ же не обладают контрольными функциями. В частности, в соответствии со ст. 44 Закона о ЗПП при выявлении по жалобе потребителя товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, ОМСУ вправе незамедлительно извещать об этом федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг). Основными направлениями деятельности ОМСУ в сфере ЗПП остаются рассмотрение жалоб потребителей, их консульти-

рование, обращение в суды в защиту прав потребителей (неопределенного круга потребителей) и, в определенной степени, просветительская деятельность (в том числе работа со средствами массовой информации, предпринимательским «корпусом»). Прием жалоб потребителей может осуществляться через многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг.

Таким образом, ОМСУ занимают особое место в системе управления обществом и государством, являются одной из важнейших составляющих национальной системы ЗПП, обеспечивая оперативную защиту интересов потребителей по месту жительства на основе безвозмездности, беспристрастности и индивидуального подхода к каждому потребителю.

На наш взгляд, прежде всего, следует внести соответствующие изменения в ФЗ от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [4], а также в ст. 44 Закона РФ от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей»: отнести ЗПП к вопросам местного значения; предусмотреть не только наделение ОМСУ правами в сфере ЗПП, но законодательно закрепить ЗПП как безусловную обязанность ОМСУ. Следующими шагами могут стать наделение ОМСУ всеми необходимыми полномочиями по реализации указанных функций, расширение и углубление различных аспектов их деятельности, в том числе взаимодействия с другими органами и организациями в сфере ЗПП. Особое внимание следует уделить созданию условий для реализации возможности обращаться в суды в защиту прав потребителей (неопределенного круга потребителей). Это позволит не только повысить эффективность законодательства в сфере ЗПП, но и сформировать потребительскую культуру, поддержать добросовестную конкуренцию, а в итоге – учесть интересы населения.

#### *Список литературы*

1. О защите прав потребителей: закон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 // «Ведомости СНД и ВС РФ», 09.04.1992, №15, ст. 766, Российская газета от 07.04.1992 г.
2. Об утверждении положения о комиссии при Правительстве Новосибирской области по вопросам защиты прав потребителей: Постановление Правительства Новосибирской области от 09.07.2012 № 325-п
3. Об утверждении положения о федеральной службе по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека: Постановление Правительства Российской Федерации от 30 июня 2004 г. № 322. // СЗ РФ, 12.07.2004, N 28, ст. 2899.
4. Об общих принципах организации местного самоуправления: федеральный закон РФ от 6.10.2003 г. №131-ФЗ // Собрание законодательства РФ. - №40. - 06.10.2003, ст. 3822

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕЖБЮДЖЕТНЫХ ТРАНСФЕРТОВ ДЛЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

*Е.И. Киселева, канд. ист. наук, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье автор рассматривает проблемы реформирования системы межбюджетных отношений.

**Ключевые слова:** муниципальные образования, местный бюджет, межбюджетные трансферты, дотации.

Местное самоуправление составляет одну из основ конституционного строя РФ. Одной из важнейших гарантий местного самоуправления является бюджетная обеспеченность муниципальных образований. Субъекты Российской Федерации вправе самостоятельно устанавливать порядок и условия предоставления межбюджетных трансфертов из региональных бюджетов.

Межбюджетные трансферты из бюджетов субъектов Российской Федерации бюджетам бюджетной системы РФ предоставляются в форме:

дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности поселений и дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности муниципальных районов (городских округов);

субсидий местным бюджетам;

субвенций местным бюджетам и субвенций бюджетам автономных округов, входящих в состав краев, областей, для реализации полномочий органов государственной власти субъектов РФ, передаваемых на основании договоров между органами государственной власти автономного округа и соответственно органами государственной власти края или области, заключенных в соответствии с законодательством РФ;

субсидий федеральному бюджету;

иных межбюджетных трансфертов бюджетам бюджетной системы РФ.

Решение проблемы выравнивания бюджетной обеспеченности муниципальных образований должно обеспечиваться, прежде всего, через предоставление дотаций. Субъекты РФ обязаны принимать собственные методики, устанавливающие критерии выравнивания, дающих право на получение дотаций, при этом бюджетная обеспеченность муниципального образования должна определяться исходя из прогнозного налогового потенциала, то есть запрещено использовать отчетные показатели. Субъекты РФ вправе делегировать собственные полномочия по расчету и предоставлению дотаций поселениям органам власти муниципальных районов.

В Новосибирской области правовое регулирование распределения межбюджетных трансфертов и, в том числе, дотаций регулировалось областными законами «О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в Новосибирской области» и «О временных нормативах бюджетной обеспеченности Но-

восибирской области».[1] При этом использовались формы, установленные бюджетным законодательством, так и не вполне законные, например оказание финансовой помощи муниципальным образованиям в виде централизованных расчетов с поставщиками товаров и услуг, минуя счета муниципальных образований, с последующим отнесением сумм в счет их финансирования. Финансирование муниципальных образований осуществлялось при отсутствии встречных обязательств, что фактически являлось дополнительным предоставлением финансовой помощи.

С 2010г. полномочия по распределению дотаций между поселениями были переданы муниципальным районам. Соответственно, в бюджеты муниципальных районов из областного бюджета стала направляться субвенция на выполнение данного полномочия. Кроме того, учитывая, что за муниципальными районами было закреплено собственное полномочие по выравниванию бюджетной обеспеченности поселений, то в бюджеты поселений также должны были направляться собственные средства районных бюджетов.

С 2011 г. бюджетное законодательство Новосибирской области в части регулирования системы выравнивания бюджетной обеспеченности муниципальных образований было дополнено областным законом, установившим новую методику распределения дополнительных нормативов от налога на доходы физических лиц [2]. Методика распределения дотаций включала определение уровня расчетной бюджетной обеспеченности муниципального образования. При расчете дотаций местным бюджетам факторами, определяющими объем предоставляемых дотаций, были определены собственные доходы бюджетов и численность проживающих в муниципальном образовании населения. Практика показала, что при использовании этой методики максимальный объем дотаций должен был предоставляться муниципальным образованиям с незначительными собственными доходами и значительной плотностью населения. При этом объем дотаций не был связан с темпами экономического развития муниципального образования.

При формировании областного бюджета Новосибирской области на 2013 год в данную методику были внесены изменения.[3] Цель этих изменений - устранить порочную зависимость между максимальным объемом предоставляемых дотаций и минимальными темпами экономического развития муниципального образования, получателя дотаций.

Одним из критериев расчета размера дотации стал прогнозный объем налоговых и неналоговых доходов муниципального образования на очередной финансовый год, рассчитанный с темпом роста не выше среднего уровня по всем муниципальным образованиям.

Муниципальные образования, имеющие более высокие темпы развития, получили право при расчете дотаций применять показатель роста по собственным доходам не выше среднего муниципального уровня. Это означало, что часть дополнительных доходов муниципального образования, явившихся результатом повышения экономического развития, не должна снижать расчетную величину дотации.

Результаты применения принятой системы бюджетного выравнивания муниципальных образований и в целом обеспечения их финансовой самостоятельности ежегодно анализируются Контрольно-счетной палатой Новосибирской области. Общий вывод после изучения годовых отчетов может быть сформулирован определенно: проблема обеспечения финансовой состоятельности муниципальных образований не была решена. В отчете Контрольно-счетной палаты за 2005 год отмечено, что удельный вес дотаций в расходах местных бюджетов (за исключением города Новосибирска) от 30 до 86 %. Всего лишь 46,8% расходов местных бюджетов было обеспечено собственными доходами. Соответственно 53,2% расходов были осуществлены за счет межбюджетных трансфертов из областного бюджета. И это средние показатели. В отчете Контрольно-счетной палаты за 2010 год вновь зафиксировано, что межбюджетные трансферты оставались основным источником получения доходов местных бюджетов.[4]

Механизм межбюджетных трансфертов следует рассматривать как дополнительный инструмент, позволяющий формировать и исполнять бюджеты с учетом конкретных географических и социально-экономических особенностей территорий. Но в случае, когда доходы бюджета муниципального образования формируются в основном только за счет получаемых трансфертов, сложно говорить о дополнительном значении механизма межбюджетных трансфертов.

Отдельной является проблема учета большого числа факторов, влияющих на показатели уровня доходного потенциала территории. Формальное перечисление этих факторов и построение на их основе методики распределения дотаций прямо влияет на качество нормативного правового акта, делаая его громоздким, требующим дополнительных разъяснительных материалов. Неоднозначно можно оценивать и запрет, установленный Бюджетный кодекс РФ использовать отчетные данные о налоговом потенциале территории. Наиболее точные данные о величине налоговой базы содержатся как раз в налоговой отчетности. Информация о выполнении юридическими лицами обязательств по уплате налогов и других платежей, поступающих в соответствующие бюджеты должна быть доступна для финансовых органов при составлении проектов бюджетов.

Очевидной является и проблема рассогласованности легальной (в смысле установленной законом) системы межбюджетных отношений, и фактической сложившейся.

Бюджетный кодекс РФ определяет основным механизмом выравнивания бюджетной обеспеченности муниципальных образований предоставление дотаций. Практика показала, что использование только дотаций на выравнивание эту проблему не решает. Бюджетное выравнивание в области осуществлялось не только за счет дотаций. Помимо дотаций в бюджеты муниципальных образований направлялись иные межбюджетные трансферты в размере до 10% от общего объема трансфертов. Иные трансферты – те, по

которым формально не устанавливается требование софинансирования из местных бюджетов.

Другим источником дополнительных средств местными бюджетами стали субсидии на развитие социального и экономического потенциала муниципальных образований. Но получение данной субсидии, решая частично проблему сбалансированности местных бюджетов, опять-таки фактически не влияло на появление стимулов к активности местных администраций.

Бюджетное законодательство в части, регулирующей межбюджетные отношения, и на федеральном уровне, и на уровне субъектов Российской Федерации отличается изменчивостью, а, значит, и нестабильностью. Но эту нестабильность законодательства можно рассматривать не только как отрицательную характеристику сложившейся системы, но и как позитивный процесс приспособления правовых норм к реальным запросам социально-экономического развития.

#### *Список литературы*

1. О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в Новосибирской области: Закон Новосибирского областного Совета депутатов от 16.02.1995. № 14-ОЗ // Советская Сибирь от 23.02.1995. О временных нормативах бюджетной обеспеченности Новосибирской области: Закон Новосибирского областного Совета депутатов от 15.11.1999. № 78-ОЗ // Советская Сибирь от 01.12.1999.
2. О единых нормативах отчислений в бюджеты муниципальных образований Новосибирской области от налога на доходы физических лиц и межбюджетных трансфертах между областным бюджетом Новосибирской области и бюджетами муниципальных образований Новосибирской области: Закон Новосибирской области от 07.11.2011. № 132-ОЗ // Ведомости Новосибирского областного Совета депутатов от 09.11.2011. № 57.
3. О внесении изменения в Закон Новосибирской области «О единых нормативах отчислений в бюджеты муниципальных образований Новосибирской области от налога на доходы физических лиц и межбюджетных трансфертах между областным бюджетом и бюджетами муниципальных образований Новосибирской области»: Закон Новосибирской области от 07.11.2012. № 258-ОЗ // Ведомости Новосибирского областного Совета депутатов от 09.11.2012. № 56.
4. Отчеты Контрольно-счетной палаты Новосибирской области. См.: [www/ksp/nso.ru](http://www/ksp/nso.ru)

## ПРИНЦИП ДВОЙНОГО ГРАЖДАНСТВА: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ

*Н.В. Козлова, старший преподаватель*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

Правовое регулирование принципа двойного отличается в международном праве и внутригосударственном, хотя и имеет определенные сходства, реализация данного принципа на практике имеет определенные проблемы вследствие наличия пробелов в законодательстве.

**Ключевые слова:** двойное гражданство, гражданство, правовое регулирование гражданства, проблемы двойного гражданства.

Принцип двойного гражданства - это не только принцип, но и комплексный институт, в основе регламентации которого лежат нормы международного и внутригосударственного права. В международном праве под двойным гражданством понимается наличие у лица, одновременно гражданства двух или более государств. Для определения такого лица в юридической литературе используется термин бипатрид (от би... и греч. patris, род. падеж patridos - отечество, родина).

Наряду с понятием «двойное гражданство» существует понятие «второе гражданство» и их необходимо различать, первое будет иметь место только тогда, когда между государствами заключен международный договор, а во всех остальных случаях лицо будет иметь второе гражданство.

Федеральным законом от 04.06.2014 № 142-ФЗ внесены изменения в ст. 6 и 30 Федерального закона от 31.05.2002 № 62-ФЗ "О гражданстве Российской Федерации" и отдельные законодательные акты РФ, предусматривающие закрепление за гражданами РФ, имеющими иное гражданство либо вид на жительство или иной действительный документ, подтверждающий право на постоянное проживание в иностранном государстве, обязанность подать письменное уведомление о наличии иного гражданства или документа на право постоянного проживания в иностранном государстве в территориальный орган федерального органа исполнительной власти, уполномоченного на осуществление функций по контролю и надзору в сфере миграции.

За граждан РФ, не достигших возраста 18 лет либо ограниченных в дееспособности, исполнить данную обязанность должны их законные представители. На исполнение обязанности по уведомлению для лиц, имеющих второе гражданство или право на постоянное проживание в иностранном государстве на дату вступления Закона в силу, предоставляется 60 дней со дня официальной публикации Закона (с 5.08.2014 по 4.10.2014), а после вступления указанного Закона в силу в течение 60 дней со дня приобретения гражданином иного гражданства или получения им документа на право постоянного проживания в иностранном государстве. За неисполнение указанной обязанности по уведомлению устанавливается уголовное наказание в виде штрафа

или обязательных работ, а за нарушение установленного порядка подачи уведомления - административное наказание в виде штрафа.

Не рассматривая смысловое содержание Закона № 142-ФЗ (хотя некоторые исследователи полагают, что установленные в нем требования противоречат ст. 19 Конституции РФ), определимся с тем, имеет ли он всеобъемлющее значение или он применяется в отношении ограниченного круга [1].

Федеральный закон № 142-ФЗ предусматривает, что от направления уведомления о втором гражданстве освобождаются граждане РФ в следующих случаях:

а) если это прямо предусмотрено международным договором или законом России (на сегодняшний день ничего неизвестно об актах, устанавливающих исключения из обязанности по уведомлению);

б) если граждане РФ постоянно проживают за пределами России.

Для граждан Российской Федерации, приобретших гражданство Российской Федерации в результате присоединения Республики Крым, срок обязанности по уведомлению отложен до 1 января 2016 года.

В рамках СНГ у Российской Федерации соглашения о двойном гражданстве были подписаны со среднеазиатскими государствами Туркменией (25.11.1994) и Таджикистаном (15.12.1996).

В Москве 10.04.2003 президентами Российской Федерации и Туркмении был подписан протокол о прекращении действия соглашения между двумя странами об урегулировании вопросов двойного гражданства. Впоследствии 22.04.2003 Туркмения уведомила Россию о выполнении внутригосударственных процедур, необходимых для вступления протокола в силу. Одновременно сообщив, что в соответствии с принятыми ею нормативно-правовыми актами лицам, имеющим гражданство Туркмении и РФ, в течение двух месяцев предоставлено право выбора гражданства одной из стран. Туркменская сторона объявила о непризнании института двойного гражданства.

Отсутствие должным образом оформленного прекращения действия соглашения между РФ и Туркменией об урегулировании вопросов двойного гражданства, а также предпринятые туркменской стороной в одностороннем порядке шаги, поставившие лиц, имеющих российское и туркменское гражданство, перед необходимостью вынужденного отказа от одного из них, не позволили РФ ратифицировать протокол. В результате данная проблема с 2003г. стала предметом дипломатических переговоров между Россией и Туркменией в целях выхода из сложившейся ситуации и защиты интересов постоянно проживающих в Туркмении лиц, имеющих российское и туркменское гражданство.

Российская Федерация и Туркмения достигли на высшем уровне понимание, что при условии ратификации Государственной Думой протокола от 10.04.2003 туркменская сторона обеспечит загранпаспортами нового образца всех обращающихся за ними независимо от даты приобретения заявителем двойного гражданства.

Таким образом, власти Туркмении признают статус лиц, имеющих двойное гражданство, за всеми, кто обрел его к моменту вступления в силу

протокола. Поскольку двойное гражданство более не предусмотрено законодательством Туркмении, а также с учетом явно выраженной готовности президента этой страны обеспечить новыми паспортами граждан Туркмении, являющихся одновременно владельцами паспортов РФ, ратификация протокола отвечает интересам России.

Случаи двойного гражданства возникают в результате коллизий актов различных государств по вопросам гражданства, и поэтому в науке существует несколько подходов к определению содержания правового регулирования данного института, который рассматривается в рамках международного права, сравнительного конституционного и конституционного права Российской Федерации.

В соответствии с ФЗ «О гражданстве в РФ» 2002 г. под двойным гражданством понимается наличие у гражданина Российской Федерации гражданства (подданства) иностранного государства. Согласно ст. 6, этого закона гражданин Российской Федерации, имеющий также иное гражданство, рассматривается Российской Федерацией только как гражданин Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных международным договором Российской Федерации или федеральным законом.

Это положение подтверждается ч.2 ст. 1195 ГК РФ, которая гласит «если лицо наряду с российским гражданством имеет и иностранное гражданство, его личным законом является российское право».

Приобретение гражданином Российской Федерации иного гражданства не влечет за собой прекращение гражданства Российской Федерации. Используя данную формулировку, законодатель предусматривает возможность изменения данного положения посредством принятия федерального закона или международного договора и в тоже время гарантирует сохранение прав и обязанностей гражданина Российской Федерации при наличии второго гражданства.

По сравнению с законом 1991 года институт двойного гражданства подвергся серьезным изменениям. До сих пор остается дискуссионным положение о том, что следует понимать под двойным гражданством.

По существу ст. 6 Закона о гражданстве в РФ 2002 г. не признает двойное гражданство, а констатирует факт наличия двух гражданств, из которых только одно рассматривается Российской Федерацией. Согласие России на допустимость наличия иностранного гражданства подтверждает, п. 2 ст. 6 закрепляя положение о том, что приобретение второго гражданства не влечет за собой прекращение гражданства РФ.

В международном праве многие отношения строятся на основе международной вежливости. Рассматривая граждан, имеющих двойное гражданство, только как российских граждан, Российская Федерация не отрицает факт наличия у них и иностранного гражданства, а значит, и не должна препятствовать иностранному государству в осуществлении защиты и покровительства над лицами, которые имеют связь с этим государством.

#### *Список литературы*

1. Касьянов А., Богданов С. Внимание! Второе гражданство // ЭЖ-Юрист. – 2014. - № 33. – С. 1, 4-5.

## ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ СУБЪЕКТОВ РФ И ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

*Н.В. Кулешова, канд. юрид. наук, доцент*

Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье рассматриваются новые принципы и формы взаимодействия федеральных, региональных, местных институтов власти в результате реформы органов государственной власти и местного самоуправления. Многие принципиально важные вопросы, напрямую определяющие эффективность взаимодействия, оказываются вне поля правового регулирования.

**Ключевые слова:** органы местного самоуправления, органы государственной власти субъектов РФ, взаимодействия, реформы.

В.Ф. Городецкий, выступая на расширенном заседании Совета при Председателе Совета Федерации по местному самоуправлению 17 октября 2013 г. предложил выработать Концепцию развития местного самоуправления, в которой будет определено значение местного самоуправления в развитии государства и общества на современном этапе, исходя из этого, перечень полномочий органов местного самоуправления, его финансовая база, степень автономии и основы взаимоотношений органов местного самоуправления с органами государственной власти. [7]

В настоящее время наблюдается недостаточность и фрагментарность правовой регламентации условий, принципов, форм взаимодействия отдельных органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, а также ответственности каждой из сторон. Необходимо восполнить данный пробел в федеральном законе «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». Большое практическое значение имеет отграничение отношений, возникающих в рамках взаимодействия от иных форм взаимоотношений органов государственной власти и органов местного самоуправления. По целевому критерию взаимодействия обозначенных субъектов можно разграничить координационное и контрольное взаимодействие.

Анализ федерального и регионального законодательства, а также практики совместной работы органов государственной власти и органов местного самоуправления позволил классифицировать принципы взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления, выделить универсальные конституционные принципы (верховенство Конституции РФ и федерального законодательства, законность) и специальные конституционные принципы (организационная обособленность органов государственной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления; самостоятельность органов государственной власти субъектов Российской Федерации

и местного самоуправления в пределах своей компетенции; взаимная ответственность органов государственной власти и местного самоуправления; subsidiarность; обеспеченность ресурсами; согласование интересов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований).

Одним из главных направлений надзора в сфере местного самоуправления остается надзор за законностью муниципальных нормативных правовых актов. Как и в остальных субъектах РФ, в Новосибирской области особое внимание уделяется приведению уставов муниципальных образований Новосибирской области в соответствие с федеральным законодательством. Главным управлением в сфере регистрации уставов муниципальных образований Минюста России по Новосибирской области за период с начала 2013 года зарегистрировано 600 уставов муниципальных образований Новосибирской области и акта о внесении в них изменений. По словам начальника Главного управления Минюста России по Новосибирской области А.И. Плотникова, мониторинг показал, что в Новосибирской области фактически не приведены в соответствие 484 устава из 490 или 97% от общей численности муниципальных образований[11].

В конце 2012 года Всероссийским Советом местного самоуправления было проведено масштабное социологическое исследование взаимодействия органов прокуратуры и органов местного самоуправления с целью систематизации имеющихся проблем в этой сфере[10]. В Новосибирской области подготовлено соглашение о порядке взаимодействия Прокуратуры Новосибирской области и Главного управления Минюста России по Новосибирской области, заключены соглашения между прокурорами и органами местного самоуправления во всех районах и городах области. Прокуратура уделяет внимание надзору за деятельностью органов местного самоуправления самым пристальным образом. Вместе с тем, как видно из материалов социологического исследования, нарушения законов со стороны должностных лиц местного самоуправления широко распространены. Их количество, к сожалению, не снижается. Объектами прокурорского вмешательства становятся факты избыточного администрирования предпринимательской деятельности, затягивание разрешительных процедур путём истребования лишних документов, навязывания платных услуг и множественных согласований, а также необоснованного установления местных налогов и сборов.

Считаем, что поиск конструктивных форм взаимодействия территориальных органов Министерства юстиции Российской Федерации, прокуратуры и органов местного самоуправления будет способствовать решению обозначенных выше проблем. Следует и далее развивать следующие формы взаимодействия:

- продолжать практику заключения трехсторонних соглашений (прокуратура, территориальные органы Министерства юстиции Российской Федерации, правительство субъекта РФ) о взаимодействии в части систематического обмена информацией о выявляемых нормативных актах органов государственной власти субъектов РФ и органов местного самоуправления, не

соответствующих федеральному законодательству. Такой обмен информацией поможет оперативно выявить недостатки как в организации работы нижестоящих прокуратур в сфере осуществления надзора за законностью нормативно-правовых актов, так и в нормотворческой деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований в границах территории субъекта РФ;

- проводить стажировки в законодательных (представительных) органах власти субъекта РФ для муниципальных служащих, обеспечивающих деятельность советов депутатов муниципальных образований, на которой рассматривать вопросы соблюдения правил юридической техники при подготовке и оформлении нормативно-правовых актов, а также вопросы протокольного делопроизводства и формирования архивных фондов Советов депутатов муниципальных образований;

- внести изменения в действующие уставы муниципальных образований, которые предусматривают наделение прокуроров правом нормотворческой инициативы. Реализация такого права дает возможность более эффективно с учетом имеющейся у прокуратуры правоприменительной практики влиять на нормотворческий процесс;

Действующий федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» предоставляет широкие возможности для межмуниципального сотрудничества, которые не реализованы в полной мере. В 2011 г. Законодательным Собранием Новосибирской области принят закон Новосибирской области «О полномочиях органов государственной власти Новосибирской области по взаимодействию с ассоциацией «Совет муниципальных образований Новосибирской области»[6]. Как отмечают исследователи, - «Советы муниципальных образований субъектов Российской Федерации могли бы специально концентрировать усилия на принятии ряда примерных (модельных) муниципальных правовых актов как кодифицированных, специально оговаривая именно такие их свойства при планировании и организации работы»[9].

Таковы лишь некоторые проблемы. Многие принципиально важные вопросы, напрямую определяющие эффективность взаимодействия, оказываются вне поля правового регулирования. Выявление положительных и отрицательных сторон опыта взаимодействия органов местного самоуправления и органов государственной власти субъекта РФ, анализ правовых факторов, препятствующих муниципальному нормотворчеству способны создать объективную почву для совершенствования правового регулирования в данной сфере, что является необходимым условием поступательного развития местного самоуправления в нашей стране.

#### *Список литературы*

1. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. Закон от 06.10.2003г. № 131-ФЗ (в ред. федер. закона от

- 2.07.2013г. № 185-ФЗ) // Собрание законодательства РФ, 08.07.2013, N 27, ст. 3477.
2. Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ: федер. Закон от 06.10.1999 г. № 184-ФЗ (в ред. федер. закона от 30.09.2013г. № 264-ФЗ) // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru> - 01.10.2013.
  3. Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления: федер. закон от 09.02.2009 № 8 -ФЗ // Российская газета.- N 25. - 13.02.2009.
  4. О прокуратуре Российской Федерации: федер. закон от 17.01.1992 г. № 2202-1 (в ред. от 23.07.2013г.) // Российская газета.-. N 39. - 18.02.1992.
  5. Об организации прокурорского надзора за законностью нормативных правовых органов государственной власти субъектов РФ и органах местного самоуправления: приказ Генерального Прокурора Российской Федерации от 2 октября 2007 г. N 155, О правотворческой деятельности органов прокуратуры и улучшении взаимодействия с законодательными (представительными) и исполнительными органами государственной власти и органами местного самоуправления: приказ Генерального Прокурора Российской Федерации от 17 сентября 2007г. № 144. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.genproc.gov.ru> – 18.10.2013.
  6. О полномочиях органов государственной власти Новосибирской области по взаимодействию с ассоциацией «Совет муниципальных образований Новосибирской области: закон Новосибирской области // Ведомости.- 11.11.2011. - № 56.
  7. Выступление В.Ф. Городецкого на расширенном заседании Совета при Председателе Совета Федерации по местному самоуправлению, приуроченного к 15-летию ратификации Россией Европейской хартии МСУ и 10-летию принятия Федерального закона «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» 17 октября 2013 года. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://council.gov.ru> – 15.10.2013.
  8. Концепция взаимодействия органов государственной власти, органов местного самоуправления и институтов гражданского общества в сфере противодействия коррупции на период до 2014 года. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://minjust.ru> – 15.10.2013.
  9. Сивицкий В.А. Техника «параллельного правотворчества» на примере формирования системы муниципальных правовых актов // Юридическая техника. – 2012. № 6. – С. 478.
  10. Социологическое исследование взаимодействия органов прокуратуры и органов местного самоуправления. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vsmsinfo.ru/proekty-i-programmy/praktika-vzaimodejstviya-organov-mestnogo-samoupravleniya-s-organami-prokuratury>-13.06.2013.
  11. Официальный сайт Главного управления Минюста России по Новосибирской области.- [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://to54.minjust.ru/node/3058> – 15.10.2013.

## К ВОПРОСУ О МОДЕРНИЗАЦИИ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ АКТОВ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

*П. Г. Нелюбин, студент*

*Научный руководитель: А.Н. Берглезов, ассистент  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

В статье рассматриваются вопросы модернизации нормативных актов Евразийского экономического союза.

**Ключевые слова:** нормативный правовой акт, Евразийский экономический союз (ЕАЭС).

Нормативный правовой акт - результат правомерных действий субъектов, направленных на достижение определенных правовых последствий путем текстуального закрепления правовой информации в письменной форме. [1]

Евразийский экономический союз (ЕАЭС) - международная организация региональной экономической интеграции, обладающая международной правосубъектностью и учрежденная Договором о Евразийском экономическом союзе.

В ЕАЭС обеспечивается свобода движения товаров, а также услуг, капитала и рабочей силы, и проведение скоординированной, согласованной или единой политики в отраслях экономики. [2]

Государствами-членами Евразийского экономического союза являются Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Казахстан и Российская Федерация.

Кандидат на вступление – Кыргызская Республика.

Актуальность данной темы обусловлена развитием в настоящее время интеграционных процессов в сфере таможенной и экономической деятельности на территории постсоветского пространства. Какова правовая природа нормативных актов ЕАЭС? Кто их издает? Какое они занимают место в правовой системе государств-членов ЕАЭС? Какое у них будущее?

Законодательными органами ЕАЭС являются Высший евразийский экономический совет и Евразийская экономическая комиссия.

Высший совет собирается на уровне глав государств не реже одного раза в год, на уровне глав правительств — не реже двух раз в год. Решения принимаются консенсусом. Принятые решения становятся обязательными для выполнения во всех государствах-участниках. Совет определяет состав и полномочия прочих регулирующих структур. Состав Высшего Евразийского экономического совета формируется из глав государств – членов ЕАЭС и глав правительств государств – членов ЕАЭС.

Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК) – постоянно действующий наднациональный регулирующий орган Евразийского экономического союза.

А до его создания — Таможенного союза (ТС) и Единого экономического пространства (ЕЭП).

Имеет статус наднационального органа управления, подчинённого Высшему Евразийскому экономическому совету. Решения Комиссии обязательны для исполнения на территории государств-участников ЕАЭС, ЕЭП и ТС.

Основная задача Евразийской экономической комиссии — обеспечение условий функционирования и развития Евразийского экономического союза, Таможенного союза и Единого экономического пространства, выработка предложений в сфере интеграции в рамках этих объединений.

Государства – члены ЕАЭС сохраняют внутренний и внешний суверенитет, но при этом он немного ограничивается фактом участия в ЕАЭС. Какой объем полномочий члены передают союзу?

С одной стороны, ЕАЭС – это международная организация, являющаяся экономическим союзом, с другой – единая внешняя и во многом внутренняя политика выявляет признаки конфедерации. Такая правовая природа ЕАЭС просматривается в его учредительном документе.

Договор о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 г., который вступил в силу 1 января 2015 года, создавался на основе нормативно – правовых актов, предшествующих интеграционным образованиям на этом пространстве, Договоре о создании единой таможенной территории и формировании таможенного союза от 6 октября 2007 года и Декларации о евразийской экономической интеграции от 18 ноября 2011 г.

Особенность данных актов ЕАЭС в том, что они налагают обязательства на стран-членов союза не только во внешнеэкономической политике, но и оказывают влияние на содержание национального права стран-членов и обязательны для них в силу членства в ЕАЭС.

Анализ норм договора позволяет сделать вывод о передаче части законодательного суверенитета стран-членов органам союза. Например, таможенный кодекс Таможенного союза от 27 ноября 2011 заменил собой Таможенный кодекс РФ от 18 июня 1993 года. ТК ТС принятый Решением Межгосударственного совета ЕврАзЭС, планируется заменить решением уже Евразийской экономической комиссии о принятии новой редакции ТК ТС 1 января 2016.

ЕЭК по юридической природе – регулирующий орган, наделенный законодательной компетенцией.

Следовательно, размежевание законов и подзаконных актов в ЕАЭС проводится по свойствам издавшего органа. Высшей юридической силой обладают акты (решения, приказы и распоряжения) ЕЭК.

К первичным источникам, послужившим предпосылкой к созданию ЕАЭС относят: Договор между Республикой Белоруссия, Республикой Казахстан, Киргизской Республикой и Российской Федерацией об углублении интеграции в экономической и гуманитарной областях от 29 марта 1996 г. и Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества от 6 ок-

тября 2007 г. Объединяющим фактором послужили бывшее «Советское» прошлое, территориальная близость и экономическая выгода.

Логичным продолжением модернизации будет создание полноценного конфедеративного союза по типу Европейского союза, с учетом современных реалий и национальных интересов стран - членов ЕАЭС. В перспективе так же принятие новых членов в данное интеграционное объединение, при условии прохождения страной – кандидатом на вступление всех предыдущих ступеней данной интеграции.

Подобные идеи высказывали президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев [3] и Президент России В.В. Путин. [4]

Так, Н.А. Назарбаев озвучил свои идеи касательно создания ряда наднациональных органов Евразийского союза, а в частности:

- Совет глав республик и глав правительств ЕАС — высший орган политического руководства;
- Парламент ЕАС — высший консультативно-совещательный орган Союза;
- Совет министров иностранных дел ЕАС — координация внешнеполитической деятельности;
- Межгосударственный исполнительный комитет — постоянно действующий исполнительно-контролирующий орган;
- Информационное бюро Исполкома ЕАС;
- Совет по вопросам образования, культуры, науки — формирование согласованной политики в этой области.

Для воплощения этого проекта в жизнь, необходимо создать обширную правовую базу, основным нормативным актом которой станет конституционный акт.

Конституционный акт Евразийского союза должен содержать в себе права и свободы, присущие правовым государствам. В нем должно быть прописано право сецессии. Будет абсолютно верно, если мы воспользуемся опытом интеграции Европейского союза, при этом учитывая все ошибки, а так же национальные особенности наших правовых систем и государств.

Право ЕАЭС – право особого рода, в котором сочетаются свойства как национального права стран – членов, так и международного права в целом. Упрощает модернизацию права сходство членов ЕАЭС в правовой сфере, а так же общее прошлое.

#### *Список литературы*

1. Поляков А. В., Тимошина Е. В. Общая теория права: Учебник. // Издательство юр. факультета СПбГУ — СПб., 2005. — 472 с.
2. Официальный сайт ЕАЭС // <http://www.eaeunion.org/>.
3. От идеи Евразийского союза – к новым перспективам евразийской интеграции, Речь Н. Назарбаева в Москве // <http://www.centrasia.ru/news>

4. Новый интеграционный проект для Евразии — будущее, которое рождается сегодня // статья для газеты «Известия» <http://izvestia.ru/news/502761> 3 октября 2011 г.

**УДК 342.25**

## **МЕХАНИЗМ АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА ГРАЖДАН И ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ НА ОБРАЩЕНИЕ**

*Д.Г. Нилов, ассистент*

Белорусский торгово-экономический университет  
потребительской кооперации, г. Гомель

В статье раскрываются проблемы, связанные с анализом механизма административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение. В частности, на основании анализа различных научных точек зрения, дается определение данного явления и исследуется его структура. Под механизмом административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение предлагается понимать систему взаимосвязанных и взаимозависимых административно-правовых средств, посредством которых осуществляется правовое регулирование общественных отношений, возникающих в связи с реализацией гражданами и юридическими лицами права на обращение, в соответствии с целями и задачами правового государства. В структуру указанного механизма предлагается включать такие элементы как: нормы права, правоотношения и акты применения норм права.

**Ключевые слова:** обращения граждан и юридических лиц, механизм административно-правового регулирования, нормы права, правоотношения, акты применения норм права.

Любое право нуждается в создании надлежащего и эффективного правового механизма его реализации. В связи с этим исследование права граждан и юридических лиц на обращение предполагает рассмотрение модели механизма правового регулирования этого права.

Первоначально понятие механизма правового регулирования было сформулировано С.С. Алексеевым. Под ним ученый понимает «взятую в единстве всю совокупность юридических средств, при помощи которых обеспечивается правовое воздействие на общественные отношения» [1, с. 30]. В последующем это определение было уточнено. В настоящее время в теории права механизм правового регулирования определяется не как простая совокупность юридических средств, а как система взаимосвязанных и взаимозависимых юридических средств, способов, посредством которых осуществляется правовое регулирование общественных отношений в соответствии с целями и задачами правового государства [2, с. 508].

В русле общетеоретического подхода определяется и механизм административно-правового регулирования как совокупность правовых средств, при помощи которых осуществляется регулирование общественных отношений, возникающих по поводу правоотношений реализации исполнительной власти [3, с. 28].

В последнее время механизм административно-правового регулирования все чаще становится предметом исследования применительно к реализации и охране прав граждан, в том числе и применительно к реализации права на обращение.

Так, по мнению В.П. Таранухи, механизм правового регулирования общественных отношений, которые возникают в связи с реализацией права граждан на обращение в органы государственной власти, местного самоуправления, их должностных лиц – это совокупность правовых способов, с помощью которых поведение субъектов этих общественных отношений приводятся в соответствие с требованиями и дозволениями, содержащимися в нормах административного права [4, с. 11].

Представляется, что предложенное определение неточно отражает сущность рассматриваемого явления. Во-первых, правовой механизм – это не простая совокупность правовых способов, а система взаимообусловленных и взаимосвязанных юридических средств, способов, посредством которых осуществляется правовое регулирование общественных отношений. Во-вторых, общественные отношения должны приводиться не просто в соответствие с нормами административного права, но и в соответствие с целями и задачами правового государства. В-третьих, предложенное определение не учитывают, что правом подавать обращения наделены и юридические лица.

Таким образом, на основании проведенного исследования механизм административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение можно определить как систему взаимообусловленных и взаимосвязанных административно-правовых средств, посредством которых осуществляется правовое регулирование общественных отношений, возникающих в связи с реализацией гражданами и юридическими лицами права на обращение, в соответствии с целями и задачами правового государства [5, с. 42].

Содержательная характеристика рассматриваемого феномена сводится в правовой литературе к анализу юридических средств, которые его образуют [6, с. 104].

С.С. Алексеев полагал, что в механизм правового регулирования входят три основных элемента: 1) юридические нормы; 2) правоотношения; 3) акты реализации субъективных юридических прав и обязанностей. Кроме того, указанный автор относил к элементам механизма правового регулирования также нормативные правовые акты, правосознание и правовую культуру [1, с. 34-35].

Высказывались и другие суждения по количеству и характеру юридических средств, входящих в механизм правового регулирования. Так, одни ученые полагают нецелесообразным включать в данный механизм правовую культуру и правосознание, так как сами они являются результатом регулирующего воздействия юридических средств, а нормативные правовые акты являются одним из источников норм права [6, с. 105].

Другие, напротив, не только включают в него новые элементы (меры правового воздействия на субъектов права и режим законности), но и дробят уже названные (вместо единого элемента «правоотношение» выделяют юридические факты и субъективные права и обязанности) [2, с. 508].

Высказываясь по поводу такого многообразия мнений, А.П. Шергин справедливо замечает, что большинство суждений сводится в принципе к одному – включать или не включать в механизм правового регулирования те или иные юридические средства, оставляя вне внимания вопрос о том, каковы же общие требования к этим средствам. По мнению указанного автора, такими требованиями являются: во-первых, элементами механизма правового регулирования могут быть только юридические средства; во-вторых, эти юридические средства должны обладать способностью регулировать общественные отношения, оказывать на реальное поведение людей прямое или опосредованное воздействие; в третьих, в механизм правового регулирования должны включаться все средства, обладающие названными признаками [6, с. 105-106].

На основании предложенных критериев А.П. Шергин относит к элементам механизма правового регулирования нормы права, правоотношения, акты применения норм права, так как они являются юридическими средствами и обладают способностью оказывать регулирующее воздействие на общественные отношения. Кроме того, данный автор выделяет и четвертый элемент – способы правового регулирования (дозволение, разрешение, запрет) [6, с. 106-107].

Представляется, однако, что и дозволение, и разрешение, и запрет закрепляются в нормах права, определяя характер их предписания, следовательно, нет оснований выделять их в качестве самостоятельных элементов механизма правового регулирования.

Следовательно, в структуру механизма административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение входят такие элементы как: нормы права, правоотношения и акты применения норм права.

Административно-правовые нормы представляют собой общеобязательные правила поведения, регулирующие управленческие отношения, установленные компетентными государственными органами и обеспечиваемые государственным принуждением [3, с. 21].

Административно-правовые нормы, регулирующие правоотношения, возникающие в связи с реализацией права на обращение, характеризуются многообразием нормативных правовых актов, в которых они содержатся. Основопологающим нормативным правовым актом, регулирующим порядок реализации права на обращение, является Закон Республики Беларусь от 18 июля 2011 г. № 300-З «Об обращениях граждан и юридических лиц».

Вторым элементом механизма административно-правового регулирования являются административные правоотношения.

Административно-правовое отношение – это урегулированное административно-правовой нормой управленческое общественное отношение, в котором стороны выступают как носители взаимных прав и обязанностей, установленных и гарантированных административно-правовой нормой [3, с. 25].

Вопросы административно-правовых отношений были достаточно подробно исследованы такими учеными как Г.И. Петров и Ю.М. Козлов, которыми были высказаны два полярных мнения относительно характера правоотношений, возникающих в связи с подачей и рассмотрением обращений. Так, Г.И. Петров утверждает, что отношения, возникающие по поводу обращения, являются отношениями равенства. Такой вывод, указанный автор дела делает на том основании, что граждане в одностороннем порядке способствуют возникновению административных правоотношений и в любой момент могут прекратить их [7, с. 24]. Противоположной позиции придерживаются Ю.М. Козлов, по мнению которого, подача обращения вызывает властеотношения. Так как властность проявляется в тех случаях, когда субъект управления творит юридически обязательные предписания и когда он требует их исполнения или обеспечивает заинтересованность в их исполнении, и когда к нему, как к официальной государственной инстанции, обращается со своими притязаниями гражданин, и когда он принимает меры государственного принуждения [8, с. 103].

Более обоснованной представляется первая позиция. Во-первых, государственные органы, на рассмотрение которым поступило обращение, обязаны принять по результатам его рассмотрения юридически обязательное решение и обеспечить его исполнение. При этом возникает эта обязанность именно в связи с реализацией гражданином, юридическим лицом своего конституционного права на обращение. Во-вторых, властность принятого по обращению решения направлена на реализацию, восстановление и (или) защиту прав, свобод и (или) законных интересов заявителя, но не на создание для него каких-либо обязанностей.

Административные правоотношения возникают, изменяются и прекращаются при наличии юридических фактов, предусмотренных административно-правовыми нормами.

Юридическим фактом, порождающим административные правоотношения, возникающих по поводу реализации права граждан и юридических лиц на обращение, является правомерное действие – подача в государственный орган, иную организацию, соответствующего обращения. Хотя сама подача обращения может быть вызвана и неправомерными действиями, например, жалоба подается, соответственно, в связи с нарушением прав, свобод и (или) законных интересов.

Юридическим фактом, прекращающим такие отношения, будет выступать исполнение решения, принятого по обращению.

Третьим элементом механизма административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение, являются акты применения норм административного права.

Акты применения норм административного права занимают особое место в механизме административно-правового регулирования. Ведь результативность правового регулирования во многом зависит от эффективности правоприменительных актов, посредством которых разрешаются конкретные дела в сфере публичных отношений.

А.П. Коренев определяет акт применения норм административного права, как «индивидуальный юридический акт, разрешающий конкретное управленческое дело, персонально определяющий поведение адресата, обладающий государственно-властным творческим характером, изданный в установленном порядке уполномоченными на то государственными органами, общественными организациями и должностными лицами» [9, с. 25].

Основными признаками таких актов, по мнению указанного автора, являются следующие:

1) Индивидуальный характер акта, так как он направлен на разрешение определенного управленческого дела.

2) Акт применения норм административного права имеет юридическую природу, обладает государственно-властным характером и обязателен для всех, кому адресован. Исполнение акта гарантируется, а при необходимости обеспечивается принудительной силой государства.

3) Рассматриваемые акты всегда издаются в одностороннем порядке, исходят от компетентного органа, организации или должностного лица – субъекта применения норм административного права.

4) Акт применения административного права влечет возникновение, изменение или прекращение административных правоотношений, т.е. является правообразующим фактом.

5) В рамках административно-правовой нормы субъект применения обязан избрать оптимальный вариант индивидуальной регламентации. Следовательно, акт применения носит творческий характер. [9, с. 23-24].

Следовательно, акты применения норм административного права являются правовым средством регулирования индивидуально-конкретных общественных отношений. Их эффективность зависит от юридической и фактической обоснованности, законности и действительности содержания, полноты учета всех возможных последствий, целесообразности, а также от качества организации принятия решения и его исполнения.

Актами применения норм административного права в отношении реализации права граждан и юридических лиц на обращение выступают решения государственных органов и иных организаций (их должностных лиц), принятые по обращениям.

Таким образом, исследование механизма административно-правового регулирования реализации права граждан и юридических лиц на обращение имеет не только научное, но и практическое значение, так как позволит создать научную основу для дальнейшего совершенствования законодательства об обращениях граждан и юридических лиц.

### Список литературы

1. Алексеев С.С. Механизм правового регулирования в социалистическом государстве. – М.: Юридическая литература, 1966. – 188 с.
2. Вишневский А.Ф. Общая теория государства и права: учебник. 2-е изд. Под общ. ред. проф. В.А. Кучинского. – Минск: Изд-во деловой и учеб лит-ры, 2006. – 656 с.
3. Административное право: учеб. пособие / Л.М. Рябцев [и др.]; под общ. ред. Л.М. Рябцева. – Минск: Книжный дом, 2007. – 320с.
4. Тарануха В.П. Звернення громадян як засіб забезпечення законності в діяльності місцевих органів виконавчої влади : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 [Електронний ресурс] / В.П. Тарануха ; Держ. податк. адмін. України, Нац. акад. держ. податк. служби України. – Ірпінь, 2003. – 20 с.
5. Нилов Д.Г. Административно-правовой механизм реализации права граждан на обращение // Юридический журнал. – 2009. – № 3. – С. 42-46.
6. Шергин А.П. К концепции механизма административно-правового регулирования // Административное и административно-процессуальное право. Актуальные проблемы. М., 2004. – С. 102-123.
7. Петров Г.И. Советские административно-правовые отношения. – ЛГУ, 1972. – 158 с.
8. Козлов Ю.М. Административные правоотношения. – М., 1976. – 184 с.
9. Коренев А.П. Применение норм административного права: автореф. дис. ... д-ра юрид. наук / А.П. Коренев; Ленингр. гос. Ун-т. – Ленинград, 1971. – 39 с.

УДК343

## КОНФИСКАЦИИ ИМУЩЕСТВА КАК ФИНАНСОВАЯ САНКЦИЯ ПО УК РФ

*М.Н. Сутурина, канд. юрид. наук*

*А.С. Жукова, старший преподаватель*

Забайкальский государственный университет, г. Чита

В истории уголовного законодательства России, на протяжении длительного времени конфискация имущества существовала как вид дополнительного уголовного наказания. Применение нормы было достаточно широким с 1960 г. В современном уголовном законе указанная норма является иной мерой уголовно – правового характера и сфера ее применения изменилась. Поэтому, возникает объективная необходимость рассмотрения современного правового регулирования конфискации имущества и цели ее назначения как иной меры уголовно – правового характера в Уголовном кодексе Российской Федерации.

**Ключевые слова:** государство, закон, иная мера уголовно-правового характера, конфискация, правовая природа, международные акты, совершенствование законодательства, профилактика, борьба с преступностью.

Уголовно – правовой институт конфискации имущества известен на протяжении всего развития отечественного уголовного законодательства. Даже с учетом динамично развивающейся эволюции данного института,

практически всегда, конфискация имущества в уголовном праве России выступала в качестве одного из наиболее действенных видов наказаний.

Следует согласиться с Самойловой С.Ю., которая в своем исследовании отмечает, что после исключения в 2003 г. из Уголовного кодекса Российской Федерации конфискации имущества как вида наказания уголовное законодательство утратило одно из активных средств влияния на корыстную преступность, что привело к общему ослаблению противодействия преступности уголовно-правовыми мерами<sup>5</sup>.

Отметим, что Уголовный кодекс Российской Федерации (далее – УК РФ), а именно в ст. 52 предусматривал в качестве вида наказания конфискацию имущества, предполагающую безвозмездное изъятие всего или части имущества, являющегося собственностью осужденного, которая была исключена Федеральным законом от 08.12.2003 № 162-ФЗ<sup>6</sup>.

По мнению В.М. Лебедева, такое решение было принято законодателем в соответствии с положениями ст. 1 Протокола №1 к Европейской конвенции о защите прав человека и основных свобод от 4 ноября 1950 г.<sup>7</sup>, провозглашающими право любого человека иметь собственность, которой он может быть лишен только по судебному решению при установлении обстоятельств, свидетельствующих, что это имущество нажито преступным путем. В настоящее время положение, соответствующее Протоколу № 1 к Европейской конвенции, содержится в ст. 81 УПК, согласно которой имущество, деньги и иные ценности, полученные в результате преступных действий либо нажитые преступным путем, должны признаваться вещественными доказательствами и подлежат возвращению законному владельцу либо обращению в доход государства в порядке, установленном Правительством РФ<sup>8</sup>.

Рассмотрим более подробно эволюцию института конфискации в уголовном праве России.

В подтверждение нецелесообразной отмены рассматриваемой меры также высказался Мартынеко Э.П., полагая, что отмена конфискации имущества нарушила ряд международных соглашений, ратифицированных Российской Федерацией, по которым она брала на себя обязательства применять конфискацию имущества к лицам, совершившим преступления<sup>9</sup>. Дей-

---

<sup>5</sup> Самойлова С. Ю. Конфискация имущества в российском уголовном законодательстве: автореф. дисс. канд. юрид. наук, Омск .- 2011. - 22 с.

<sup>6</sup> О внесении изменений и дополнений в Уголовный кодекс Российской Федерации: федеральный закон [от 8 декабря 2003 г. № 162-ФЗ (в ред. от 7 декабря 2011 г. № 420-ФЗ)] //Собр. законодательства Росс. Федерации.- 2003 г. - № 50. - ст. 4848

<sup>7</sup> Протокол № 1 к Конвенции о защите прав человека и основных свобод ETS № 009: [Париж, 20 марта 1952 г. (в ред. Протокола № 11 от 11 мая 1994 г.), ратифицирован Российской Федерацией Федеральным законом от 30 марта 1998 г. № 54-ФЗ)]// Собр. законодательства Рос. Федерации.- 1998 г.- № 20.- ст. 2143

<sup>8</sup> Лебедев В.М. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации/В.М. Лебедев (отв. ред. В.М. Лебедев).- М.: «Юрайт».-2012 г.

<sup>9</sup> Мартыненко Э.П. Конфискация имущества в действующем уголовном праве: автореф. дисс. канд. юрид. наук, Москва .- 2010. - 24 с.

ствительно, Российская Федерация как государство, в котором борьба с преступностью является одним из приоритетных направлений государственной уголовно – правовой политики имеет ряд международно – правовых обязательств.

Обратимся к некоторым международно – правовым нормам.

Статья 54 Конвенции ООН против коррупции регламентирует механизмы изъятия имущества посредством международного сотрудничества в деле конфискации, а именно: «Каждое Государство-участник в целях предоставления взаимной правовой помощи согласно статье 55 настоящей Конвенции в отношении имущества, приобретенного в результате совершения какого-либо из преступлений, признанных таковыми в соответствии с настоящей Конвенцией, или использованного при совершении таких преступлений, в соответствии со своим внутренним законодательством».<sup>10</sup> Статья 55 той же Конвенции закрепляет положение о том, что Государство - участник, получившее от другого Государства-участника, под юрисдикцию которого подпадает какое-либо преступление, признанное таковым в соответствии с Конвенцией, просьбу о конфискации доходов от преступлений, имущества, оборудования или других средств совершения преступлений, находящихся на его территории, в максимальной степени, возможной в рамках его внутренней правовой системы<sup>11</sup>.

Ст. 8 Конвенции об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности содержит следующее положение: «Стороны в максимально возможной степени оказывают друг другу, по запросу, помощь в определении и обнаружении орудий, доходов и другого имущества, подлежащего конфискации. Эта помощь включает меры по предоставлению и поиску информации, касающейся существования, местонахождения или движения, характера, юридического статуса и стоимости упомянутого выше имущества»<sup>12</sup>.

Также, действуя по просьбе, направленной другим Государством - участником в соответствии со статьей 13 Конвенции против транснациональной организованной преступности, предусматривающей международное сотрудничество в целях конфискации Конвенции, Государства - участники в той мере, в какой это допускается внутренним законодательством, и, в случае

---

<sup>10</sup> Конвенция Организации Объединенных Наций против коррупции: [принята Генеральной Ассамблеей ООН 31 октября 2003 г. (Российская Федерация ратифицировала Конвенцию Федеральным законом от 8 марта 2006 г. № 40-ФЗ с заявлениями, Конвенция вступила в силу для Российской Федерации 8 июня 2006 г.)]// Российская юстиция.- 2004 г.- № 4

<sup>11</sup> Там же.

<sup>12</sup> Конвенция об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности ETS № 141:[Страсбург, 8 ноября 1990 г. (Российская Федерация ратифицировала настоящую Конвенцию Федеральным законом от 28 мая 2001 г. № 62-ФЗ с оговорками и заявлением. Конвенция вступила в силу для Российской Федерации 1 декабря 2001 г.)] //Бюллетень международных договоров.- 2003 г. - № 3

получения соответствующего запроса, в первоочередном порядке рассматривают вопрос о возвращении конфискованных доходов от преступлений или имущества запрашивающему Государству-участнику, с тем, чтобы оно могло предоставить компенсацию потерпевшим от преступления или вернуть такие доходы от преступлений или имущество их законным собственникам (Ст. 14 Конвенции).<sup>13</sup>

Полагаем, вышеизложенное полностью подтверждает обязательства Российской Федерации по конфискации имущества в международном противодействии преступности, и сегодня, международное сотрудничество в реализации правоохранительной деятельности государств играет решающую роль в борьбе с преступностью. Также, важно обеспечение надлежащими полномочиями правоохранительных структур при условии должного соблюдения гарантий прав человека в международном сотрудничестве государств.

За период существования конфискации имущества, указанный институт претерпел ряд правовых изменений от вида дополнительного уголовного наказания до иной меры уголовно – правового характера. Глава 15.1 «Конфискация имущества» была включена в УК РФ<sup>14</sup> Федеральным законом от 27.07.2006 № 153-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»<sup>15</sup> в связи с принятием Федерального закона «О ратификации конвенции Совета Европы о предупреждении терроризма» и Федерального закона «О противодействии терроризму».

Согласно справке к вышеуказанному нормативному акту, в УК РФ возвращается конфискация имущества в качестве способа безвозмездного принудительного обращения по решению суда в собственность государства денег, ценностей и другого имущества, полученного в результате совершения преступлений против жизни, здоровья, свободы, чести и достоинства личности, собственности, в сфере экономической деятельности, против общественной безопасности, здоровья населения и общественной нравственности, государственной власти, мира и безопасности человечества. Конфискации под-

---

<sup>13</sup> Конвенция Организации Объединенных Наций против транснациональной организованной преступности: [от 15 ноября 2000 г. (Российская Федерация ратифицировала настоящую Конвенцию Федеральным законом от 26 апреля 2004 г. № 26-ФЗ с заявлениями. Конвенция вступила в силу для Российской Федерации 25 июня 2004 г. (в ред. Протокола против незаконного изготовления и оборота огнестрельного оружия, его составных частей и компонентов, а также боеприпасов к нему (утвержден резолюцией 55/255 Генеральной Ассамблеи ООН от 31 мая 2001 г.))// Собр. законодательства Рос. Федерации.- 2004 г. - № 40.- ст. 3882

<sup>14</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации: федеральный закон [от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в ред. от 3 декабря 2012 г. № 231-ФЗ)]// Собр. законодательства Рос. Федерации.-1996.- № 25.- ст. 2954

<sup>15</sup> О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона "О ратификации Конвенции Совета Европы о предупреждении терроризма" и Федерального закона "О противодействии терроризму": федеральный закон [от 27 июля 2006 г. № 153-ФЗ (в ред. от 7 февраля 2011 г. № 3-ФЗ)]// Рос. газета.- 2006.- № 165

лежит также имущество, используемое или предназначенное для финансирования терроризма и незаконных вооруженных формирований.

На самом деле, глава, в которой решаются вопросы конфискации имущества, включена в раздел VI «Иные меры уголовно-правового характера» (ст. ст. 104.1- 104.3 УК РФ<sup>16</sup>), а не в раздел об уголовном наказании. Т.е. введение рассматриваемого института не означает возвращения в УК отмененной конфискации имущества в ее прежнем значении как вида наказания. Полагаем, правовая природа этого института определяется его местом в системе мер уголовно-правового воздействия и в структуре уголовного закона. Законодательная норма характеризует новый по своей форме и уголовно – правовому содержанию институт уголовного права в уголовных правоотношениях.

Ч. 1 ст. 104.1 УК РФ определяет шесть видов предметов конфискации: 1) деньги, ценности, иное имущество, полученные в результате совершения определенных преступлений (п. «а»); 2) предметы незаконного перемещения через таможенную границу Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС либо через Государственную границу РФ с государствами-членами Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС, ответственность за которое установлена ст. 226.1 и 229.1 УК; 4) деньги, ценности, иное имущество, полученное в результате любого другого преступления, доходы от которого полностью или частично были преобразованы; 5) деньги, ценности, иное имущество, используемые и предназначенные для финансирования терроризма, организованной группы, незаконного вооруженного формирования, преступного сообщества; 6) орудия, оборудование и иные средства совершения преступления любого преступления<sup>17</sup>.

В современной нормативной форме рассматриваемый институт основан на нормах международного права, и призван служить уголовно-правовым средством противодействия, прежде всего, финансированию терроризма и организованных преступных структур, является юридическим основанием принудительного изъятия и безвозмездного обращения в собственность государства имущества, незаконно полученного в результате совершения преступлений из числа указанных в специальном перечне, а также определенного имущества, принадлежащего виновному. Теперь нормы, вышеуказанной Конвенции против транснациональной организованной преступности имплементированы в российский закон и соответствуют положениям, предусмотренным ст. 12 «Конфискация и арест» Конвенции ООН<sup>18</sup>.

---

<sup>16</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации: федеральный закон [от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в ред. от 3 декабря 2012 г. № 231-ФЗ)]// Собр. законодательства Рос. Федерации. -1996.- №. 25.- ст. 2954

<sup>17</sup> Малиновский В.В., Чучаев А.Е. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации для работников прокуратуры (постатейный) / (отв. ред. канд. юрид. наук В.В. Малиновский; науч. ред. проф. А.И. Чучаев). - М.: "КОНТРАКТ".- 2012 г.

<sup>18</sup> Конвенция Организации Объединенных Наций против транснациональной организованной преступности: [от 15 ноября 2000 г. (Российская Федерация ратифицировала настоящую Конвенцию Федеральным законом от 26 апреля 2004 г. № 26-ФЗ с заявления-

Следует отметить, что нынешний УК РФ содержит норму о конфискации имущества, которая распространяется не на любое имущество виновного, как это имело место ранее в УК РФ (когда конфискация являлась видом уголовного наказания), а только на то, которое прямо указано в законе, т.е. имущество, связанное с совершением преступления или имеющее определенное целевое назначение. Государство не может допустить незаконного обогащения лица посредством совершения преступления или занятия преступной деятельностью. Поэтому конфискации подлежат деньги, ценности и иное имущество, полученные в результате совершения одного или нескольких преступлений.

В соответствии с п. «г» ст. 104.1. УК РФ, конфискуются также орудия, оборудование и иные средства совершения преступления, принадлежащие обвиняемому. В этом случае уголовная ответственность сопряжена с особым правовым последствием - принудительным прекращением права собственности лица на определенное имущество, в том числе, в целях недопущения использования его в дальнейшем в преступных целях. Но, в п. 30 постановления Пленума ВС РФ от 26.04.2007 № 14 содержится разъяснение о том, что «исходя из положений пункта «г» ч. 1 ст. 104.1 УК орудия и иные принадлежащие обвиняемому средства совершения преступления, в частности, оборудование, прочие устройства и материалы, использованные для воспроизведения контрафактных экземпляров произведений или фонограмм, подлежат конфискации»<sup>19</sup>. Т.е. конфискации подлежит лишь принадлежащие осужденному средства совершения преступления.

Так, по приговору Забайкальского краевого суда от 28 февраля 2011 г. А. осужден по пп. «а», «в», «г» ч. 4 ст. 290, ч. 1 ст. 285, ч. 2 ст. 327 УК РФ. Судом постановлено конфисковать автомобиль и другое имущество, полученные в результате совершенных преступлений. Уголовное дело рассмотрено в особом порядке в соответствии с главой 40.1 УПК РФ.

В кассационных жалобах заявитель Ю. просила об отмене приговора в части конфискации имущества, ссылаясь на принадлежность имущества ей; заявитель В. просил отменить приговор в этой части, указывая, что конфискованное имущество в виде автомашины принадлежит коммерческой организации, а не осужденному А.

Судебная коллегия по уголовным делам Верховного Суда РФ 24 мая 2011 г. кассационные жалобы заявителей удовлетворила, приговор в части

---

ми. Конвенция вступила в силу для Российской Федерации 25 июня 2004 г. (в ред. Протокола против незаконного изготовления и оборота огнестрельного оружия, его составных частей и компонентов, а также боеприпасов к нему (утвержден резолюцией 55/255 Генеральной Ассамблеи ООН от 31 мая 2001 г.)) // Собр. законодательства Рос. Федерации. - 2004 г. - № 40. - ст. 3882

<sup>19</sup> О практике рассмотрения судами уголовных дел о нарушении авторских, смежных, изобретательских и патентных прав, а также о незаконном использовании товарного знака: постановление Пленума Верховного Суда РФ [от 26 апреля 2007 г. № 14] // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. - 2007 г. - № 7

решения о конфискации имущества отменила, направив дело в этой части на новое судебное рассмотрение.

Принимая решение о конфискации имущества, в том числе и зарегистрированного на других лиц, и указывая об этом в резолютивной части приговора, суд свое решение ничем не обосновал.

Из приговора следует, что сам суд установил факт регистрации имущества на заявителей, в связи с чем, имеющееся в резолютивной части приговора решение о конфискации указанного имущества затрагивает права и законные интересы заявителей.

Поскольку уголовное дело было рассмотрено судом в особом порядке, предусмотренном главой 40.1 УПК РФ, заявители фактически были лишены процессуальной возможности для обеспечения своих законных интересов<sup>20</sup>.

Подобная ситуация сложилась по приговору Астраханского областного суда от 23 января 2009 г. постановлено конфисковать в доход государства вещественные доказательства по делу - товары народного потребления в количестве 200 коробок, в каждой по 360 шт. детского белья. В кассационной жалобе заявительница Х., допрошенная по делу в качестве свидетеля, указанный приговор в части решения вопроса о конфискации вещественных доказательств просила отменить на том основании, что этот товар принадлежит ей на праве собственности. Жалоба заявительницы была удовлетворена, приговор в части, касающейся решения судьбы указанных выше вещественных доказательств, отменила и дело в этой части направила на новое рассмотрение, поскольку из приговора следует, что сам суд установил принадлежность Х. данного детского белья, в связи с чем решение о конфискации указанного имущества затрагивает права и законные интересы заявительницы<sup>21/22</sup>.

Вышеизложенная практика характеризует факт того, конфискация в значительной степени не предполагает прекращения права собственности осужденного на изымаемое имущество, хоть и должна реализовать основную цель применения иных мер уголовно – правового характера. И это вполне законодательно обосновано, но как было отмечено нами выше, современная правовая природа рассматриваемой меры предполагает ограничение прав виновных на имущество. Выходит, что конфискация назначается не за совершение преступлений, а в целях предупреждения использования имущества для совершения новых преступлений. Данная мера реализует профилактический

---

<sup>20</sup> Определение СК по уголовным делам Верховного Суда РФ [от 24 мая 2011 г. № 72-О11-32 (извлечение)]// Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации.- 2012 г.- № 1

<sup>21</sup> Определение СК по уголовным делам Верховного Суда РФ [от 17 марта 2009 г. № 25-О09-11 "Лица, не признанные в установленном законом порядке участниками уголовного судопроизводства, в случае, когда решением суда затронуты их права и законные интересы, могут обжаловать его в кассационном порядке" (извлечение)] // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации.-2009 г.- № 10

<sup>22</sup> Лебедев В.М. Комментарий к Уголовному кодексу Российской Федерации/ отв. ред. В.М. Лебедев. - 12-е изд., перераб. и доп. - М.: "Юрайт".- 2012 г.

подход, а не формирует исправительное воздействие. Т.е. современная правовая природа и наименование конфискации в разделе «Иные меры уголовно – правового характера» не соответствует тому содержанию иных мер уголовно-правового характера, которое вкладывал в них законодатель в момент его принятия, и которое вкладывает в них принцип справедливости, сформулированный в ст. 6 УК РФ «Наказание и иные меры уголовно-правового характера», применяемые к лицу, совершившему преступление, должны быть справедливыми, то есть соответствовать характеру и степени общественной опасности преступления, обстоятельствам его совершения и личности виновного»<sup>23</sup>.

С учетом сложившейся практики, целесообразно внести норму о конфискации имущества в раздел III Уголовного кодекса Российской Федерации «Наказание» в современной законодательной формулировке (т.е. Гл. 15.1 УК РФ).

---

<sup>23</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации: федеральный закон [от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (в ред. от 3 декабря 2012 г. № 231-ФЗ)]// Собр. законодательства Рос. Федерации .-1996.- №. 25.- ст. 2954.

# НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ «ПЕРВЫЕ ШАГИ В НАУКЕ»

УДК 579.63

## ОЦЕНКА САНИТАРНО-ГИГИЕНИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ВОЗДУХА В УЧЕБНОМ ЗАВЕДЕНИИ

*И.А. Афанасьев, К. Долгопятов, студенты*  
*Научный руководитель: М.А. Филоненко, преподаватель,*  
*заведующая лабораторией*  
ГАПОУ НСО Новосибирский колледж  
общественного питания и сервиса, г. Новосибирск

Благоприятное состояние окружающей среды в учебных заведениях является необходимым условием осуществления учебного процесса. Одним из параметров значительно влияющем на состояние здоровья учащихся является микробиологическая обсеменённость воздуха.

**Ключевые слова:** учебное заведение, общее микробное число, воздух.

Микрофлора воздуха зависит от микрофлоры почвы и воды, откуда микробы вместе с пылью и капельками влаги увлекаются в атмосферу. [1]

Воздух - среда неблагоприятная для размножения бактерий. Недостаток влаги, питательных веществ, солнечная радиация действует на микроорганизмы губительно. Поэтому видовой состав микрофлоры воздуха малочислен. Как правило, в воздухе присутствуют споры бацилл, грибов, актиномицетов, пигментообразующих бактерий. В помещениях микробы поступают в воздух с одежды и кожи людей, а также из носоглотки человека при разговоре, кашле, чихании. Таким образом, в воздух попадают стафилококки, стрептококки и возбудители воздушно-капельных инфекций, способных сохранять свою жизнеспособность в течении определенного времени, достаточного для инфицирования людей. [2]

В учебных заведениях зимой в закрытых помещениях, в период наибольшей активности студентов создаются благоприятные условия для развития микроорганизмов, в том числе и патогенных.

При чихании, кашле и разговоре в воздух выбрасывается множество капелек жидкости, внутри которых содержатся микроорганизмы. Эти капельки могут часами удерживаться в воздухе во взвешенном состоянии, т. е. образуют стойкие аэрозоли. За счет влаги микроорганизмы в капельках живут дольше. Таким воздушно-капельным путем происходит заражение многими острыми респираторными заболеваниями (грипп, корь, коклюш, дифтерия, легочная чума и др.). Подобный путь распространения возбудителей — одна

из основных причин развития не только эпидемий, но и крупных пандемий гриппа, а в прошлом и легочной чумы. [3]

Превышение допустимого уровня общей микробной обсемененности воздуха помещения свидетельствует о неудовлетворительном санитарном состоянии помещения, о некачественной уборке, о неэффективной дезинфекции, недостаточном проветривании или вентиляции, о скученности людей и в целом говорит о нарушении санитарного режима.

Целью нашей работы является оценка микробиологического загрязнения воздуха нашего колледжа.

Санитарную оценку воздуха закрытых помещений осуществляют по двум микробиологическим показателям: общему количеству микроорганизмов и количеству санитарно-показательных стрептококков в 1 м<sup>3</sup> воздуха. [3] Нами был выбран седиментационный метод (метод Коха) определения общего микробного числа в 1 м<sup>3</sup> (ОМЧ). Метод предполагает осаждение микробов на поверхность плотной среды (мясопелтонный агар-МПА) под действием силы тяжести.

Метод определения ОМЧ был выбран нами по следующим причинам:

1. В учебных заведениях запрещено работать с патогенными микроорганизмами.
2. Позволяет оценить общую микробную загрязнённость воздуха в закрытых помещениях.
3. Простота исполнения.
4. Пригоден для учебных заведений, т.к. не требует специализированных микробиологических лабораторий.

Задача нашей работы – определение ОМЧ в учебных помещениях колледжа в зимний период при максимальной численности студентов и преподавателей.

В качестве контрольных точек для оценки микробиологического состояния воздуха в колледже были выбраны наиболее рискованные по микробиологической обсеменённости места и выборочно некоторые учебные аудитории :

1. Раздевалка.
2. Кабинет истории (лекционная аудитория, 2 этаж).
3. Туалет женский (3 этаж).
4. Туалет мужской (1 этаж).
5. Столовая.
6. Кабинет английского языка (3 этаж).
7. Вестибюль.
8. Кабинет химии (4 этаж).
9. Учебная часть.
10. Кабинет информатики.
11. Кабинет кондитерского дела.
12. Спортзал.

Были проведены 5 серий измерений (в каждой контрольной точке два параллельных измерения) общего микробного числа с целью проверки соответствия состояния критической контрольной точки установленным требованиям.

Измерения проводились в течение 5 дней. Время определения – 3 паразитических культур с 13 часов 45 минут до 14 часов 25 минут.

В качестве питательной среды был выбран сухой мясо-пептонный бульон (МПБ) на основе агар-агара.

Стерилизация посуды проводилась в сушильном шкафу серии LOIP LF с модулем управления TS87B, при температуре 160°C, время стерилизации 2 часа.

Методика приготовления мясо-пептонного агара.

Концентрация мясо-пептонного бульона - 5%  
агар-агара - 2%.

Таблица №1

№	Наименование компонента	Количество, г (на 100 г среды).
1	Мясопептонный бульон	5
2	Агар-агар	2
3	Вода	93

Технология приготовления МПА.

1. 5 г МПБ заливали 60 г свежепрокипяченной воды, размешивали до полного растворения (весы электронные Scout Pro).
2. Полученный раствор МПБ фильтровали через двойной слой марли.
3. 2 г агар-агара диспергировали в 37 г горячей воды (95° С).
4. Смешивали растворы МПБ и агар-агара и кипятили в течение 30 минут.
5. Доливали водой до 100 г .
6. Измеряли pH раствора и доводили его 0,1 н раствором соляной кислоты до pH = 7,2 ( pH метр pH-410).
7. Разливали в чашки Петри ( объём МПА - 12 мл).
8. Проводили дробную стерилизацию в течение 3 дней по 30 минут в одно и то же время при температуре 100°C.

### Проведение измерений воздуха

Стерильные чашки Петри устанавливали в выбранных контрольных точках, открывали и экспонировали в течение 20 мин. Затем чашки закрывали и помещали в термостат (марки WB-4 MS) на 24 часа при температуре 37°C, затем выдерживали при комнатной температуре 24 часа.

Через 48 часов подсчитывали число колоний в каждой чашке Петри. Результаты вносили в таблицу. Всего было проведено 5 серий измерений в выбранных контрольных точках.

Результаты измерений в контрольных точках  
в – площадь чашки Петри (см<sup>2</sup>).  
а - число колоний

№	Контрольные точки	t (мин)	1 серия		2 серия		3 серия		4 серия		5 серия	
			в	а	в	а	в	а	в	а	в	а
1	Раздевалка, середина стойки.	20	66,4	65	66,4	51	66,4	50	66,4	55	66,4	52
2	Кабинет истории, первая парта, центр	20	66,4	18	66,4	15	66,4	10	66,4	11	66,4	15
3	Туалет женский, третий этаж, центр подоконника	20	66,4	50	66,4	63	66,4	32	66,4	46	66,4	53
4	Туалет мужской, 1 этаж центр подоконника	10	66,4	15	66,4	16	66,4	15	66,4	16	66,4	18
5	Столовая, стол в центре зала	20	66,4	10	66,4	15	66,4	8	66,4	9	66,4	10
6	Кабинет английского языка	20	66,4	18	66,4	16	66,4	10	66,4	19	66,4	15
7	Вестибюль, стол охранника.	20	66,4	38	66,4	36	66,4	29	66,4	17	66,4	28
8	Кабинет химии, первая парта, центр	20	66,4	18	66,4	21	66,4	15	66,4	20	66,4	19
9	Учебная часть, стойка секретаря, центр	20	66,4	15	66,4	25	66,4	20	66,4	19	66,4	28
10	Кабинет информатики, стол преподавателя.	20	66,4	18	66,4	15	66,4	12	66,4	13	66,4	15
11	32 кабинет, первая парта, центр.	20	66,4	25	66,4	32	66,4	21	66,4	21	66,4	23
12	Спортзал, центр зала, высота 1 м.	20	66,4	50	66,4	41	66,4	40	66,4	42	66,4	42

Согласно правилу Осмелянского на 100 см<sup>2</sup> в течение 5 минут оседает столько микроорганизмов, сколько их содержится в 10 л воздуха (1м<sup>3</sup> = 1000 л воздуха). Общее микробное число в 1 м<sup>3</sup> определяют по формуле:

$$\text{ОМЧ} = a \cdot 100 \cdot 1000 \cdot 5 / v \cdot 10 \cdot t,$$

где а – количество колоний в чашке, в – площадь чашки, t – время экспозиции.

Сводная таблица

№	Контрольные точки.	Время экспозиции	ОМЧ в 1 м <sup>3</sup>	
			Норма (в зимний период для закрытых помещений)	Фактическое (среднее)
1	Раздевалка, середина стойки.	20 мин	<4500	2056
2	Кабинет истории, первая парта, центр	20 мин	<4500	556
3	Туалет женский, третий этаж, центр подоконника	20 мин	<4500	2246
4	Туалет мужской, 1 этаж центр подоконника	20 мин	<4500	1205
5	Столовая, стол в центре зала	20 мин	<4500	349
6	Кабинет английского языка	20 мин	<4500	640
7	Вестибюль, стол охранника	20 мин	<4500	1233
8	Кабинет химии, первая парта, центр	20 мин	<4500	700
9	Учебная часть, стойка секретаря, центр	20 мин	<4500	836
10	Кабинет информатики, стол преподавателя.	20 мин	<4500	550
11	32 кабинет, первая парта, центр.	20 мин	<4500	919
12	Спортзал, центр зала, высота 1 м.	20 мин	<4500	1553

Определение общего микробного числа предполагает определение общего числа колонии - образующих бактерий разных типов. По его результатам нельзя однозначно судить о присутствии в воздухе патогенных микробов. Однако, высокое микробное число свидетельствует об общей бактериологической загрязненности воздуха и о высокой вероятности наличия патогенных организмов.

Полученные нами результаты общего микробного числа в динамике в течении 5 дней не превышают допустимые нормативы для закрытых помещений в зимний период и свидетельствуют о нормальном состоянии воздушной среды в помещениях колледжа и как следствие низкой вероятности присутствия патогенных микроорганизмов. Рекомендации по поддержанию благоприятного состояния воздушной среды:

1. Сквозное проветривание кабинетов на переменах в течение 10 минут.
2. Ежедневная влажная уборка помещений колледжа.
3. Ежемесячная генеральная уборка помещений колледжа.

#### Список литературы

1. Литусов Н.В., Сергеев А.Г., Григорьева Ю.В., Иштутинова В.Г. Микрофлора окружающей среды и тела человека: Учебное пособие. 2008 г.

2. Громова В. А., Захарова Ю. В. Руководство для самостоятельной работы студентов по санитарной микробиологии воды, почвы, лечебно-профилактических организаций. - Кемерово, 2010.-90 с.
3. Жарикова Г.Г. «Микробиология продовольственных товаров. Санитария и гигиена.». – Москва, из-во»Академия» 2006г.,304с.

**УДК 556.56:574**

## **MARSHES ARE LUNGS OF OUR PLANET**

*A. I. Beresnev, student*

Scientific leader: G.N. Dolenko, doctor of Chemistry, professor,  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk

The origination and classification of wetlands, its influence on various climatic, geographic and agrochemical factors are considered. The role of wetlands in the gas balance of the Earth's atmosphere is discussed.

*Key words:* marsh, bog, flora, fauna, planet's lungs, hydrology, soil erosion, sustainability of bogs, peat, hydro-mineral nutrition, chemiluminescence, methane emission.

Bog ecosystems are geographic features with rich flora and fauna, developing in interaction with the natural environment: geological feature, relief, hydrological and climatic factors. Also bogs have a lot of important and interrelated components, including various animal and plant types [1].

Bog flora contains a multiple set of plants, including curative herbs, with its microclimate and hydrology. Multitude of vegetation and microorganisms constantly purify water that creates a special atmosphere. The marsh disappearance leads to the death of multitude types of bog plants and animals. Also marshes have an indirect influence on the course of geological and geomorphological processes within the extensive environment, reducing soil erosion. On the one hand, marshes maintain the ecological balance of the territory, on the other – it a sources of rivers and fresh water reservoir. Marshes increase the horizontal flow in the river network by making weaker the precipitation penetration and surface water into the soil. Therefore, the wetland stability should be considered one of the components of the problem of stability of the Earth's landscape [2, 3].

Before human activity, sustainability of bogs has been supported by the nature. And today, scientists have to discuss vigorously the methods of maintaining the sustainability of bogs. Some scientists believe that the sustainability of wetlands is defined by preservation of the marsh system structure, as well as its basic functions and properties. The others scientists assume the plant formation as the main indicator of bog sustainability. Now large areas of wetlands are involved in the sphere of human activity; they become targets for the construction of various engineering structures and are used for the needs of agriculture and forestry, petroleum and chemical industry.

The most significant plans about bog drainage were observed in the Forest Fund of various countries. Such plans were implemented in all countries in different ways.

About 15 million hectares of marshes had been drained in the world for forestry purposes, and almost 6 million hectares in our country. It is considered that bog reclamation increases the productivity of the forestry, making the forested area more [4] abundant.

#### *Classification of marshes*

The marshes are divided into some types depending on the conditions of hydro-mineral nutrition:

- Eutrophic – the type of bogs with rich hydro-mineral nutrition, basically by groundwater. The marshes are located near rivers, along the shores of lakes, in low places with existing water sources. Among specific vegetation are: alder, birch, sedges, reeds, cattails, green mosses. In areas with a temperate climate there are forest bogs (with birch and alder) or herbal marshes with sedges, reeds, cattails.

- Oligotrophic – usually located on flat watersheds and fed by precipitations only, with very few minerals. The water is strongly acidic. There are sphagnum mosses, blueberries, cranberries, many shrubs: heather, rosemary. There one can meet swamp forms larch and pine, dwarf birch. The bog surface may become convex eventually thanks to the accumulation of peat.

- Mesotrophic – the type of marshes which located between eutrophic and oligotrophic. It has same vegetation as upon classification. There are some trees, so that, birch, pine, larch; and also various marsh herbs and shrubs.

#### *Bog's science*

Bog's ecosystem, its flora and fauna are studied by one of the geographical departments, namely «Bog Science». There are botanic-geographical, peat, hydrological and landscape departments. Botanic-geographical department researches marsh flora, its ecological features, structure and changes of marsh vegetation. Flora depends on geographical conditions. Peat department focuses on the research of peat deposits as a byproduct produced in the result of many marsh factor conjunction. Peat is very useful object for chemical industry and agriculture [5, 6].

The study of bog hydrology is important for understanding of marsh plant's life conditions, hydrological balance of the river systems.

#### *Marsh glow*

During warm dark night one can observe sometimes a beautiful phenomenon – moving of bluish lights by complex trajectories. At first scientists thought phenomena released as a result of methane emission (marsh gas). Now it was proved by the creation of an artificial bog that methane does not play sufficient role in this phenomenon. In present we know that the marsh glow by chemiluminescence, produced by phosphoric compounds contained in dead bodies.

#### *Bog forming*

Formation of the marshes released by two main types: bog soil or overgrowing of reservoir [7]. Excessive moisture is the necessary condition of bog forming. One of the reasons of excessive moisture and forming of bog is presence of lowlands for runoff of precipitations and ground waters. As the result, soil doesn't get the sufficient amount of oxygen and peat is produced.

Peat is organic byproduct, from that produce fertilizers, fuel, alcohols, forage yeasts, beeswax and etc. But the enterprises of booty of peat work on ecologically harmful technologies.

#### *Drainage of bogs*

The bog drainage is one of the main reasons of damage environment. As a result the concentration of carbon dioxide (CO<sub>2</sub>) is increased in the atmosphere, and many species of plants and animals disappear, ozone holes are constantly expanding and warming of planet's climate is occurred.

The bog drainage can leads to hydrological regime violation. As the result sown areas are able to flood or undergo to soil erosion.

#### *Positive and negative sides of marshes*

As it has been discussed, the bogs are very rich ecosystems that absorb carbon dioxide and emit large volumes of oxygen. In this regard, 1 hectare of bogs can replace about 10 hectares of forest. Besides, bogs regulate water systems, that is, they support the hydrological balance [8, 9].

Bogs have some negative aspects because often mashes are cause the death of people and animals. Usually it is difficult to recognize marshes, since the bogs and the ground have the equal vegetation cover. Peat inflammation can be reason of great conflagration.

#### *Literature*

1. Доктуровский В. С. Болота и торфяники, развитие и строение их. – М.: Природа, 1922. -178 с.
2. Смирнов А. В. Жизнь болот. – М.: Наука, 1973. – 243 с.
3. Сукачев В.Н. Болота, их образование, развитие и свойства. – Л.: Изд-во Ленинградского лесного института, 1926. - 162 с.
4. Маслов Б.С., Минаев И.В. Мелиорация и охрана природы. – М.: Россельхозиздат, 1985. - 272 с.
5. Пьявченко Н.И. Торфяные болота: их природа и хозяйственное значение. – М.: Наука, 1985. - 152 с.
6. Савич-Любицкая А. И., Фатчихина О. Е. Значение и использование торфа в сельском хозяйстве. – М.-Л.: Изд-во АН СССР, 1957. –96 с.
7. Караваяева Н.А. Заболачивание и эволюция почв. – М.: Наука, 1982. - 295 с.
8. Булавко А.Г. Водный баланс речных водосборов. – Л.: Гидрометеиздат, 1971. –304 с.
9. Иванов К.Е. Водообмен в болотных ландшафтах – Л.: Гидрометеиздат, 1975. – 280 с.

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ

*С.С. Гладышева, А.В. Локосова, А.В. Косых, студенты*  
Научный руководитель: **М.В. Севостьянова**, ст. преподаватель  
Сибирский университет потребительской кооперации,  
г. Новосибирск

В статье представлены результаты оценки качества парфюмерных товаров.  
**Ключевые слова:** оценка качества, парфюмерные товары.

Парфюмерные товары это изделия, применяемые для ароматизации кожи, волос, одежды, а также как гигиенические освежающие средства.

На протяжении всей истории человечества парфюмерия играла огромную роль в жизни человека. Первые духи были на самом деле благовониями, ароматными веществами, которые жгли во время религиозных обрядов. На протяжении многих лет благовониями и примитивными духами пользовались только жрецы, проводившие религиозные обряды. Благовония готовились в храмовых мастерских жрецами по стандартным рецептурам, тексты которых были высечены на каменных стенах. Были указаны объемные и весовые соотношения компонентов, продолжительность процедур, выходы и потери. Таким образом, древнеегипетских жрецов можно назвать первыми профессиональными парфюмерами.

На протяжении многих веков для создания парфюмерных продуктов использовали только натуральные сырьевые компоненты, которые позволяли создавать ароматы существующие в природе. 19 век открыл новые возможности и дал новый толчок развитию парфюмерии. В 20 веке эксперименты с альдегидами- синтетическими цветочными запахами позволили построить на основе молекул альдегидов полноценные, но абсолютно новые ароматы.

Во второй половине 20 века стиль и композиции духов менялись в соответствии с доминирующей тенденцией времени. Например, в 1970-х годах были популярны цветочные и ориентально-цветочные ароматы. В 1980-х гг. в моде были агрессивные глубокие ароматы. И, наконец, в 1990-х годов возникла потребность в свежих и сладких запахах. В новом тысячелетии парфюмерную моду диктует личные вкусы и индивидуальность потребителя. Современный мир парфюмерии насчитывает сотни фирм, находящихся в самых разных концах света. Среди них есть и с мировым именем, обладающие огромным опытом, есть и молодые, но способные к конкуренции. Каждая из них стремится найти уникальный запах, способный удовлетворить притязания самого изысканного покупателя.

В настоящее время на Российском рынке представлен широкий ассортимент парфюмерной продукции, причем наибольшую долю составляют зарубежные товары. Но, к сожалению, не вся реализуемая продукция является

«оригинальной». Потребители парфюмерии стали более серьезно и ответственно относиться к выбору аромата, а потому ужесточились и требования, предъявляемые к качеству парфюмерной продукции.

Согласно ГОСТ Р 51578-2000 парфюмерные жидкости подразделяют на: духи, парфюмерные, туалетные, одеколоны, душистые воды, которые отличаются значениями физико-химических показателей: суммой массовых долей душистых веществ, объемной долей этилового спирта или крепостью (условной), стойкостью запаха и прозрачностью жидкости.

Парфюмерные жидкости должны соответствовать следующим органолептическим и физико-химическим показателям: внешний вид, цвет, запах, стойкость запаха, прозрачность, объемная доля этилового спирта, крепость, сумма массовых долей душистых веществ.

В данной работе, были проведены исследования только по органолептическим показателям.

Для исследования были выбраны три аромата, разных фирм производителей:

**ОБРАЗЕЦ 1: J'adore ( Eau de Toilette) туалетная вода**

Пол: женский.

Семейство: фруктовые, цветочные.

Применение: дневные, вечерние, осенние, романтические.

Характеристика аромата: тёплый, уверенный, чувственный.

Начальные ноты: бергамот, груша, дыня, мандарин, персик, фрезия.

Ноты сердца: жасмин, ландыш, магнолия, персик, орхидея, роза, слива, тубероза, фиалка, фрезия.

Базовые ноты: ваниль, ежевика, кедр, мускус, сандал.

Производитель: Christian Dior

**ОБРАЗЕЦ 2: Versace by Versace (Eau de parfum) парфюмерная вода**

Пол: женский

Семейство: фруктовый, сладкий освежающий

Применение: дневные, летние

Начальные ноты: черная смородина, белая сирень

Ноты сердца: орхидея, жасмин, лотос

Базовые ноты: Ветивер, Мускус, Кедр, Кашемир

Производитель: Versace

**ОБРАЗЕЦ 3: L'Eau par Kenzo ( Eau de Toilette) туалетная вода**

Пол: женский

Семейство: цветочные, водяные

Применение: летние, дневные

Начальные ноты: зеленая сирень, мандарин, тростник и мята

Ноты сердца: фиалка, перец, водяная лилия, белый персик, амариллис, роза

Базовые ноты: Ваниль и Кедр

Производитель: Kenzo

Первым этапом оценки качества было проведение идентификации маркировочных данных. Результаты исследования представлены в таблице 1.

## Результаты идентификации маркировки

Требования ГОСТ Р51391-99	ОБРАЗЕЦ 1	ОБРАЗЕЦ 2	ОБРАЗЕЦ 3
Наименование изделия	Туалетная вода	Парфюмерная вода	Туалетная вода
Наименование и местонахождение производителя	присутствует	присутствует	присутствует
Товарный знак изготовителя	присутствует	присутствует	присутствует
Масса нетто, объем (мл)	30	50	50
Состав изделия	присутствует	присутствует	присутствует
Условия хранения	присутствует	присутствует	отсутствует
Информация о сертификации	присутствует	присутствует	присутствует
Информация о правильном применении и предостережения	присутствует	присутствует	присутствует

Исследования показали, что образцы 1, 2 полностью соответствуют требованиям ГОСТ, производители представили полную информацию о товаре в маркировке. Образец 3 не соответствует требованиям ГОСТ по 2 пунктам, производитель не указал условия хранения и не предоставил информацию о правильном применении.

На следующем этапе была проведена органолептическая оценка качества образцов. Результаты представлены в таблице 2.

## Результаты органолептической оценки качества

Показатели качества	Требования ГОСТ 51678-2000	ОБРАЗЕЦ 1	ОБРАЗЕЦ 2	ОБРАЗЕЦ 3
Внешний вид	Прозрачная жидкость	прозрачная жидкость	Прозрачная жидкость	Прозрачная жидкость
Цвет	Свойственный цвету продукции данного наименования	соответствует	соответствует	соответствует
Запах	Свойственный запаху данного наименования	ваниль, ежевика, кедр, мускус, сандал	Ветивер, Мускус, Кедр, Кашемир	Ваниль и Кедр
Прозрачность	Отсутствует помутнение при t + 3	Помутнение отсутствует	Помутнение отсутствует	Помутнение отсутствует

Органолептическая оценка качества показала, что все образцы парфюмерной продукции соответствуют требованиям ГОСТ по внешнему виду, цвету и запаху. Определение прозрачности весьма важный показатель для парфюмерии, так как помутнение жидкостей не допускается. Известно, что при охлаждении парфюмерной жидкости ниже критической температуры, возможно, ее помутнение, потеря прозрачности. Такой температурной точкой для душистых вод и одеколонов является + 5°C, для остальных жидкостей + 3°C. Так, как в качестве образцов были выбраны туалетная вода и парфюмерная вода температура для данных видов + 3 градуса. Все образцы успешно прошли испытания, жидкость осталось прозрачной, помутнение не выявлено.

Последним этапом испытаний было определение стойкости запаха образцов. Последовательность работы заключалась в следующем:

В фарфоровую чашку наливали 0,5-1,0 см<sup>3</sup> парфюмерной жидкости, В ней смачивали кусочек сухой отбеленной марли размером 5x10 см, предварительно постиранной в горячей воде без мыла, вынимали ее пинцетом и, не отжимая, просушивали в помещении, с температурой воздуха 15-20 °С. Стойкость запаха определяли органолептически через каждые 12 часов. Результаты определения стойкость запаха представлены в таблице 3.

*Таблица 3*

Результаты определения стойкости запаха

Требования ГОСТ Р 51578-2000	ОБРАЗЕЦ 1	ОБРАЗЕЦ 2	ОБРАЗЕЦ 3
Парфюмерные воды (не менее 50 часов) Туалетные воды (не менее 40 часов)	Соответствует заявленному виду (туалетная вода)	Соответствует заявленному виду (парфюмерная вода)	Не соответствует заявленному виду, запах полностью выветрился через 24 часа

Определение стойкости запаха показало, что образцы 1, 2 соответствуют заявленному производителем виду, запах сохранился у образца № 1 в течении 48 часов, что соответствует туалетной воде, у образца № 2 в течении 60 часов, что соответствует парфюмерной воде. Образец № 3 испытание не прошел, так как запах полностью выветрился через 24 часа, а должен был сохраняться в течении не менее 40 часов.

Таким образом, проведенная оценка качества показала, что образцы № 1 и № 2 по всем показателям соответствуют требованиям, предъявляемым к парфюмерной продукции. Образец № 3 не прошел испытания по полноте маркировки и по стойкости запаха, что еще раз доказало, что не вся парфюмерная продукция на Российском рынке является качественной и соответствует оригинальному наименованию известных брендов.

*Список литературы*

1. Вилкова С. А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров: Учебник для вузов. – М.: Издательский дом «Деловая литература», 2004. – 286 с.

2. Неверов А.Н., Чалых Т.И., Пехташева Е.Л. и др. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: Учебник для нач. проф. образования. – 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 464 с.
3. ГОСТ Р 51578 – 2000. Изделия парфюмерные жидкие. Общие технические условия. Введен 01.07.2001. – М.: Изд-во стандартов, 2000.
4. ГОСТ Р 51391-99 Изделия парфюмерно-косметические. Информация для потребителя. Общие требования. Введен 12.01.2000.- М.: Изд-во стандартов, 2000

**УДК 28**

## **НЕФОРМАЛЬНЫЕ ОБЪЕДИНЕНИЯ (СЕКТЫ)**

*А.А. Ермолаева, М.В. Степаненко, студенты*

*Научный руководитель: И.Н.Черновол*

Новосибирский химико-технологический колледж им. Д.И. Менделеева

В статье определены сущность сект и их виды, освещена история развития сект, деятельность сект в Сибири, в Новосибирске, рассмотрены особенности тоталитарных сект, а также способы борьбы с ними и меры предосторожности для молодежи.

**Ключевые слова:** секта, культ, тоталитарная секта, неформальное объединение, нетрадиционная религия.

В нашем мире существует множество вещей, от которых мы укрыты, с которыми мы не привыкли сталкиваться, а сталкиваясь, безнадежно теряемся. Одна из проблем возникшая сравнительно давно это «Секта» — отколовшаяся от господствующего вероисповедания группа верующих, придерживающаяся своих взглядов.

Секты стремятся захватить в свои ряды самую активную, талантливую, наиболее доступную и многообещающую прослойку населения—молодежь. Это, конечно же, так, но и многие достаточно сформировавшиеся взрослые люди попадают на их удочку. И наивно будет полагать, что в секты вовлекаются либо люди религиозные, либо с неуравновешенной психикой. Как раз люди глубоко верующие меньше всего подвержены влиянию каких-либо сект, но несомненно, что в секты попадают и люди с неустойчивой психикой. А ведь, сколько уходит туда, казалось бы, обычных, нормальных людей, которые вроде бы никогда не были набожными или с отклонениями в психическом развитии, никто и не задумывался над этим вопросом. Поэтому вопрос возникает сам собой: как люди оказываются в различных сектах, что их туда толкает. С одной стороны, любопытство и желание испытать новые ощущения, с другой - неустроенность в жизни, это может быть даже сиюминутный конфликт или хроническое непонимание в семье, школе, среди друзей. И, к сожалению, молодежь в этом случае наиболее уязвима. Прежде всего, нужно сказать, что большинство сект не только специально не пытается привлечь к себе молодежь, но рассматривает ее как возможный, но далеко не желательный элемент среди своих последователей.

Наверное, когда смотришь со стороны на сектантов, становится немного не по себе, когда, казалось бы, вполне нормальный человек одевает на себя нелепую одежду, что-то бормочет себе под нос или сует вам в руки брошюрку, предлагает пожертвовать сколько может или настойчиво предлагает посетить их собрание. И вы отмахиваетесь, мол, мне это не нужно, а сможет ли отмахнуться ваш ребенок, или знакомый. Ведь это минутное дело сказать пару красивых слов и предложить встретиться на собрании, фуршете или на обычной квартире. Существует множество не выдуманных историй как молодые люди попадают в секты, и как они чудом избавились от этого. Это не просто проблема молодежи, а проблема всего общества.

Целью нашего доклада является определение сущности сект (неформальных объединений) как проблема молодежи.

Само по себе развитие сект в нашей стране появилось к началу перестройки и это представляло собой благодатную почву для произрастания самых разных сект. К началу перестройки, когда большинство населения не верило ни в библию, ни в церковь, а верующих было сравнительно мало, неизмеримо большему числу людей были присущи всякого рода «нетрадиционные» верования. В условиях цензуры, почти полного разрушения церковной и религиозной традиции, стихийно распространялись секты и верования самого разнородного происхождения, которые уже в наше время мы воспринимаем как болезнь. Наиболее заметными, стали всякого рода псевдоорганизации связанные со здоровьем, с «нетрадиционными методами лечения». После открытия так называемого «Железного занавеса» люди стали попадаться на уловки сектантов в стремлении постигнуть новую веру. Многие даже научились на этом зарабатывать деньги, придумывая все несложные способы вымогательства, так как многие люди до поры не сталкивались с сектами и не знали хорошо это или плохо, они просто велись на поводу.

Весь северо-восток нашей страны, особенно Сибирь, наводнен принадлежащими к этому движению сектами. Как уже говорилось, одной из отличительных черт этой организации является отсутствие единой всемирной централизованной структуры. Каждая местная организация достаточно автономна, обычно внешне не связана в единую структуру с остальными и, как правило, имеет свое собственное, отличное от других, название, что затрудняет отслеживание деятельности организации в целом. Так, в Новосибирске филиал организации носит название "Церковь завета", в г. Искитиме - "Русская христианская церковь", в Абакане - "церковь прославления", в Барнауле - "церковь благословения" и т.д. Внутри каждой местной организации, секты, как правило, царят строгая дисциплина и строгое подчинение адептов (подчиняющихся) лидерам. Для секты характерны замкнутость, претензии на исключительность своей роли.

Секта может действовать как религиозная группа в соответствии с Конституцией РФ. Всего в Новосибирске зарегистрировано около 100 религиозных организаций, большое количество духовных течений не зарегистрированы или зарегистрированы как общественные организации. О Новосибирске

давно говорят как о городе, в котором сконцентрировано особенно много культов. Возможно, это связано с тем, что мы более открыты в информационном смысле, город наш большой, с населением более полутора миллиона человек, и это, безусловно, является лакомым кусочком для лидеров тоталитарных сект. В нашем городе ведут особую статистику, отслеживают передвижение эмиссаров тоталитарных сект, наблюдают за деятельностью домашних сект и активно сотрудничают с журналистами. По подсчетам, в области действует около 200 сект, но вот с ними никто не борется. Их численность достигает тысячи человек. А если учесть всех членов семей сектантов, то число людей, столкнувшихся с этой проблемой, гораздо больше. То есть речь идет о десятках тысяч новосибирцев. Но таково, же положение и в других крупных городах России.

К традиционным религиям относятся религии, которые создавали целые культуры, основывали, такие как буддизм, конфуцианство, ислам, католицизм, протестантизм - крупные мировые религии.

И принято выделять нетрадиционные религии (тоталитарные секты), хотя религией это трудно назвать, но ученые строго выделяют их в отдельную группу.

Секты бывают самые разные, от обычных ответвлений от христианства до псевдорелигиозных направлений.

Тоталитарными сектами или деструктивными культами называются секты, нарушающие права своих членов и наносящие им вред путем использования определенной методики, называемой контролем сознания.

Обычно рассматривают пять направлений для нетрадиционных религий:

1. Неохристианские объединения. Это действующие ныне в СНГ такие религиозные секты: «Международная церковь унификации», «Дети Бога», «Церковь тела Христа», «Богородничное братство», «Белое братство» и так далее. Их главной особенностью будет желание и стремление соединить части христианских вероучений с восточными.

2. Сайентологическое направление. Это изучение различных «космических религий» (например, «Церковь сайентологии» Рона Хаббарда), которая научнообразно и мистически пытается объяснить некоторые неизвестные явления психики человека и окружающей среды, таких как связь Земли и высших космических сил, НЛО и далее.

3. Неоориенталистские культы («Общество сознания Кришны», «Тихоокеанский дзен-буддийский центр и т.д.) Это культы воздействия восточных религий, которые трактуются на западный манер.

4. Сатанинские группы («Церковь Сатаны», культы дьявола и другие отрицательные, направленные против человека, организации). Они поклоняются злу и насилию. Часто сами сектанты становятся жертвами кровавых обрядов.

5. Религиозно-мистические культы (окультизм, магия, спиритизм, астрология, колдовство, целительство) В последнее время в России такие организации уверенно внедряются в сознание населения.

Также стали существовать социальные проекты: «Надежда есть», «Пламя невесты», «Ощути сил перемен», «Поезд в будущее», региональный общественный фонд «Честь и Слава». Свои занятия они могут маскировать под реабилитацию нарко-алкоголеза-висимых, оздоровительные сеансы, помогающие избавиться от всех проблем, недугов и даже неизлечимых болезней.

Средства массовой информации пестрят сообщениями об опасности сект для молодежи, и вполне реальными примерами потери сына или дочери, бросающими учебу в университете, порывающими с родными и близкими и уходящими в секту.

Порой страшные вещи делаются с людьми, которые находятся под влиянием сект, можно подумать, что это безобидное занятие, ну и что они проповедают свою веру, верят не как все, одеваются не как, что у них не все в порядке с психикой, ведь они же не мешают жить обществу?! Все этому есть другая сторона, под влиянием и вербовкой своего наставника человек может украсть вещи из дома, продать ценные вещи квартиру машину, или принести в жертву человека. На самом деле не зная о них, мы и наши близкие не застрахованы от попадания в секты, разного рода общины, или группы. Если те кто столкнулся с проблемой сектантства, знает не понаслышке, что забрать оттуда человека почти невозможно. Порой это не человек, а зомби. За этим стоит серьезная и тщательно спланированная вербовка. Все начинается с одного маленького вопроса: «Верите ли вы в Бога?», или задают вопрос, которой, так или иначе, привлекает ваше внимание. Именно его задают усталым студентам, стоящих после учебы на остановках и в других людных местах.

Обычно они не будут подходить к вам по одному, ведь вдвоем гораздо легче заманить к себе. Говорят они обычно о вере, великом будущем в ярких красках, и, как правило, зная психологию, легко входят в доверие, подкрепив это мягкой интонацией, дабы не испугать и не оттолкнуть. Представители сект, как правило, проводят «агрессивную» рекламу на высоком профессиональном уровне, со знанием основ психологии человека: встретить с раскрытыми объятиями, улыбками, песнями, танцами, только чтоб вы его послушали. Да и «пристают» они в основном к девушкам. Ведь парни-студенты почти всегда, без проблем могут послать «проповедников» по известному адресу. Не надо думать, если к Вам подойдет одним из их представителей то вас сразу же завербуют, применят гипноз или что-то еще, стоит просто сделать вид что вам не интересно или просто отойти в сторону под любым предлогом. Специалисты-сектоведы сравнивают сектантскую зависимость с наркотической.

Самое интересное мы можем не догадаться, что мы попали в одну из разновидностей сект. Мы часто видим на остановках рекламные объявления. Человеку не могут не показаться привлекательными подобные призывы с ярким описанием низкой цены чудодейственной и полезной гимнастики йоги. Однако мало кто догадывается, что за этой красочной и привлекательной рекламой, может скрываться опасная тоталитарная секта. На улице Вам не редко раздают брошюры или просто маленькие листовки, в которых нам предлагают купить обучающие книги или снятые фильмы, с непонятным

значением, а после прийти на бесплатную лекцию. Часто люди просто приходят на курсы по тренингу личности, а попадают на уроки по достижению рая на земле. Это простые примеры того, что с такой бедой ни кто не борется, она остается открытой и на нее стоит обратить внимание, ведь массы людей остаются не защищенными.

Для чего существуют секты, оказывается секты – это очень прибыльный вид бизнеса. Так, например, сектанты обязаны вкладывать деньги в какой-нибудь сценарий или придуманный «небесный банк» под видом помощи. Продавая свои квартиры и отдавая все деньги старшим сектантам, они, таким образом, пытаются получить место в раю. Другой способом заработка сект является выкуп печатной продукции по баснословной цене. Они обязаны выкупить как можно больше журналов, стоимость которых раз в 10 превышает их себестоимость, а за тем бесплатно их раздать. Некоторые: они сначала подарят Вам большую книгу с картинками, а потом попросят пожертвовать 500-700 рублей. Есть еще варианты заработка сект. Например, с помощью сетевого маркетинга распространяется CD , «повышающие эмоциональное состояние человека».

Как правило, в секте человек никогда не остается на всю жизнь. Он находится в ней ровно до той поры, пока может ей что-то дать. Потом его просто выбрасывают, или он сам уходит, если у него хватает критического восприятия оценить ту ситуацию, в которой он оказался.

Меры предосторожности это простые, но действенные примеры того что нужно знать в повседневной жизни. Первое это знать о существующей проблеме «осведомлен значит вооружен». Быть образованным не попадаться на заманчивые предложения. Представлять себе, что вербовка в секты чаще осуществляется в транспорте, на территории вузов, на выставках, а также там, где надо ждать, а уйти нельзя. Также вербовка часто производится в форме официальных «курсов развития личности», предложений «перспективной работы». Если разговор неизбежен, быть немногословным, не задавать вопросов, не спорить. Поблагодарить и быстро расстаться. Пропагандистскую литературу читать не желательно. Не погружаться глубоко в коллективные духовные практики. Уметь вовремя прервать обучение, взяв нечто полезное для личности. Если вовлечение в секту состоялось, можно обратиться за поддержкой в правоохранительные органы, систему здравоохранения (психиатрия, психотерапия) либо в специальные центры психологической реабилитации жертв духовного и психологического насилия.

В отличие от России, Европа этими проблемами занимается на государственном уровне, население защищено от всякого рода сект. В России же государство от этой проблемы самоустранилось, потому сектам здесь так вольготно. смешно но секты прикрываются Конституцией РФ под статьей 28 «Каждому гарантируется свобода совести, свобода вероисповедания, включая право исповедовать индивидуально или совместно с другими любую религию или не исповедовать никакой, свободно выбирать, иметь и распространять религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ни-

ми.» Они чувствуют, что их невозможно привлечь к ответу, ограничить их деятельность, как это сделано во Франции, Бельгии, Германии. Во Франции и Австрии даже существует специальный список социально опасных групп. И в обществе знают, какую социальную инфекцию несут эти люди.

Странно то, что, несмотря на осознание опасности, немалое количество людей или совсем не знают что такое секты, или имеют некоторое представление. Одним из приоритетных направлений сдерживания сектантской деятельности является более полное информирование населения о деятельности, в том числе и криминального характера, различных религиозных организаций. Но как ни странно, какой бы, то ни было информации или разъяснительной работы по этому вопросу нет ни в школах, ни в ВУЗах, ни каких-то других учебных заведениях. Не только общество должно принять все необходимые меры по ограждению молодых людей от влияния сект, но правительство должно принять всевозможные поправки в закон, и определить меру наказания, так как молодежь это не только самый активный слой общества, и, к сожалению самый уязвимый.

На наш взгляд, нужно подавлять любое начинание или возрождение сомнительных организаций, групп или попусту сект. А государство (правительство) должно отслеживать и контролировать любые объединения связанные, так или иначе, с сектами. Существует множество организаций структурой, которой является помощь наркозависимым, благотворительность, помощь зависящим от алкоголя, и все они свободно существуют, и их никто не контролирует, а впрочем, зря. Родственники отдают своих близких надеясь на их выздоровление, но ни кто не даст гарантию того что этот человек не просто не излечится, а будет находиться под угрозой смерти. Множество заголовков статей, в новостных лентах, интернете предупреждают нас, что не стоит доверяться каждому встречному этому является достоверная статья в газете «Комсомольская правда». Где директор наслышанного центра насильно держал людей имеющие зависимость, и активно «промывали» голову идеями протестантской церкви, это к сожалению не первый случай такого громкого дела. Подобная ситуация уже возникала в Нижнем Тагиле, и в Москве, эти люди не получили большого и сурового наказания, и будут продолжать свою деятельность. В интернете достаточно статей написанные теми людьми, которые побывали и не понаслышке знают, что такое секта, это реальные истории людей, которые не оставят равнодушными. И можно сделать вывод, что секта это невыдуманная проблема!

#### *Список литературы*

1. А.Л.Дворкин «Сектоведение. Тоталитарные секты. Опыт систематического исследования»// Изд-во Братства во имя св. Князя Александра Невского, 2011.- С40-45
2. П.И. Пучков, О.Е. Казьмина « Религии современного мира.» - М., 2010. – С56-60
3. Прилуцкий А. М., Погасий А. К. Понятие «секта»: основные значения и правомерность употребления // Научно-теоретический журнал «Религиоведение». – 2012. – № 1. – С. 164-170.

## ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ГЕЛЕЙ ДЛЯ ДУША

*В. Козуница, Н. Ладина, К. Розикова, студенты*

*Научный руководитель: М.В. Севостьянова, ст. преподаватель  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

В статье представлены результаты оценки качества гелей для душа.

**Ключевые слова:** оценка качества, гели для душа.

История косметологии уходит корнями в глубокую древность, первобытные люди старались содержать тело в чистоте, смягчать кожу, защищать ее от солнечных лучей, ветра, пытались приукрасить свою внешность.

Родиной косметики считают Древний Египет, где идеалом женской красоты считалась знаменитая - Нефертити. Считается, что она в совершенстве владела искусством макияжа.

Особое место в истории косметологии принадлежит косметике Древней Индии и Древнего Китая. В этих странах существовал настоящий культ женской красоты, для поддержания и совершенствования которой применяли бальзамы, экстракты растений. Использовали также тушь, белила для лица, лак для ногтей.

Последователем Египта в развитии и совершенствовании косметологии стал Древний Рим. Римляне знали косметические средства от мозолей, угрей, пользовались краской для ресниц и бровей. Состоятельные женщины могли позволить себе иметь множество снадобий и косметических препаратов. Следуя моде того времени, женщины стремились иметь светлую блестящую кожу. С этой целью они умывались молоком и применяли кремы из хлебного мякиша и молока, козьего жира, женьшеня.

В Древней Руси косметика развивалась в основном в гигиеническом направлении. Заботясь о красоте кожи лица и тела, русские женщины с успехом использовали пищевые продукты (молоко, простоквашу, ржаной хлеб, сметану, хлебный квас, мед, растительное и сливочное масло, огурцы, яйца и т.д.), целебные свойства многих растений. В народной косметике наиболее распространены были ромашка, зверобой, подорожник, чистотел, лопух, крапива, мята.

В IX веке на юге Франции в городе Марселе изобрели мыло. Мыловаренная промышленность стала одним из важнейших косметических производств.

В 1806 г. в Париже вышла первая «Энциклопедия красоты», она содержала советы, как сохранить молодость кожи, избавиться от морщин.

В 1883 г. была представлена первая губная помада на Всемирной выставке в Амстердаме парижским парфюмером. Это был маленький, хрупкий стерженок, обернутый шелковистой бумажкой. Помада во вращающемся пенале появилась в Америке в 40-х годах XX века.

Конец XIX – начало XX века характеризуется интенсивным развитием косметического производства. Наряду с природными материалами начинается применение веществ, полученных химическим способом, меняются требования к косметике, расширяется ее ассортимент.

В настоящее время к косметическим товарам относят средства, предназначенные для нанесения на тело человека с целью очищения, устранения запаха, защиты, придания привлекательного внешнего вида.

Современные косметические средства принято классифицировать по двум основным (общим) признакам:

- по целевому назначению;
- по функциональному действию.

По целевому назначению все косметические средства делятся на:

- средства ухода за кожей;
- средства ухода за зубами и полостью рта;
- средства ухода за волосами;
- средства ухода за ногтями.

По функциональному действию косметические средства делятся на:

- гигиенические;
- средства косметического или общего ухода;
- лечебно – профилактические;
- декоративные;
- специальные;
- защитные средства.

Одним из средств для ухода за кожей является гель для душа.

Данный вид косметической продукции был создан лишь в 70-х гг. прошлого века. Прародителем гелей было обыкновенное мыло. А, точнее, вначале вместо мыла люди активно пользовались мыльным корнем, а уже позже перешли на «культурные» средства, основой которых являлись животные жиры и зола. Однако постоянное стремление человека к комфорту и повышению уровня качества жизни привело к появлению ближайшего родственника геля для душа – жидкого мыла. Сам же гель появился во второй половине XX века и до настоящего времени пользуется огромной популярностью у потребителей.

Современный гель для душа состоит минимум из 20 компонентов, среди которых значительную долю составляют растительные экстракты.

Гели для душа в зависимости от состава могут обладать разным функциональным действием:

1). Увлажняющие. В состав увлажняющих гелей обязательно должны входить глицерин, масла.

2). Расслабляющие. Обычно в их состав входят экстракты трав с успокаивающим действием - валерианы, ромашки, ванили, иланг-иланга, череды.

3). Антибактериальные. В их состав, как и в состав прочих антибактериальных косметических средств по уходу за лицом и телом, входит триклозан.

4) Энергетические. Эти гели бодрят организм и являются идеальным утренним средством для пробуждения и насыщения хорошим настроением и энергией на весь день. В состав таких гелей входят экстракты корицы, цитрусовых, ментол.

5) С эффектом пилинга. В состав таких гелей входят активные фруктовые кислоты, измельченные косточки абрикоса, зернышки малины или клубники и т. д.

6) Для спа-ухода. В их состав входят морские минералы и вытяжки из водорослей.

7) Для молодости кожи. Сохранить молодость и упругость кожи помогают, прежде всего, антиоксиданты - вещества, препятствующие старению: витамины С и Е, бета-каротин, ликопен, флавоноиды, микроэлементы.

8) Против целлюлита. Эти средства призваны активизировать обмен веществ и кровообращение, а также содержат комплексы разглаживающих ингредиентов, в их состав входят, например, экстракты морских водорослей, богатые олигоэлементами и аминокислотами, что способствует избавлению от целлюлита.

Гели для душа характеризуются комплексом потребительских свойств:

1. Функциональные свойства, определяют эффективность действия средства, наиболее важны для потребителя. Главным функциональным свойством гелей для душа является очищающая способность, которая характеризуется моющей способностью.

2. Эргономические свойства гелей для душа определяются консистенцией; упаковкой; приспособлениями, облегчающими пользование косметическими товарами.

3. Надежность гелей для душа связана прежде всего с их сохраняемостью и определяется сроком годности, который может быть от нескольких месяцев до 3 лет.

4. Эстетические свойства гелей для душа призваны удовлетворять эстетические потребности человека. Показателями этих свойств являются внешний вид, цвет, запах, дизайн упаковки, информативность упаковки, стилевая направленность.

5. Безопасность - является очень важным свойством гелей для душа, она непосредственно зависит от состава, качества исходных компонентов, технологического процесса получения, условий хранения и продажи, условий потребления.

Для проведения оценки качества были выбраны три образца гелей для душа:

Образец 1: Крем-гель для душа «DOVE go fresh», увлажняющий и питательный с ароматом сливы и цветка сакуры



Образец 2: Гель для душа «DOVE MEN + CARE», чистота и комфорт, эффективно очищает и борется с сухостью кожи, подходит для лица и тела. Создан, специально для мужской кожи.



Образец 3: Крем-гель для душа «Palmoliv Гурмэ СПА сливочный кофе», с экстрактом кофейных зерен



Первым этапом проведения оценки качества было установление соответствия маркировки требованиям ГОСТ 51391. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Результаты идентификации маркировки

Реквизиты маркировки по ГОСТ 51391	Образец 1	Образец 2	Образец 3
1	2	3	4
1. Текст на потребительской таре должен быть нанесен на русском языке.	Соответствует	Соответствует	Соответствует
2. Наименование и назначение изделия.	Крем-гель для душа «DOVE go fresh», увлажняющий и питательный	: Гель для душа «DOVE MEN + CARE»	Крем-гель для душа «Palmoliv Гурмэ СПА сливочный кофе»
3. Наименование, местонахождение (юридический адрес, включая страну-изготовителя.)	ООО «Юнивеер Русь», Москва, Россия 4-й лесной переулок 4	ООО «Юнивеер Русь», Москва, Россия 4-й лесной переулок 4	ЗАО Колгейт – Палмолив, РФ, Москва ул. Крылатская д.17, к.1
4. Товарный знак изготовителя.	DOVE	DOVE	Palmolive
5. Масса нетто, объем, количество.	250мл	250 мл	250 мл
6. Состав.	Только на латинском языке	На латинском и на русском языке	Только на латинском языке

1	2	3	4
7. Условия хранения.	По ГОСТ Р 52345-2005 соответствует	По ГОСТ Р 52345-2005 соответствует	По ГОСТ Р 52345-2005 соответствует
8. Срок годности.	2.5.года соответствует	2.5.года соответствует	3года соответствует
9. Указание нормативного или технического документа.	ГОСТ Р 52345-2005	Указание отсутствует	Указание отсутствует
10. Информация о правильном применении	Соответствует	Соответствует	Соответствует

Как видно из таблицы 1, ОБРАЗЕЦ 1 соответствует по всем показателям ГОСТ, кроме указания состава, который указан только на латинском языке, для потребителей эта информация не является доступной, так как должна быть указана на языке той страны, в которой товар реализуется. В ОБРАЗЕЦЕ 2 не указан нормативный документ, которому должен соответствовать товар. ОБРАЗЕЦ 3 имеет самый продолжительный срок хранения- 3 года, это говорит о том, что в образце 3 содержится большее количество консервантов, помимо этого информация для потребителя указана только на латинском языке, что так же не является допустимым, указание нормативного документа отсутствует. Нужно отметить, что информация на всех образцах указана очень мелким шрифтом, поэтому прочитать потребителю ее будет крайне сложно. Таким образом, ни один образец не соответствует требованиям ГОСТ по маркировке.

Далее, была проведена органолептическая оценка образцов гелей для душа. Результаты исследований представлены в таблице 2.

Таблица 2

## Результаты органолептической оценки

Показатели качества По ГОСТ Р 52345-2005г	Образец 1	Образец 2	Образец 3
ВНЕШНИЙ ВИД. Однородная жидкость, геле или кремообразная масса, без посторонних примесей	Кремообразная масса - соответствует	Гелеобразная масса - соответствует	Кремообразная масса - соответствует
ЦВЕТ – свойственный данному продукту	Цвет светло-розовый, соответствует данному продукту	Цвет- прозрачный, соответствует данному продукту	Цвет- коричневый, соответствует данному продукту
ЗАПАХ- свойственный данному продукту	Аромат сливы и цветка сакуры, запах приятный	Освежающий аромат	Кофейный аромат
Водородный показатель pH 5,5-8,5	6.0	5.8	6,5

Как видно из таблицы 2, все три образца соответствуют требованиям ГОСТ Р 52345-2005 г по органолептическим показателям. Все образцы имеют нейтральный рН,, что идеально подходит для кожи человека .

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что, все образцы гелей для душа успешно прошли органолептические испытания, а вот сравнительная оценка маркировки выявила несоответствие всех образцов требованиям нормативных документов.

#### *Список литературы*

1. ГОСТ Р 52345-2005 «Изделия косметические гигиенические моющие. Общие технические условия».
2. Вилкова С. А. Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров. Учебник для вузов. – М.: Издательский Дом «Деловая литература», 2010. – 286 с.
3. Мельниченко Т. А. Товароведение парфюмерно-косметических товаров. – Ростов н/Д: «Феникс», 2002. – 288 с.
4. Шепелев А. Ф., Печенежская И. А., Т. Е. Ивахненко Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров: Учебное пособие. – Ростов н/д: Издательский центр «МарТ», 2011. – 144 с.

**УДК 637.524**

## **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ВАРЕННЫХ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ ГОРОДА НОВОСИБИРСКА**

*А. Кокорина, студентка*

*Научный руководитель: Е.Б. Табала, канд. техн. наук*  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск

В статье представлены результаты оценки качества по органолептическим показателям вареных колбас, представленных на потребительском рынке г. Новосибирска.

*Ключевые слова:* вареные колбасные изделия, оценка качества.

На современном потребительском рынке борьба за потребительский спрос приобрела широкий размах. Производителю приходится использовать любые возможности, чтобы вызвать положительную реакцию покупателя на свой продукт. В условиях жесткой конкуренции успех в большей степени зависит от способности производителя выпускать продукцию, отвечающую ожиданиям и требованиям потребителей.

С этой точки зрения немаловажное значение имеет качество продукции, выпускаемой предприятиями мясной промышленности в современных условиях. Мясная продукция традиционная составная часть пищевого рациона российского потребителя. Специфика мясного рынка состоит в том, что многочисленные производители предлагают продукцию с одинаковыми названиями. Следует отметить, что решающим фактором при выборе мясопродуктов для потребителя при равенстве цены является вкус и внешний вид. Прове-

денные исследования позволили оценить качество вареных колбасных изделий, одного наименования, разных торговых марок, представленных на потребительском рынке города Новосибирска.

Для проведения исследования оценивали качество вареного колбасного изделия категории А, торгового наименования – «Докторская», выработанных по ГОСТ Р 52196 «Изделия колбасные вареные. Технические условия», торговых марок: «Торговая площадь», «Сибколбасы», «Кудряшовская», «Сибирский Деликатес» и «Сибирской продовольственной компании (СПК)».

В соответствии с требованиями ГОСТ Р 52427 «Промышленность мясная. Продукты пищевые. Термины и определения»:

✓ вареное колбасное изделие – это колбасное изделие, изготовленное из колбасного фарша, в рецептуру которого входят преимущественно сырые ингредиенты, в процессе изготовления подвергнутое подсушке, обжарке и последующей варке.

✓ вареная колбаса - вареное колбасное изделие различной (цилиндрической или овальной) формы, диаметром или поперечным размером свыше 44 мм, предназначенное для употребления в пищу в охлажденном виде.

В соответствии с требованиями ГОСТ Р 52196 «Изделия колбасные вареные. Технические условия» колбасное изделие категории А – колбасное изделие с массовой долей мышечной ткани в рецептуре свыше 60%.

Оценку качества вареных колбасных изделий проводили в два этапа. На первом этапе идентифицировали маркировку колбасных изделий на соответствие требованиям ГОСТ Р 51074 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования». Исследованиями установлено, что маркировка представленных образцов вареных колбасных изделий содержит следующую информацию:

- наименование колбасного изделия с указанием «мясной продукт категории А», термического состояния «охлажденный»;
- наименование и юридический адрес изготовителя;
- товарный знак изготовителя;
- массу нетто колбасного изделия;
- состав продукта;
- пищевую ценность;
- дату изготовления;
- условия хранения;
- срок годности»
- обозначение нормативного документа, в соответствии с которым изготовлен продукт;
- информацию о подтверждении соответствия.

Таким образом, маркировка представленных образцов вареных колбасных изделий торгового наименования «Докторская» соответствует требованиям ГОСТ Р 51074 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования».

Оценку качества вареных колбасных изделий по органолептическим показателям проводили по стандартизированной методике по ГОСТ 9959 «Продукты мясные. Общие условия проведения органолептической оценки». Описательный метод использовали для оценки единичных показателей качества. Метод оценки качества вареной колбасы по стандартизированной 5 - бальной системе позволил установить уровень качества вареной колбасы, как по отдельным показателям, так и в целом по продукту. В стандартизированную шкалу включены следующие единичные показатели качества, такие как внешний вид, цвет, запах (аромат), консистенция, вкус, сочность. При этом выделены следующие градации качества: 5 – отличное качество, 4 – хорошее, 3 – удовлетворительное, 2 - плохое, 1 – очень плохое. Оценка качества представленных образцов вареной колбасы проводилась на кафедре товароведения потребительских товаров, технологии общественного питания и оборудования Сибирского университета потребительской кооперации.

Показатели качества вареной колбасы определяли в следующей последовательности. Перед проведением органолептической оценки качества проверяли целостность оболочки вареной колбасы, затем продукт освобождали от оболочки и клипсов. С помощью острого ножа колбасное изделие разрезали на ломтики таким образом, чтобы определить вид и рисунок на разрезе. Цвет, вид и рисунок на разрезе определяли визуально. Запах, аромат, вкус и сочность – опробованием колбасного изделия. При этом определяли специфический запах, аромат и вкус, отсутствие или наличие постороннего запаха и привкуса, степень выраженности аромата. Консистенцию продукта – надавливанием, разжевыванием. При определении консистенции устанавливали упругость.

В соответствии с требованиями ГОСТ Р 52196 «Изделия колбасные вареные. Технические условия» вареное колбасное изделие торгового наименования «Докторская» по органолептическим показателям должно соответствовать требованиям:

- внешний вид – батоны с чистой сухой поверхностью;
- консистенция – упругая;
- цвет и вид на разрезе – розовый или светло-розовый, фарш равномерно промешан;
- запах и вкус – свойственные, без постороннего привкуса и запаха, с ароматом пряностей, в меру соленый;
- форма, батоны, размер и вязка батонов – прямые батоны длиной от 10 до 50 см.

В ходе исследования представленных образцов по органолептическим показателям качества установлено:

Вареная колбаса торговой марки «Торговая площадь» представляет собой прямой батон, длиной 47см. По внешнему виду батон с чистой сухой поверхностью. Цвет изделия на разрезе розовый, фарш равномерно промешан.

Консистенция изделия – плотная, упругая. Запах изделия свойственный, вкус ярко выраженный, с легким ароматом пряностей.

Вареная колбаса торговой марки «Сибколбасы» представляет собой прямой батон, длиной 45см. По внешнему виду батон с чистой сухой поверхностью. Цвет изделия на разрезе бледно-розовый, фарш промешан равномерно, но имеются незначительные вкрапления. Консистенция изделия – плотная, упругая. Запах изделия свойственный, вкус ярко выраженный, с легким ароматом пряностей, в меру соленый.

Вареная колбаса торговой марки «Кудряшовская» представляет собой прямой батон, длиной 45см. По внешнему виду батон с чистой сухой поверхностью. Цвет изделия на разрезе розовый, фарш промешан равномерно. Консистенция изделия – плотная, упругая. Запах изделия свойственный, вкус ярко выраженный, с легким ароматом пряностей.

Вареная колбаса торговой марки «Сибирский Деликатес» представляет собой прямой батон, длиной 50см. По внешнему виду батон с чистой сухой поверхностью. Цвет изделия на разрезе светло-розовый, фарш промешан равномерно. Консистенция изделия – упругая. Запах изделия свойственный, вкус ярко выраженный, с легким ароматом пряностей.

Вареная колбаса торговой марки «Сибирская Продовольственная компания» представляет собой прямой батон, длиной 48см. По внешнему виду батон с чистой сухой поверхностью. Цвет изделия на разрезе розовый, фарш промешан равномерно. Консистенция изделия – упругая. Запах изделия свойственный, вкус ярко выраженный, с легким ароматом пряностей.

Таким образом, представленные образцы вареной колбасы торгового наименования «Докторская», по форме и размеру батона, внешнему виду, цвету, консистенции вкусу и запаху соответствуют требованиям ГОСТ Р 52196 «Изделия колбасные вареные. Технические условия».

Результаты исследования представленных образцов по стандартизированной 5- балльной шкале представлены в таблице.

*Таблица*

Органолептические показатели качества вареной колбасы  
торгового наименования «Докторская», балл

Показатели	Характеристика образцов вареной колбасы, торговых марок				
	Торговая площадь	Сибколбасы	Кудряшовская	Сибирский Деликатес	СПК
Внешний вид	5	4	5	4	4
Цвет	4	4	5	4	4
Запах (аромат)	5	4	5	4	5
Консистенция	5	3	4	4	4
Вкус	4	4	4	4	5
Сочность	5	3	4	4	5
Общая оценка	28	22	27	24	27

Из данных таблицы видно, что представленным образцам вареной колбасы соответствует уровень качества отличное, хорошее. Вареная колбаса торговой марки «Сибколбасы» по показателям консистенция и сочность получила оценки – удовлетворительно, что вполне сопоставимо с результатами исследования по единичным показателям, проводимых описательным методом.

Проведенный анализ органолептических показателей в целом показал, что представленные образцы вареной колбасы торгового наименования «Докторская», торговых марок «Торговая площадь», «Сибколбасы», «Кудряшовская», «Сибирский Деликатес» и «Сибирской продовольственной компании (СПК)» соответствует требованиям нормативных документов в соответствии с которыми, они произведены.

**УДК 637.524**

## **ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ**

*А.В. Куцова, студент*

*Научный руководитель: З.Р. Сайфулина, канд. техн. наук, доцент  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

В связи с введением нового ГОСТа на колбасные изделия вареные появилась необходимость разъяснения основных принципов формирования потребительских свойств колбасных изделий, связанных с изменением их рецептурного состава.

**Ключевые слова:** колбасные изделия, категории, классификация, технологические особенности, потребительские свойства.

Вареные колбасные изделия изготавливаются и поступают в реализацию согласно требованиям нормативных документов, утвержденных в системе ГОСТ Р.

Исходя из нововведенного ГОСТа Р 52196-2011, колбасные изделия подразделяют не только на сорта, но и категории:

– А - это колбасное изделие с массовой долей мышечной ткани в рецептуре свыше 60,0%, без учета воды, потерянной при термической обработке.

– Б – это колбасное изделие с массовой долей мышечной ткани в рецептуре от 40,0% до 60,0%, без учета воды, потерянной при термической обработке.

Все колбасные изделия классифицируют:

по виду изделий и способу обработки — на вареные, полукопченые, копченые (варено-копченые и сырокопченые), фаршированные, сосиски и сардельки, ливерные, кровяные, мясные хлебы, паштеты, зельцы и студни;

по виду мяса — на говяжьи, свиные, бараньи, конские, из мяса других животных (кроликов, нутрий), спецсмесей и птицы;

по составу сырья — на мясные, субпродукты, кровяные;

по качеству сырья — на продукты высшего, первого, второго и третьего сортов и бессортные;

по виду оболочки — в оболочках естественных, искусственных и без оболочки;

по рисунку фарша на разрезе — с однородной структурой и с включением кусочков шпика, языка, крупноизмельченной ткани;

по назначению — колбасы для широкого потребления, диетического и детского питания (1, 2).

При сортировке мясо разделяют по сортам в зависимости от содержания соединительной и жировой тканей.

Говядина делится на три сорта: высший (чистая мышечная ткань), 1-й (мышечная ткань, содержащая до 6% соединительной ткани) и 2-й (до 20% соединительной жировой ткани). Так же сортируют конину, оленину, верблюжатину.

Категории варёных колбас соответствует сорту говядины, входящей в рецептуру, например колбасы категории А содержат говядину первого сорта. Не жирная свинина входит в состав колбас категории А.

Ассортимент варёных колбас включает колбасы категории А и категории Б. Вареные колбасы категории Б, как правило, содержат больше шпика и свинины, чем колбасы категории А, в них нет крахмала и муки, они имеют более светлую окраску фарша.

Колбасы категории А изготавливают из говядины высшего сорта, нежирной свинины и хребтового шпика. Содержание влаги в них 53-65%. В их ассортимент входят следующие колбасы: Любительская, Любительская свиная, Русская, Столичная, Молочная, Докторская, Телячья, Эстонская, Краснодарская, Диабетическая, Говяжья. Они отличаются соотношением основных видов сырья в рецептуре, особенностями вкуса и запаха, размером и формой кусочков шпика, рисунком в разрезе, формой и размером батона, характером вязки.

Колбасы категории Б изготавливаются в основном из говядины первого сорта, полужирной свинины и бокового шпика. От варёных колбас высшего сорта фарш колбас первого сорта отличается более грубой консистенцией, перечным вкусом и ароматом. Они содержат 63-68% влаги. Вырабатывают колбасы категории Б следующих наименований: Отдельная, Отдельная баранья, Московская, Свиная, Столовая, Диетическая, С сорбитом, Обыкновенная (3).

Колбасы категории Б вырабатывают из говядины второго сорта, мясной обрезки, полужирной свинины и шпика или курдючьего жира. Содержание влаги в них до 70%. Наиболее распространена чайная колбаса. В её состав входит говядина второго сорта (70%), свинина (20%) и шпик (10%). Рассматривая пищевую ценность вареных колбасных изделий и их сырья, можно выяснить, что пищевая ценность выше, чем исходного сырья и многих других продуктов из мяса, так как в процессе их производства из сырья удаляют наименее ценные по питательности ткани и они характеризуются высоким содержанием белковых и экстрактивных веществ и свиного жира. Добавле-

ние молока, сливочного масла и яиц повышает питательную ценность и улучшает вкус колбасных изделий.

Наибольшей пищевой ценностью обладают колбасы «Столичная», «Калорийная», «Заказная». Т.к. в «столичной» 13 г белка, жира 32 г, в «Калорийной» белка 8 г, жира 38 г, в «Заказной» 10 г белка, 37 г жира. Исходя из этих цифр, можно понять, что чем выше процент жира, тем выше процент калорийности.

Так же, у вареных колбасных изделий, как и у любых других продуктов питания имеются дефекты. Они делятся на допустимые дефекты и не допустимые. К допустимым относят такие дефекты, как: незначительная деформация батонов; небольшое загрязнение жиром и продуктами сгорания древесины, прихваченные жаром концы; неправильную форму сшитой оболочки; небрежную вязку и другие.

К недопустимым дефектам относят такие, как: загрязнения на оболочке; лопнувшие или поломанные батоны; рыхлый фарш под оболочкой; наличие серых пятен и крупных пустот и другие подобные дефекты. Изготавливают колбасные изделия по определенной схеме и последовательности. В них входят такие действия, как: подготовка сырья, жиловка, сортировка, измельчение сырья, посол, приготовление фарша, формование, термическая обработка, осадка, обжарка, охлаждение и в конце всего технологического процесса.

Все готовые изделия проверяют по органолептическим, физико-химическим, бактериологическим показателям. После этого только упаковывают, маркируют и хранят согласно требованиям ГОСТ Р.

#### *Список литературы*

1. Насонова В.В., Лебедева Л.И. Веретов Л.А. Новые национальные стандарты на вареные колбасные изделия и ливерные колбасы //Мясные технологии. – 2014. –№1. – С.24-29.
2. Товароведение и экспертиза мяса и мясных продуктов. –М., 2009.
3. ГОСТ Р 52196-2011. Изделия колбасные вареные. Технические условия. –М., 2011.

**УДК 658.5.012.14**

## **ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ SOUS VIDE - ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ В КРИЗИС**

*М.А. Новосёлова, студент*

*Научный руководитель: Е.А. Гранина, преподаватель  
Новосибирский технологический колледж питания, г. Новосибирск*

*Аннотация:* Технология Sous Vide определена как одна из основных ресурсосберегающих технологий для работы производства. Тема заслуживает пристального внимания, изучения и внедрения в заведениях, особенно в кризисный период ресторанного бизнеса.

**Ключевые слова:** инновационные технологии, ресурсосберегающая технология, технология Sous Vide, экономическая эффективность метода.

На наших глазах в мире происходит, может быть, самая большая за последние полвека революция в сфере приготовления еды. Инновации на кухне – это современные технологии, авангардные течения и передовые устройства.

Хестон Блюменталь, основоположник молекулярной кухни, назвал метод *Sous Vide* величайшей кулинарной революцией нашего времени.

27-28 февраля 2015г. на Всероссийском Съезде шеф-поваров «Новые технологии работы в кризис» технология *Sous Vide* была определена как одна из основных ресурсосберегающих технологий для работы производства. Фёдор Сокирянский – независимый эксперт ресторанного бизнеса, отметил, что «технология *Sous Vide* перевернула мышление шеф-поваров всех ресторанов-обладателей звезд Мишлена в Европе еще 30 лет назад. Однако, этот способ приготовления по сей день остается по-настоящему инновационным. Тема заслуживает пристального внимания, изучения и внедрения в заведениях, особенно в кризисный период» [2].

Считая данное высказывание актуальным, мы поставили **цели**:

- Изучить имеющиеся материалы в отечественной и зарубежной прессе по описанию процессов, именуемых *Sous Vide*;
- Провести анализ возможности использования данной технологии на различных предприятиях питания города Новосибирска.

Определили **задачи данной работы**:

- Рассчитать практическим путем экономическое преимущество технологии *Sous Vide* ;
- Провести сравнительную оценку приготовления ряда продуктов (говядина филей, филе куриное, стручковая фасоль, яйцо куриное) традиционным и инновационным способом;
- Показать необходимость использования технологии *Sous Vide* в кризисный период;
- Доказать возможность и необходимость изучения технологии *Sous Vide* в Новосибирском технологическом колледже питания.

*Sous Vide* – это технология приготовления продукта в вакууме при довольно низкой температуре. Этот метод приготовления пищи был разработан и применен в середине 1970-х годов шеф-поваром Джорджем Пралюсом (Georges Pralus), работавшим во всемирно известном ресторане Troisgros (Ронан, Франция). Изначально данный метод был придуман для того, чтобы минимизировать степень уварки дорогостоящего паштета из гусиной печени фуа-гра, а также для того, чтобы придавать этому деликатесу еще более нежный вкус. Впоследствии шеф-повар Бруно Гуссолт (Bruno Goussault) применил этот метод для приготовления изысканных блюд для пассажиров первого класса авиалайнеров французской компании Air France. За последние два десятилетия метод приготовления пищи *sous vide* вызвал волну кулинарных изобретений и стал секретом успеха многих признанных мастеров кулинарного искусства в самых лучших ресторанах мира [4].

Двумя основными отличиями sous-vide от традиционных методов приготовления пищи являются то, что:

- сырой продукт упаковывается в полимерные пакеты, и пища готовится с использованием точно регулируемого нагрева;
- пища готовится при низких температурах в диапазоне 56–85 °С, что позволяет добиться уникальных вкусовых свойств, мягкости и аромата.

Подготовленный продукт помещается в пакет из пищевого пластика. На специальном оборудовании из пакета удаляется весь воздух и все запаивается. Поэтому с помощью Sous Vide готовят продукты, легко поддающиеся упаковке – мясо, рыбу, птицу, овощи или фрукты. Хорошо получаются также соусы и подливы. При упаковке продукта следует учитывать вид продукта, количество и жесткость продукта и степень вакуумирования.

Приготовление упакованной продукции проводится на следующем оборудовании:

- Пароконвектомат (при любых объемах производства). Устанавливается режим низкотемпературного пара и температура варьируется между 65°С и 100°С в зависимости от типа продукта. Контроль за приготовлением можно осуществлять при помощи термощупа, который устанавливается в продукт.

- Термостат, водяная баня с погружным водонагревателем (Thermal Immersion Circulators) состоит из нагревательного элемента и насоса, который "перемешивает" воду для ее равномерного прогрева по всему объему (ограничение объема до 40 л);

- Водяная печь производства Supreme (для маленьких предприятий);

- Температурный контроллер (шкала Фаренгейта) и недорогая рисоварка Oster (для домашнего эксперимента) [6].

Для предприятий общественного питания оптимальным является приготовление в термостатах либо в пароконвектомате.

Перед вакуумированием некоторые продукты проходят подготовку: механическое или химическое разрыхление, обжаривание на грилях. Важно отметить, что sous-vide – это приготовление, при котором повар уже не может влиять на процесс, т.к. пакет уже запаян. Именно поэтому процесс подготовки ингредиентов для закладки в пакет должен выполняться очень внимательно.

При тепловой обработке повар хорошо должен знать температурные показатели готовности продукта, т.к. приготовление продукта идет при пониженной температуре.

Изучение данной технологии производилось нами на мастер-классах, проводимых в нашем городе компанией «Комплекс-бар» г. Санкт-Петербург под руководством руководителя отдела компании Виталием Ведищевым. А также на мастер-классах компании «Атланта-сервис» и на практических занятиях в ресторане ООО «Глобус» отеля «Marriott».

Нами был приобретен не только опыт приготовления продуктов и освоены новые рецептуры, но и рассчитаны экономические показатели преимущества метода Sous Vide:

***Применение вакуумного пакета позволяет:***

- уменьшить потери по массе на 15-35%;
- экономит объем закладки специй на 3-40%;
- препятствует усушке и обезвоживанию продукта; сохраняют аромат и сок продукта;
- препятствует окислению липидов в продукте и как следствие - прогорканию;
- продление срока хранения при температуре от 0 до +3°C (от 4 до 18 дней).

***Снижение температуры при приготовлении позволяет:***

- раскрыться продукту в оригинальной вкусовой гамме;
- получить продукт с необычными органолептическими и физическими показателями (совершенное яйцо);
- изменить или сохранить цвет (шпинат становится ярко-зеленый, арбуз - ярко-красный);
- сохранить пищевую ценность белков, витаминов, минеральных веществ;
- запахи различных продуктов в вакууме не смешиваются, оставаясь индивидуальными;
- продукт не может быть испорчен, даже если про него забыли.

***Экономические преимущества метода:***

- может применяться в предприятиях с различным объемом производства;
- позволяет экономить на использовании высококвалифицированного персонала и шире применять менее квалифицированный труд; что позволяет рационально распределять нагрузку на персонал между периодами напряженной работы и спада активности;
- невысокая стоимость затрат на приобретения оборудования и расходных материалов;
- безотходное меню (регенерировать можно только тот объем блюд, на который получен заказ).

***Расчет экономических показателей, проведенных нами на мастер-классах, показал:***

- значительную экономию на весовые потери на этапе тепловой обработки (например, при работе с мясом (филе говядины и филе курицы) потери снижаются в среднем на 80 %, расчет производился через процент у жарки), а также отсутствуют весовых потери во время хранения и точное соблюдение определенного размера порции;
- эффективное энергопотребление (экономия электро-энергии составляет 20-30% (при работе на термостате);
- экономический показатель скорости приготовления по данной технологии увеличивается в 2 раза (филе говядины из холодильника при темпе-

ратуре 4°C жарка на гриле); прибыль по увеличению скорости подачи рассчитывалась для действующих предприятий Новосибирска;

– при изменении алгоритма приготовления заготовок по технологии Sous Vide при расчетах получилось высвобождение 1 квалифицированного работника;

– повышение и стабилизация качества учитывались, но в расчетах не отражены.

Из расчетов следует, что окупаемость затрат на внедрение технологии Sous Vide составляет не более 1 месяца!

***По результатам проведенного анализа можно сделать выводы:***

– Интерес к технологии Sous Vide в г. Новосибирске достаточно высок, но практическое применение данной технологии ограничено незнанием основ и неимением практического опыта работы по данной технологии.

– Мастер-классы по технологии Sous Vide проводятся в г. Новосибирске довольно редко и имеют высокую стоимость.

– В нынешних кризисных условиях применение данной технологии в ресторанном бизнесе экономически выгодно.

– Наличие современной лаборатории в Новосибирском технологическом колледже питания позволяет вести подготовку студентов по данной технологии.

Результаты проведенного исследования имеют практическую значимость, они показывают, что наука кулинария не стоит на месте. Все достижения мировой кулинарии доступны сегодня и нашей стране, любому предприятию питания, и мы обязаны их изучать и внедрять для повышения качества и безопасности нашей пищи.

#### *Список литературы*

1. Сокирянский Ф.Л., Лазерсон И.И. Кулинарная наука или научная кулинария. – М.: Центрполиграф, 2012, с.151.
2. Всероссийский съезд шеф-поваров «Новые технологии работы в кризис» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://allcafe.ru/profy/seminars/vserossijskij-sezd-shef-povarov>, свободный (дата обращения 20.02.2015).
3. Знакомство с Sous Vide [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.futurefood.ru/site>, свободный (дата обращения 27.12.2014).
4. Низкотемпературная технология Sous Vide [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.chefs-academy.com>, свободный (дата обращения 27.12.2014).
5. Технология низкотемпературного приготовления [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.n-line.ru/restoran/tehnology/market>, свободный (дата обращения 27.11.2014).
6. Sous Vide Кулинария [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.douglasbaldwin.com/sous-vide.html>, свободный (дата обращения 27.11.2014).
7. Sous Vide. Технология Будущего. Современная практика [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://yahoreca.ru/pub/relevant/443/>, свободный (дата обращения 27.11.2014).

## НИЗКОКАЛОРИЙНЫЕ ФРУКТОВО-ЯГОДНЫЕ НАПОЛНИТЕЛИ ДЛЯ КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ

*А.О. Моисеева, С.С. Великанов, студенты*

*Научные руководители: М.А. Филоненко, преподаватель,  
заведующая лабораторией*

**Л.В. Якутина**, преподаватель высшей категории ГАПОУ НСО  
Новосибирский колледж общественного питания и сервиса, г. Новосибирск

Население земли стремительно прибавляет в весе. Рациональное и сбалансированное питание становится одной из приоритетных задач в общественном питании. Мы предлагаем низкокалорийные фруктово-ягодные наполнители, которые по вкусовым качествам не отличаются от современных сладких фруктово-ягодных начинок, но значительно ниже по калорийности.

**Ключевые слова:** диетическое питание, фруктово-ягодные наполнители, пищевые добавки.

В настоящее время, когда большинство населения планеты заняты трудом не связанным с физическими нагрузками, когда многие из нас страдают от гиподинамии и как следствие от избыточного веса, на первое место выходит наука, занимающаяся изучением воздействия продуктов питания на человека и призванная составить рацион питания в соответствии с нашими потребностями. Эта наука называется – *гигиена питания*.

Гигиена питания - отрасль питания, изучающая проблемы полноценной пищи и рационального питания здорового человека. В процессе развития гигиены питания выделилась диетология, изучающая питание больных и разрабатывающая принципы лечебного питания. [1]

Под гигиеной питания на сегодняшний день принято понимать диетическое питание, которое делят на две группы: лечебное питание и эстетическое питание.

Основное требование к диетам эстетического направления и к некоторым диетам, входящим в систему диетического питания (например, диета при заболевании сахарным диабетом) - снижение калорийности пищи.

Цель нашей работы - уменьшить калорийности пищи, за счёт снижения количества углеводов путём создания ряда продуктов питания на основе пищевых добавок.

«Пищевые добавки — природные или искусственные (синтезированные) вещества, преднамеренно вводимые в пищевые продукты с целью их сохранения и (или) придания им заданных свойств». [2].

Часть пищевых добавок имеет природное происхождение и содержится в некоторых продуктах питания растительного и животного происхождения. К этой группе относится большинство стабилизаторов консистенции.

Крахмал как пищевая добавка используется для загущения многих пищевых продуктов, приготовления киселей, заправок и соусов. Крахмал является наиболее распространённым углеводом в рационе человека, и содержится во многих основных продуктах питания. Главными источниками крахмала являются зерновые культуры: рис, пшеница, кукуруза; различные корнеплоды, в том числе картофель, а также маниок. [3]. Резистентный (неперевариваемый) крахмал (класса РК4 – модифицированные крахмалы для пищевой промышленности) играет физиологическую роль: снижает уровень сахара у больных сахарным диабетом, обладает бифидогенной активностью, образует органические кислоты, обеспечивающие клетки кишечника энергией, поддерживает иммунитет кишечного тракта, противовоспалительную защиту организма и другое.[4]

Пектины – содержатся во многих фруктах и овощах. Основную массу промышленных пектинов получают из яблок и citrusовых (лимоны, апельсины). Пектин не только отличный стабилизатор консистенции. Свободные карбонильные группы в молекулах пектина связывают тяжелые металлы и радионуклеиды, попадающие в наш организм из окружающей среды, и выводят их. Специальные высокоочищенные пектины могут быть отнесены к незаменимому веществу для использования в производстве функциональных пищевых продуктов, а также продуктов здорового и специального (профилактического и лечебного) питания. [3]

Агар-агар – гелеобразователь природного происхождения, получают из бурых водорослей. Применяется в производстве мармелада, зефира и ещё целого ряда кондитерских изделий.

Фруктово-ягодные наполнители широко применяются в кондитерской промышленности в качестве начинок для пирогов, булочек, в качестве прослойки для печенья, пирожных, тортов и т.д. К ним предъявляется ряд технологических требований: начинки должны сохранять форму, т.е. быть густыми и вязкими, не должны вытекать при выпечке, не должны отдавать влагу в тесто, должны иметь приятный вкус и аромат, легко дозироваться. Классические фруктово-ягодные начинки соответствуют большинству перечисленных требований (например, повидло), но в них содержится большое количество углеводов.

Задачей нашей работы является создание низкокалорийных фруктово-ягодных наполнителей на основе природных стабилизаторов консистенции, удовлетворяющих технологическим требованиям к фруктово-ягодным наполнителям, применяемым в кондитерской промышленности.

В качестве стабилизаторов консистенции при создании низкокалорийных фруктово-ягодных наполнителей нами были использованы крахмал, агар-агар и пектины.

#### **1. Фруктово-ягодные наполнители на основе крахмала.**

Для взвешивания компонентов использовали весы электронные Scout Pro.

Таблица 1

## Наполнитель «Яблочный»

Сухие вещества – 34%

Фруктовая часть – 40 %

рН -- 3,2-3,6

№	Наименование компонента.	С.в. в %	Закладка на 1 кг (в граммах)	
			Количество компонентов (в г)	С.В. (в г)
1	Яблоки без кожуры кусочки	10	400	40,000
2	Крахмал картофельный	85	50	42,500
3	Ароматизатор «Яблоко» (Frutarum)	99,9	0,5	0,500
4	Краситель (Солнечный закат)	99,9	0,002	0,002
5	Лимонная кислота	91,2	2	1,824
6	Сахар	99,9	255,429	255,174
7	Вода	0	292,069	0
	Итого		1000	340

Таблица 2

## Наполнитель «Цитрусовый»

Сухие вещества – 34%

Фруктовая часть – 50 %

рН -- 3,2-3,6

№	Наименование компонента.	С.в. в %	Закладка на 1 кг (в граммах)	
			Количество компонентов (в г)	С.В. (в г)
1	Апельсины с кожурой кусочки	12	250	30,000
2	Лимоны с кожурой кусочки	12	250	30,000
3	Крахмал картофельный	85	45	38,250
4	Ароматизатор апельсиновое масло (Frutarum)	99,9	0,3	0,300
5	Краситель «Весёлый апельсин»	99,9	0,017	0,017
6	Лимонная кислота	91,2	2,000	1,824
7	Сахар	99,9	242,080	239,659
8	Вода	0	210,603	0
	Итого		1000	340

## Порядок закладки компонентов.

1. Крахмал смешиваем с холодной воды.
2. Растворяем краситель.
3. Растворяем лимонную кислоту.
4. К оставшейся воде прибавляем сахар, яблоки и нагреваем до 65°C
5. К фруктово-сахарной смеси прибавляем суспензию крахмала в воде, перемешиваем и нагреваем до 95°C.
6. Пастеризуем 5 минут.
7. Прибавляем раствор лимонной кислоты, красителя и ароматизатор.
8. Проверяем сухие вещества на рефрактометре....
9. Проверяем рН на рН-метре рН - 410.

## 2. Фруктово-ягодные наполнители на основе агар-агара.

Таблица 3

### Наполнитель «Яблоко с корицей»

Сухие вещества – 32%

Фруктовая часть – 40 %

pH -- 3,2-3,4

№	Наименование компонента	С.в. в %	Закладка на 1 кг (в граммах)	
			Количество ком- понентов (в г)	С.В. (в г)
1	Яблоки без кожуры кусочки	10	400,000	40,000
2	Агар-агар	85	10,000	8,500
3	Ароматизатор «Яблоко с корицей» (Frutarum)	99,9	0,80	0,500
4	Краситель «Солнечный закат»	99,9	0,006	0,002
5	Лимонная кислота	91,2	2,000	1,824
6	Сахар	99,9	269,443	269,174
7	Вода	0	318,554	0
	Итого		1000	320

Таблица 4

### Наполнитель «Апельсиново -лимонный»

Сухие вещества – 32%

Фруктовая часть – 50 %

pH -- 3,2-3,4

№	Наименование компонента.	С.в. в %	Закладка на 1 кг (в граммах)	
			Количество ком- понентов (в г)	С.В. (в г)
1	Апельсины с кожурой кусочки	12	250	30,000
2	Лимоны с кожурой кусочки	12	250	30,000
3	Агар-агар	85	10	8,5
4	Ароматизатор «Апельсиновое масло»	99,9	0,3	0,300
5	Краситель «Весёлый апельсин»	99,9	0,017	0,017
6	Лимонная кислота	91,2	1,5	1,368
7	Сахар	99,9	250,065	249,815
8	Вода	0	238,118	0
	Итого		1000	320

### Порядок закладки компонентов.

1. Агар-агар смешиваем с 50г холодной воды и оставляем для набухания.
2. Растворяем краситель.
3. Растворяем кислоту.
4. К оставшуюся воде прибавляем сахар и фрукты нагреваем до 95°С.
5. При перемешивании добавляем смесь агара с водой.
6. Пастеризуем 5 минут.
7. Прибавляем раствор лимонной кислоты, красителя, ароматизатора.

8. Проверяем сухие вещества на рефрактометре....

9. Проверяем рН на рН-метре рН - 410.

### 3. Фруктово-ягодные наполнители на основе пектина.

Наполнители на основе пектина находятся в стадии разработки. Используем марки пектинов следующих производителей:

Компании SEAMSA (образцы предоставлены фирмой ПТИ г.Новосибирск), компании SPKelco.

Таблица 5

Калорийность полученных фруктово-ягодных наполнителей в сравнении с классическим яблочным повидлом

Наименование наполнителя	ККал	Белки	Жиры	Углеводы
«Яблочный»	137,7	0	0	33,5
«Цитрусовый»	120,4	0,7	0,19	33,7
«Яблоко с корицей»	129,7	0,3	0	31,6
«Апельсиново-лимонный»	123,6	0,7	0,19	31,8
Повидло «Яблочное»	232-250	0,4	0	65

Таблица 6

Стоимость 1 кг наполнителей в сравнении с классическим яблочным повидлом

Наименование наполнителя	Стоимость 1 кг (рублях)
«Яблочный»	29-30
«Цитрусовый»	44-46
Повидло «Яблочное»	38 -40

Были проведены варки фруктово-ягодных наполнителей на основе крахмала с содержанием сухих веществ 32%. полученные наполнители плохо держали форму, во время выпечки ( $t = 200^{\circ}\text{C}$ ) вытекали.

Была увеличена дозировка крахмала на 10% (в расчёте на 50 кг крахмала). Полученные начинки хорошо держали форму, во время выпечки слегка вытекли, по органолептическим показателям – чувствовался вкус крахмала.

Дозировку крахмала снизили до прежнего уровня, но увеличили содержание сухих веществ до 34 % (рецептуры данных наполнителей представлены в таблицах № 1 и № 2). Полученные наполнители хорошо держали форму, во время выпечки не вытекали и не подгорали. Органолептические показатели – ярко выраженный вкус яблок и цитрусовых сохранился.

Введение в фруктово-ягодные наполнители в качестве стабилизатора консистенции крахмала позволило снизить количество углеводов и как следствие понизить калорийность (№ 5) без ущерба для технологических характеристик. Полученные начинки обладают отличным органолептическими качествами, удобны в дозировке, не отдают влагу в тесто, не вытекают и не подгорают. Экономически более выгодны, т.к. за счёт снижения количества сахара, была снижена цена.(таб.№6).

Наполнители на основе агар-агара с содержанием сухих веществ 32 % обладают хорошими органолептическими характеристиками, хорошо держат форму, но не пригодны для термической обработки, так как агар-агар при температуре выше 100°С плавится. Полученные наполнители могут быть рекомендованы в качестве наполнителей в уже готовые кондитерские изделия.

#### *Список литературы*

1. Большая советская энциклопедия.
2. ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» .
3. Википедия. <https://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Фитопребиотики: резистентный крахмал, статья И.В. Петровой (к.б.н.) на сайте [lepestok.kharkov.ua](http://lepestok.kharkov.ua)

**УДК 687.13:330.123.5**

## **ВЛИЯНИЕ ВОЛОКНИСТОГО СОСТАВА НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СВОЙСТВА ДЕТСКОЙ ОДЕЖДЫ**

*К.К. Попова, студент*

*Научный руководитель: Е.А. Рубашанова, старший преподаватель  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

Изучены свойства тканей для детской одежды в зависимости от её волокнистого состава. Детская одежда из натуральных материалов максимально соответствует требованиям (потребительским свойствам).

**Ключевые слова:** волокнистый состав, потребительские свойства, качество, детская одежда.

Издавна одежда является одним из главных атрибутов человеческой жизни. Она в первую очередь защищает человека от неблагоприятных воздействий внешней среды, предохраняет поверхность кожи от механических повреждений и загрязнений. Развитие науки не стоит на месте. В лабораториях всего мира путем проб и ошибок выявлялись лучшие свойства тканей, которые зависели от своего волокнистого состава и технологии производства. Работники текстильного производства боролись за качество и за своих потребителей.

Потребители хотят получить такой товар, который способен удовлетворить все запросы. Особенно когда речь заходит о детях, мы готовы отдать им всё самое лучшее. Любая мать, выбирая одежду, думает прежде всего, о её качестве, комфортности и как она может повлиять на состояние ребёнка.

Чтобы ответить на эти вопросы, необходимо понять, что именно влияет на качество одежды. Выбранная тема научной работы раскрывает это понятие, поэтому является актуальной и имеет важное значение для здоровья детей.

Исследовательская работа охватывает материалы для изготовления одежды для детей возрастной группы: от 0 до 3 лет.

Цель работы – изучение и исследование свойств тканей для детской одежды, в зависимости от её волокнистого состава.

Для решения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать состояние и перспективы развития рынка детской одежды;
- определить влияние волокнистого состава на потребительские свойства одежды;
- ознакомиться с ассортиментом и волокнистым составом детской одежды в магазинах города Новосибирска;
- изучить методы определения потребительских свойств тканей;
- провести исследование потребительских свойств образцов тканей для детской одежды.

Объектом исследования является детская одежда и её потребительские свойства.

Предмет исследования: влияние волокнистого состава на потребительские свойства детской одежды.

Меняется стиль жизни, растёт обеспеченность и требования к комфорту среди населения. Если раньше, еще 20 лет назад, не было понятия детской моды, а главными требованиями к детской одежде были прочность и долговечность, то теперь на передний план при выборе товара выходят марка, красота, комфортность и другие характеристики товара. Ассортимент одежды для детей практически ничем не уступает одежде для взрослых. В магазинах представлено огромное количество марок иностранных и отечественных производителей – от доступных до элитных. 34% расходов на детские товары составляют затраты на одежду, 12% - на обувь, 18% - на игрушки и 36% - на прочее (рисунок 1).

Рис.1. Структура российского рынка детских товаров по видам продукции, % \*



Рынок детской одежды, так же как и «взрослый», можно условно разделить на ценовые сегменты: низкий, средний и высокий. В низком ценовом сегменте, на который приходится до 85% рынка, господствуют товары турецкого и китайского производства, представленные на вещевых рынках и специализированных детских ярмарках. Около 10% рынка приходится на

средний сегмент. Маленькая доля детской одежды среднего ценового сегмента объясняется тем, что пока средний класс в нашей стране не очень многочислен, и, соответственно, мал сегмент товаров для него. Одежда среднего ценового уровня представлена огромным многообразием марок и брендов как иностранных, так и российских производителей. Премиальный ценовой сегмент полностью оккупирован иностранными производителями. Появилась новая тенденция: детей стараются одевать либо в «едином стилевом решении» с родителями, либо покупать детские элитные бренды. На рынке дорогой и очень дорогой детской одежды много итальянских товаров.

Все требования к одежде, а следовательно, и её потребительские свойства можно подразделить на следующие группы: эргономические, эстетические и требования к надежности (сроку службы) изделия.

К эргономическим свойствам одежды относятся антропометрические, гигиенические и психофизиологические требования.

Антропометрические требования – это соответствие одежды антропометрическим свойствам человека, приведённым в размерно-ростовочных стандартах.

Гигиенические требования заключаются в создании необходимого микроклимата под одеждой пространства (температура, влажность, газовый состав, паро-, воздухопроницаемость, токсичность, загрязняемость). Гигиенические условия определяются конструкцией изделия, применяемыми материалами и т.д.

Соответствие психофизическим требованиям одежды определяется следующими факторами: эстетичность, хорошая посадка на фигуре, комфортные условия, способствующие повышению работоспособности человека и улучшению его самочувствия.

Изучение ассортимента и волокнистого состава детской одежды магазинов города Новосибирска.

Для анализа ассортимента и волокнистого состава детской одежды города Новосибирска были выбраны следующие магазины:

1. ООО «Мир Детей». 630015, г. Новосибирск, ул. Электrozаводская, д. 4.
2. ООО «Детский Мир». 630015, г. Новосибирск, ул. Немировича-Данченко, д. 142, ТРЦ «Горский».
3. ООО «NATI». 630015, г. Новосибирск, улица Фрунзе, д. 238, ТРК «Сибирский Молл».

Во всех трёх магазинах для детей в возрасте от 0 до 3 лет были представлены следующие виды одежды:

#### I. Бельё:

- Ползунки – 100% хлопок
- Комбинезоны -100% хлопок, интерлок, велюр (Россия)
- Чепчики – 100% хлопок, интерлок, плющ, начесанная (Россия)
- Боди – 100% хлопок

- Пижама, сорочка – 100% хлопок

II. Верхняя одежда:

- Ветровка – верх (100% нейлон), подкладка (100% хлопок)
- Куртка – верх (спандекс), утеплитель (синтепон), подкладка (хлопок); верх полиэстер), утеплитель (синтепон), подкладка (хлопок); верх (полиэстер), утеплитель (синтепон), подкладка (флис).

Для проведения анализа гигиенических свойств образцов были выбраны следующие показатели:

1. Усадка (ГОСТ)

2. Гигроскопичность

3. Намокаемость

4. Капиллярность

5. Воздухопроницаемость (измеряется в куб.дм. и означает способность материалов пропускать воздух через 1 м<sup>2</sup> в секунду путем фильтрации через поры)

Исследование механических свойств.

Для проведения анализа механических свойств образцов ткани были выбраны следующие показатели:

1. Стойкость к истиранию

2. Драпируемость

3. Жесткость

4. Несминаемость

По результатам анализа образцов, можно сделать вывод, что детская одежда из натуральных материалов, максимально соответствует требованиям (потребительским свойствам), чем из искусственных тканей.

*Список литературы*

1. Дзахмишева И.Ш. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров [Электронный ресурс] : Учебное пособие / Под общ. ред. д. э. н., проф. И. Ш. Дзахмишевой. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 360 с.
2. Ляшко, А. А. Товароведение, экспертиза и стандартизация [Электронный ресурс] : Учебник / А. А. Ляшко, А. П. Ходыкин, Н. И. Волошко, А. П. Снитко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013.
3. Бузов Б.А. Материалы для одежды. Ткани: Учебное пособие / Б.А. Бузов, Г.П. Румянцева. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2012. - 224 с.

## ОЦЕНКА КАЧЕСТВА МЕХОВОЙ ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ

*А. Черноскутова, студентка*

*Научный руководитель: М.В. Севостьянова, ст. преподаватель  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

В статье представлены результаты оценки качества пушно-меховых изделий.

**Ключевые слова:** оценка качества, пушно-меховые товары.

Издревле изделия из натурального меха занимают важное место в жизни человека. Меховая одежда, обладающая комплексом положительных свойств, пользуется постоянным спросом у покупателей. Она предназначена для защиты от холода, а также служит предметом украшения человека.

Мода на меховые изделия на сегодняшний день альтернативна и предлагает большое разнообразие моделей от классических до экстравагантных форм.

Тема работы является актуальной, так как на современном этапе потребители стали более серьезно подходить к выбору мехового изделия, это касается и качества применяемых полуфабрикатов и эстетических характеристик моделей одежды. Для одних главным приоритетом является ценовой фактор, для других цена, качество и внешний вид изделия- взаимосвязаны. Но, к сожалению, не всегда, качество мехового изделия является безупречным. Поэтому, считаю, что оценке пушно-мехового изделия должно уделяться более пристальное внимание.

В данной работе была проведена оценка качества пушно- меховой женской одежды. Для оценки были выбраны три образца:

Образец 1: полупальто женское из меха норки , темно-коричневого цвета, прямой силуэт, воротник круглый, рукав втачной, застежка -пуговицы металлические производства Китай, размер 44,

Образец 2: полупальто женское из меха норки, цвет светло- коричневый, свободный силуэт, воротник круглый, рукав втачной, расширенный книзу, большая декоративная пуговица у основания горловины, застежка потайная ( клипса),производство Китай, размер 44.

Образец 3: полупальто женское из меха норки стриженной, цвет светлый крашенный, силуэт- прямой, рукав- втачной, воротник круглый из меха норки темно- коричневого цвета, застежка потайная ( клипса). Полупальто в комплекте с поясом из кожи светлого цвета, с пряжкой из металла. Производство Россия, размер 44.

При оценке качества были использованы следующие методы:

органолептический для оценки потребительских свойств и показателей качества; инструментальный для измерения размеров деталей, при этом использовались мягкий метр, лупа; экспертный для установления уровня качества.

На первом этапе было проведено установление соответствия маркировочных данных требованиям нормативных документов, а именно полнота, правильность и четкость нанесения всех реквизитов. Результаты представлены в таблице 1.

Таблица 1

Идентификация маркировки

Реквизиты маркировки	ОБРАЗЕЦ 1	ОБРАЗЕЦ 2	ОБРАЗЕЦ 3
Наименование изделия	Полупальто	Полупальто	Полупальто
Вид применяемого полуфабриката	норка	норка	норка (стриженная)
Размер	44	44	44
Наименование предприятия-изготовителя	Китай	Китай	Россия
Сорт	Не указан	Не указан	1 сорт
Эксплуатационные знаки	присутствуют	присутствуют	присутствуют
Знак о сертификации	присутствует	присутствуют	присутствует
Дата изготовления	11.07.2014	17.08.2014	20.10.2014

Как видно из таблицы 1 на всех оцениваемых изделиях имеются маркировочные ярлыки. Маркировка всех изделий полная, но по виду применяемого полуфабриката только на изделии российского производства производитель указал еще и вид отделки - стриженная, на других образцах такая информация не указана.

Следующим этапом оценки качества было проведение органолептической оценки образцов по комплексу потребительских свойств. Для оценки было выбрано три группы потребительских свойств, таких как эргономические, надежность и эстетические, так как именно они являются главными свойствами пушно- меховых изделий. Оценка проводилась в баллах, причем для каждой группы потребительских свойств было свое, максимальное количество баллов. Так по комплексу эргономических свойств максимально допустимое количество баллов-30 (оценивались такие единичные показатели как, густота волосяного покрова, ветростойкость, масса меха и изделия). Для группы надежность максимальное количество баллов равно 10 (оценивалось максимальное количество сезонов носки). Для эстетических свойств было определено максимальное количество баллов равное 20.(было оценено соответствие требованиям современной моды). По результатам проведенной оценки был рассчитан уровень качества образцов. Результаты представлены в таблице 2.

Как видно из таблицы 2 образцы 1 и 2 набрали наибольшее количество баллов по 56, что соответствует хорошему уровню качества. А вот образец 3 набрал всего 46 баллов, поэтому его качество было оценено, как удовлетворительное. Это можно объяснить тем, что главное свойство меховой одежды - теплозащита, а данный образец по этому показателю имеет очень низкий бал, так как при отделке полуфабриката была применена стрижка, что существенно снизило теплозащитные свойства меха. Применение таких видов от-

делки полуфабриката является очень модными, на сегодняшний день, поэтому производители стремятся, чтобы выпускаемые изделия соответствовали современным требованиям моды. Но, необходимо учитывать, в каких климатических условиях будут эксплуатироваться данные изделия, для сибирского климата такие виды отделки не подходят, поэтому оценка по данному показателю была существенно снижена.

Таблица 2

Установление уровня качества образцов меховой одежды

Градация уровня качества	Суммарная оценка условного эталона (баллы)	ОБРАЗЕЦ 1	ОБРАЗЕЦ 2	ОБРАЗЕЦ 3
ОТЛИЧНОЕ	60-57			
ХОРОШЕЕ	56-53	56	56	
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНОЕ	Менее 53			46

Следующим этапом оценки качества было проведение линейных измерений на соответствие требованиям ГОСТ 5710-85

При проверке линейных измерений был использован мягкий метр с сантиметровыми делениями.

Для полупальто мехового:

– длина пальто – по спинке от середины горловины (шва втачивания воротника) до низа изделия;

– ширина изделия по линии груди: по прямой линии от середины переда до середины спинки на 2,0-4,0 см ниже глубины проймы;

– ширина изделия по линии бедер – по прямой линии между боковыми сгибами;

– ширина рукава – по прямой линии от нижней точки проймы перпендикулярно средней линии рукава. Результаты измерений представлены в таблице 3.

Таблица 3

Результаты исследования линейных измерений

Наименование места измерения	По ГОСТ 5710-85	Образец 1	Образец 2	Образец 3
Рост по маркировке		170	170	170
Обхват груди	96	96	96	96
Длина изделия	107-113	107	110	115
Ширина изделия по линии груди	48-52	48	52	48
Ширина изделия по линии бедер	53-55	53	55	53
Длина рукава	61-63	62	62	61
Ширина пояса	17-19	17	19	17

Результаты линейных измерений показали, что все изделия соответствуют ГОСТ 5710-85 по всем нормируемым измерениям, фактические отклонения входят в интервал допускаемых отклонений.

Таким образом проведенная оценка качества образцов женской меховой одежды не выявила существенных отклонений по маркировке изделий, по линейным измерениям на соответствие требованиям ГОСТ 5710-85, а экспертная оценка потребительских свойств показала, что для сибирского климата наилучшим образом подходят изделия с естественным волосяным покровом, т.е без применения таких отделок полуфабриката, как стрижка и щипка, которые существенно снижают теплозащитные свойства меха.

#### *Список литературы*

1. Беседин А.Н. Товароведение и экспертиза меховых товаров: учеб. для вузов / А.Н. Беседин, С.А. Каспарьянц, В.Б. Игнатенко.- М.: Академия, 2007. - 232 с.
2. Закомурная Е., Стажкова Е. Мех: история, мода, практические советы. Издательство "Олма-Пресс", 2012. – 420 с.
3. Козюлина Н.С. Товароведение непродовольственных товаров: учебник / Козюлина Н.С. – М.: Дашков и К', 2012. – 367 с.
4. ГОСТ 23554.0- 79. Экспертные методы оценки качества промышленной продукции. Основные положения. – М.: Издательство стандартов, 1982.- 16 с.
5. ГОСТ 19878-74 Меха, меховые и овчинно-шубные изделия. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение. – М.: Издательство стандартов, 1975.- 16 с.

**УДК 663.93:658.56**

### **ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КОФЕ РАСТВОРИМОГО**

*А. Ярманова, А. Еременко, студенты*

*Научный руководитель: Е.В. Тяпкина, ст. преподаватель  
Сибирский университет потребительской кооперации, г. Новосибирск*

Статья посвящена вопросам физиологической ценности кофе, его свойствам. Проводится оценка качества кофе.

**Ключевые слова:** кофе, оценка качества, потребительские свойства

Кофе - популярный и любимый населением разных стран тонизирующий напиток. Кофе - очень распространенный напиток, нет такой страны, где бы ни употреблялся кофе. Даже на родине чая в Китае кофе пользуется большим успехом у населения. Широкое распространение кофе объясняется тем, что он обладает высокими вкусовыми качествами и благотворно влияет на организм человека. Кофе принадлежит к тем немногим культурам, которые определяли собой целые эпохи в экономическом развитии таких стран, как Бразилия, Колумбия, Эфиопия, Йемен, Гвинея и ряд других. В настоящее время на рынках России присутствуют различные продукты, имеющие в своем названии слово «кофе».

Физиологическая ценность кофе обусловлена содержанием в нем кофеина и других веществ, влияющих на нервную, сердечно-сосудистую и пищеварительную системы организма человека. Кофеин оказывает возбуждающее и бодрящее действие, улучшает обмен веществ, кровообращение, жизнедеятельность всех тканей организма. Однако при некоторых болезнях (атеросклероз, гипертония, гастрит, язва желудка и двенадцатиперстной кишки) он противопоказан. Сейчас кофеин с успехом применяется в медицинской практике при лечении многих заболеваний, входя в состав ряда лекарственных средств. Известно, что кофеин способствует разрушению витамина В2.

Различные виды и сорта кофе содержат в своем составе неодинаковое количество кофеина. Например, робуста содержит 1,8-3,0% кофеина, а либерийский (либерика) — 1,2-1,5%.

В качестве другого алкалоида, находящегося в кофе, можно назвать тригонеллин. В отличие от кофеина тригонеллин не возбуждает нервную и сердечно-сосудистую системы человека, но его значение так же велико, поскольку благодаря ему в процессе обжарки кофе приобретает те вкус и аромат, которые так любят поклонники кофе.

Помимо этого зерно кофе содержит теобромин (1,5-2,5 мг) и теофиллин (0,62 мг), которые также оказывают возбуждающее действие на нервную систему.

Органолептическая ценность кофе обусловлена экстрактивными веществами, переходящими в настой при варке, а также ароматическими парами. Большинство веществ, влияющих на вкус и аромат, в сыром кофе отсутствуют, а образуются лишь при обжарке. Кто видел зеленый кофе, должен знать, что на вкус он очень вязкий, в воде практически не разваривается, а аромат у зеленого кофе вообще отсутствует. Обжаривание кофе при температуре 180-220 °С вызывает появление темноокрашенных веществ в результате карамелизации сахаров и меланоидинообразования, а также образования летучих соединений: альдегидов, кетонов, спиртов, летучих кислот, формирующих кофейный аромат.

Род кофейного дерева *Coffea* насчитывает до 40 видов, из которых только три выращиваются в промышленных масштабах, в том числе кофе арабийский (*arabica*), либерийский (*liherica*) и робуста (*robusta*).

На семена вида *arabica*, имеющие однородный красивый зеленый цвет с синеватым или сероватым оттенком и дающие напиток нежного, приятного вкуса с тонким кофейным ароматом, приходится более половины мирового производства кофе. Длина зерен этого вида кофе составляет 9—15 мм, ширина — 8—10, толщина — 5—6 мм. Аравийское кофейное дерево выращивают в Центральной Африке и Южной Америке.

Менее распространенный вид кофе — *liherica*. По внешнему виду его зерна напоминают арабийский кофе, но несколько крупнее. Произрастает в основном на Западном побережье Африки.

*Robusta* имеет очень много разновидностей, в связи с чем качество кофе этого вида неоднородно — от низкого до хорошего. Семена кофе робуста

округлые, мелкие, желтого цвета различных оттенков и интенсивности, с высоким содержанием кофеина. Робуста — наиболее урожайный вид кофе, выращиваемый главным образом в Кении, Мадагаскаре, Индонезии, Индии и других регионах мира.

За последние годы, в связи с низкими таможенными пошлинами и огромным рынком потребителей, число импортеров кофе в Россию существенно увеличилось и многие из новых фирм-импортеров поставляют кофе нелегально. Поэтому возникают большие проблемы с качеством потребляемого населением, особенно растворимого кофе, в России.

Объектами исследования на разных этапах выполнения работы являлись:

Образец № 1. Кофе натуральный растворимый сублимированный «Jacobs Monarch» производства ООО «Крафт Фудс Рус», 198323, Российская Федерация, Ленинградская область, Ломоносовский р-н, производственная зона «Горелово», квартал №12, Волохонское шоссе, д. 7/1. ГОСТ Р 51881-2002. Масса нетто 75 г.

Образец № 2. Кофе натуральный растворимый сублимированный «Maxim». Россия, 199178, С-Петербург, наб.р. Смоленки, д.14, Масса нетто 50 г.

Образец № 3. Кофе натуральный растворимый сублимированный «Jockey». ООО «Инстанта рус». Россия, 194044, Санкт-Петербург, ул. Тобольская, 3. Масса нетто 95 г.

Образец № 4. Кофе натуральный растворимый сублимированный «Tchibo Gold». ООО «Чибо СНГ» Россия, 140304, Московская обл., г. Егорьевск, Касимовское шоссе, 34. Масса нетто 50 г.

Образец № 5. Кофе натуральный растворимый сублимированный «Nescafe Gold». ООО «Нестле-Кубань» 352700, Россия, Краснодарский край, г. Тималиевск, ул. Гибридная, д. 2 а. Масса нетто 95 г.

Оценка качества проводилось по следующим этапам::

- анализ состояния упаковки и маркировки по ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования»;
- оценка качества по органолептическим показателям по ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия»;
- определение внешнего вида и цвета по ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия»;
- определение запаха и аромата по ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия»;
- определение вкуса по ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия».

Для экспертизы отобранных образцов использовали органолептические методы исследования - определение значений показателей качества с помощью органов чувств.

Место проведения экспертизы - лаборатория кафедры товароведения потребительских товаров, технологии общественного питания и оборудования СибУПК.

Идентификация кофе растворимого по маркировке в соответствии с ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования» представлена в таблице 1.

Таблица 1

Идентификация кофе растворимого по маркировке

№ п/п	Требования по ГОСТ Р 51074-2003	Образец № 1 «Jacobs Monarch»	Образец № 2 «Maxim»	Образец № 3 «Jockey»	Образец № 4 «Tchibo Gold»	Образец № 5 «Nescafe Gold»
1.	Наименование продукта	100% Натуральный растворимый сублимированный кофе	100% Натуральный растворимый сублимированный кофе	100% Натуральный растворимый сублимированный кофе	100% Натуральный растворимый сублимированный кофе	100% Натуральный растворимый сублимированный кофе
2.	Наименование аромата	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
3.	Наименование и место нахождения изготовителя	ООО «Крафт Фудс Рус» 198323, Российская Федерация, Ленинградская область, Ломоносовский р-н, производственная зона «Горелово», квартал №12, Волохонское шоссе, д. 7/1	ООО «Орими Трейд». Россия, 194044, Санкт-Петербург, ул. Тобольская, 3.	ООО «Инстанта рус». РФ, Владимирская область, Александровский р-н, 601670, г. Струнино, ул. Толстого, 2а	ООО «Чибо СНГ» Россия, 140304, Московская обл., г.Егорьевск, Касимовское шоссе, 34	ООО «Нестле-Кубань» 352700, Россия, Краснодарский край, г. Тималиевск, ул. Гибридная, д. 2 а.
4.	Масса нетто	75 г.	95 г.	95 г.	50 г.	95 г.
5.	Товарный знак	«Jacobs Monarch»	«Maxim»	«Jockey»	«Tchibo Gold»	«Nescafe Gold»
6.	Состав продукта	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует	Отсутствует
7.	Пищевые добавки	Отсутствует	Отсутствует	Не содержит ГМО	Отсутствует	Отсутствует

Таким образом, маркировка на всех пяти образцах не соответствует ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования», в них отсутствует информация о составе продукта, а также в образце № 2 не правильно указана дата изготовления и дата упаковки, указан только месяц и год, а число не указано.

Сравнительная характеристика кофе растворимого по органолептическим показателям в соответствии с ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия», представлена в таблице 2.

Таблица 2

Сравнительная характеристика кофе натурального растворимого по органолептическим показателям

Наименование показателя	Требование ГОСТ Р 51881-2002	Кофе				
		Образец № 1 «Jacobs Monarch»	Образец № 2 «Maxim»	Образец № 3 «Jockey»	Образец № 4 «Tchibo Gold »	Образец № 5 «Nescafe Gold»
Внешний вид	Частицы плотной структуры различных форм и размеров с гладкой или слегка шероховатой поверхностью	Частицы плотные, различных форм и размеров, слегка шероховатой поверхностью	Частицы плотные, наличие треснутых расколотых зерен	Частицы плотные, различных форм и размеров, слегка шероховатой поверхностью	Частицы плотной структуры различных форм и размеров слегка шероховатой поверхностью	Частицы плотной структуры различных форм и размеров слегка шероховатой поверхностью
Цвет	От светло-коричневого, однородный по интенсивности	Темно-коричневый, однородный по интенсивности	Светло-коричневый, однородный по интенсивности	Светло-коричневый, не однородный по интенсивности	Темно-коричневого, однородный по интенсивности	Темно-коричневого, не однородный по интенсивности
Вкус и аромат	Выраженный, с различными оттенками, свойственный данному продукту. Не допускается посторонний вкус и запах	Выраженный свойственный данному продукту. Без посторонних вкусов и запахов	Слабый аромат и вкус	Вкус водянистый с посторонним ароматом	Выраженный свойственный данному продукту. Без посторонних вкусов и запахов	Вкус водянистый с посторонним ароматом

Таким образом, из таблицы 2 видно, что 3 образца не соответствуют ГОСТ Р 51881-2002. В образце № 2 обнаружено наличие треснутых расколотых зерен, присутствует слабый аромат и вкус. Образец №3 имеет вкус водянистый с посторонним ароматом.

Образец №5 имеет также вкус водянистый с посторонним ароматом, зерна неоднородные. Образцы 1 и 4 соответствуют ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия».

На основании проделанной работы можно сделать следующие выводы:

1. Пять исследуемых образцов кофе не соответствует по полноте маркировки ГОСТ 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования», в них отсутствует информация о составе продукта;

2. По органолептическим показателям три образца кофе растворимого не соответствуют ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия». В образце № 2 обнаружено наличие треснувших расколотых зерен, кофе имеет слабый аромат и вкус. Образец №3 имеет вкус водянистый с посторонним ароматом. Образец №5 также имеет вкус водянистый с посторонним ароматом, зерна неоднородные по размеру. Образцы № 1 и 4 соответствуют ГОСТ Р 51881-2002 «Кофе натуральный растворимый. Общие технические условия».

# SUMMARY

---

## SECTION 1

### **FUNDAMENTAL ECONOMIC SCIENCE «THE THEORY OF PUBLIC MANAGEMENT»: EXPLAINING THE TERM**

**K. S. Ainabek**, Doctor of Science of Economics, Professor  
Karaganda Economic University, Karaganda, Kazakhstan

The paper provides a review of literature; offers and explains the need for a new name of the fundamental economic on the basis of logical approach and research.

Key words: political economy, economy, economics, economic theory, theory of public management.

### **ACCOUNTING RECEIVABLES AND PAYABLES IN THE BUDGETARY INSTITUTIONS**

**Albert T.V.**, Master's Degree Student

*Supervisor:* Chistyakova O.A., Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article discusses the features of accounting payables and receivables in budgetary institutions, identifies the advantages of the chart of accounts ensuring specific analytical approach to accounting and considering accounts receivable in accounting statements.

Key words: accounting, accounts receivable, accounts payable, budget institutions, internal control.

### **«NEW SYNERGY»: THE WAY TO FOSTER ECONOMIC COOPERATION**

**Zh. A. Alzhanova**, Master's Degree Student

*Supervisor:* Yembekova M.O, Candidate of Science in History, Associate Professor  
New Economic University named after T.Ryskulov, Almaty, Kazakhstan

The relations between Kazakhstan and Turkey since the early days laid the foundation for the lasting friendship and constant communication. The unilateral and multilateral relations with Turkey originate from the common cultural and historical roots. The most important aspect of the two-way communication is the cooperation in trade and economic sphere. The main aspect in the development of trade and economic sphere is creating a strategic cooperation at a high level and developing a joint economic program called "New Synergy".

Key words: international organization, trade economic sphere, concept.

### **PAYMENT SCHEDULE: A WAY TO CONTROL A COMPANY'S LIABILITIES AND ENSURE ECONOMIC SAFETY**

**E.A. Astrakhantseva**, Candidate of Science in Economics  
Kazan Federal University, Kazan, Russia

The paper states that an increasing trend of mutual non-payments among enterprises, a rise in receivables and payables should lead to a wider use of such a tool as payment schedule in accounting.

Key words: economic safety, receivables and payables, payment schedule, accounting and analytical support.

## **RATIONALE FOR CORPORATE PORTAL AT «BULGARPIVO» JSC**

**A. Z. Badrutdinov**, Student

*Supervisor:* D.R. Grigorieva, Candidate of Science, Associate Professor  
Naberezhnye Chelny Institute, Kazan Federal University, Naberezhnye Chelny, Russia

The introduction of a corporate portal using 1C: Bitrix will allow employees to get information instantly and keep track of all updates, to cooperate with one another working on documents, provide video-conferencing and discussion opportunities, bring together a team in a social group. The head of the company will find it easier to set goals and keep records of the hours worked by the employees.

Key words: corporate portal, 1C: Bitrix, organizing remote work with documents.

## **IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF KOCHKOVSKOYE CONSUMER SOCIETY**

**E.N. Vasyakina**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

**A.S. Philippov**, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The authors offer the ways to improve the competitiveness of the cooperative consumer society Kochkovskoye based on the analysis of the material and technical resources and facilities, commercial activities of the company and competitive advantages of consumer cooperation.

Key words: competitiveness, commercial activity, procurement work, developing the range of goods, markets.

## **DEVELOPMENT OF CATERING CHAINS IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**E.M. Gurskaya**, Teaching Assistant

Belarus Trade and Economic University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The paper analyzes the issue of developing restaurant chains in the Republic of Belarus. On the basis of statistical data the author identifies the main trends in the catering market of the country in 2011-2015, the problems and measures taken to solve them in recent years.

Key words: industry, catering, development, restaurant business, trends.

## **THE SYSTEM OF MEETING THE NEED FOR PERSONNEL**

**A.S. Danilova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

**Ya.V. Kravchuk**, Student

Krasnoyarsk Institute of Railway Transport, Krasnoyarsk

The article considers different ways and sources of meeting the need for new personnel, their advantages and disadvantages.

Key words: personnel, need for personnel, meeting the need for personnel.

## **AUTOMATED TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING FOR OUTGOING INVENTORY**

**N. A. Dedkova**, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

New automated technologies help ensure the completeness, accuracy, timeliness and objectivity of the large amount of accounting information.

Key words: finished products, automated accounting technologies.

## **EVALUATION OF THE ORGANIC GROWTH POTENTIAL OF AN ENTERPRISE**

**E.V. Dragunova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia

The main approaches to defining an organic growth of an enterprise are suggested. The blogosphere Google Trends was used to analyze the time frame of interest (its emergence and its changes in time) to the topic of company growth in the Internet in Russia and abroad. The factors that determine the potential of organic growth are highlighted. Barriers to growth are classified. The main features of high-growth companies in Russia are considered. A model of growth including a matrix of control factors and determinants is provided.

Key words: organic growth, model of development, determinants of growth, high-growth companies.

## **DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN RUSSIA: IDENTIFYING THE PROBLEMS**

**E.V. Dragunova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
**P.V. Shterk**, Master's Program Student  
Novosibirsk State Technical University, Novosibirsk, Russia

The paper considers the methods of researching the problems of SMEs in Russia. The problems were identified with the help of logical framework approach and blogosphere analysis. As a result of the blogosphere analysis the main problems of SMEs in the Siberian federal District were singled out as well as the most popular topics about SMEs discussed in the Internet.

Key words: SMEs, logical framework approach, blogosphere.

## **DEVELOPMENT PROSPECTS OF ACTUARIAL ACCOUNTING IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

**O.Y. Dubrovskaya**, Senior Lecturer

Belarus Trade and Economic University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

In a market economy, commercial organizations have a need for accounting and analytical support for the process of equity buildup and reduction of financial risks. Traditional systems of accounting and analysis do not fully provide such information, which leads to the need to develop a special system of accounting and analytical support for capital management – actuarial accounting. Actuarial accounting is an accounting subsystem aimed at the up-to-date information on the potential benefits for an organization and the value of future cash flows. The article deals with the essence, purposes and users of actuarial accounting, as well as the directions of its development in the Republic of Belarus.

Key words: accounting, actuarial accounting, management system in an organization.

## **ECONOMIC ASPECTS OF STATE SOCIAL POLICY**

**E.B. Duplinskaya**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Siberian State Transport University, Novosibirsk, Russia

Despite several attempts of the Russian Government to improve the economic situation of socially disadvantaged groups, state social policy does not fully meet the requirements of a large part of the population of Russia.

Key words: social policy, economy, standard of living, quality of life.

## **DEVELOPMENT OF THE INFORMATION SYSTEM OF «ENERGOBANK» JSC**

**E. V. Dyakonova**, Student

*Supervisor:* O. A. Nikolaev, Teaching Assistant

Naberezhnye Chelny Institute, Kazan Federal University, Naberezhnye Chelny, Russia

One of the main ways to improve the efficiency of the banking sector in an increasingly competitive environment has become calculating monthly loan payment in case of early repayment. The problem is solved by improving the information system of the business process «Marketing».

Key words: online loan calculator, early repayment, marketing, bank.

## **THE INVESTMENT STRATEGIES FEATURES in THE ALTAI REPUBLIC**

**L.V. Ershova**, Post-Graduate Student

*Supervisor:* L.Y. Rusaleva, Doctor of Science in Economics, Associate Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The investment strategies of the Republic Altai focus on creating most favorable environment for starting and doing business in the region, as well as an effective system for attracting investment and supporting investment projects.

*Key words:* development strategy, investment project, tourism and recreation potential, relevant legal framework.

## **MARKETING AT AN ENTERPRISE: PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

**G.E.Zhumzhumayeva**, MA in Economics

The article examines effective marketing strategies allowing to achieve the purposes of an enterprise at all levels of management in the field of marketing.

*Key words:* marketing, development strategy, management, business philosophy.

## **ASSESSING THE FINANCIAL PERFORMANCE OF STATE-OWNED HEALTHCARE INSTITUTIONS**

**Zaytseva O. P.**, Doctor of Science in Economics, Professor

**Harlova T. V.**, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Developing financial analysis methods for healthcare institutions is a vital task as financial state assessment wasn't applied by budgetary organizations before. The authors offer the methodological approach to assessing the financial performance of budgetary healthcare institutions, which allows increasing efficiency and financial security, explaining the need for change in the type of an organization.

*Key words:* state-owned healthcare institutions, financial state, method of analysis.

## **PROSPECTS FOR COORDINATED DEVELOPMENT OF THE INFORMATION MANAGEMENT SYSTEMS AND THE CONTROLLING SERVICE OF AN ENTERPRISE**

**S. V. Zdrestova-Zakharenkova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian Federal University, Trade and Economics Institute, Krasnoyarsk, Russia

The main task of management is to coordinate the activities of functional departments through the efficient development of corporate information management systems and controlling service ensuring that information processes reflect real business processes in an enterprise.

*Key words:* controlling, responsibility centers, system, corporate information systems management solutions, business processes.

## **ACCOUNTING AND CONTROLLING CURRENT COSTS: METHODS OF OPTIMIZATION**

**A.V. Zmiyevski**, Senior Lecturer

**O.V. Uhanova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The article considers the main features of accounting and controlling the costs of current activities in trade organizations, their role in financial management. The main areas of algorithmization of analytical accounting of costs are described.

*Key words:* costs, income, analytical accounting, accounting policy, information, management, tax on profits.

## **ACCOUNTS RECEIVABLE AS AN OBJECT OF ACCOUNTING AND ECONOMIC CONTROL**

**E.N. Kislitsa**, Lecturer

Ussuriysk Agro-Industrial College, Ussuriysk, Russia

Any enterprise performing economic activities has accounts receivable and accounts payable. Accounts receivable have a direct impact on the solvency of the company. Accounting and control of receivables allows keeping track on liabilities and evaluating their impact on the solvency of the company.

Key words: accounts receivable, inventory.

## **ECONOMIC RISKS OF AN ORGANIZATION: METHODS OF CURRENT ANALYSIS**

**E.A. Kovalev**, Post-Graduate Student

*Supervisor:* E.G. Tolkachyova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Belarus Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The paper examines the main types of economic risks, offers the methods of current analysis based on the accounting (financial) statements. The criteria of grouping organizations depending on the level of economic risks are provided for developing the right development tactics and strategy, making the right decisions in the conditions of uncertainty.

Key words: economic risks, marketing risks, property risks, financial risks, uncertainty, analysis of economic risks

## **CONSUMER GOODS AND SERVICES MARKET**

### **IN THE REPUBLIC OF BELARUS: PRESENT DEVELOPMENTS**

**V.E. Kolesnikova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

**V.A. Miklushova**, Associate Professor

Belarus Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The article examines the current state and developments in the domestic market of consumer goods and services in the Republic of Belarus.

## **INTERNATIONAL TRADE IN THE REPUBLIC OF BELARUS IN 2000-2013**

**V.E. Kolesnikova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

**E.A. Bekerina**, Master's Course Student

**A.N. Chechunov**, Student

Belarus Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The article deals with foreign trade in goods and services in the Republic of Belarus in 2000 – 2013, its positive and negative development trends, the structure of the market of goods and services. The authors study the development of exportation and importation of goods: the main importing and exporting countries, the commodity structure of export and import operations. The biggest share in foreign trade is taken by mineral products, products of chemical industry, machines, equipment, and transport, black and non-ferrous metals. The authors provide recommendations on the ways to foster foreign trade growth in the Republic of Belarus, to increase exports, to reach a favorable balance of trade.

Key words: foreign trade activity, import, export.

## **ANALYSIS OF DEPOSIT BASE IN THE COMMERCIAL BANKS IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN**

**B.M.Kulbayeva**, MA in Economics, Senior Lecturer

Karaganda Economic University, Karaganda, Kazakhstan

The paper provides the results of analysis of deposits made by individuals and legal entities in commercial banks. The market depends a lot on the economic situation in the country. A big

part in the structure of deposits is deposits made by legal entities. As for the currency of deposits the changes are directly influenced by customer expectations and exchange rates.

Key words: commercial banks, deposits, rate of return, deposit-taking institutions.

### **IMPORTS AS A THREAT TO THE FOOD SAFETY OF RUSSIA**

**A.V. Kurdyumov**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia

The paper examines the need for rationalizing import substitution through state protectionism. The author analyzes the structural differences between imports and exports of major agricultural products and measures the level of food security of Russia on meat and meat products, milk and dairy products, specified in the Food Security Doctrine of Russia.

Key words: food safety, import substitution, food imports, state protectionism.

### **STATE REGULATION IN THE MODERN ECONOMY: METHODS TO ASSESS ITS EFFICIENCY**

**A.A. Kurilkin**, MA in Economics, Lecturer  
Karaganda State Industrial University, Temirtau, Kazakhstan

The article studies the state regulation of economy in various countries. The author examines the necessity of the state regulation of economy and proposes methods to estimate its efficiency.

Key words: state regulation of economy, efficiency of state regulation, indicators of state regulation efficiency.

### **EFFECTIVE METHODS OF NETWORK PLANNING: GANTT CHART**

**E.I. Leonenko**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
**I.N. Grigoriev**, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article discusses the benefits of network planning methods in an organization. The authors select the simplest and the most effective approach: drawing a Gantt chart and using it with the method of critical path analysis and event sequence diagram. This approach is considered on the example of creating a project of an online store "Computer Academy ArgunSoft".

Key words: network planning, schedule, Gantt charts, project.

### **ASSESSING THE INTERNAL FACTORS OF EQUITY BUILDUP IN AN ORGANIZATION**

**A.O. Lipskaya**, Post Graduate Student

*Supervisor:* E.G. Tolkachyova, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Belarus Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

On the basis of economic and legal literature the paper systematizes the internal and external factors rendering influence on the sources of equity buildup in an organization. The author analyses the reasons for changes of equity elements, proposes to expand the system of indicators of capital formation assessment, and provides models for assessing the influence of factors on the internal capital formation.

Key words: equity, internal factors equity buildup, coefficient of internal capital formation.

### **TAX AUDIT AND EXPERT EVALUATION IN THE BUSINESS DEVELOPMENT**

**E.N. Lishuk**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
**M.V. Batanova**, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Russia is characterized by a complicated system of taxation; a large number of arbitration cases on tax issues; substantial administrative, financial and legal sanctions for breaking tax

laws. Taxation has a big impact on company management. An amount of tax liabilities and risks determines financial stability. Any organization looks for methods and forms of protection aimed at reduction of negative outcomes connected with tax mistakes. The methods that can be used are tax audit and expert evaluation.

Key words: tax advice, tax audit, services, expert evaluation.

### **BALANCE BETWEEN EFFICIENCY AND MATURITY OF PROJECT MANAGEMENT IN A COMPANY**

**I.A. Maksimenko**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Siberian Federal University, Krasnoyarsk, Russia

The author shows that the possibility to use project management depends on the degree of readiness of a company to adopt the mechanisms of project management, i.e. organizational maturity. Dialectical unity of the concepts of "maturity" and "efficiency" provide the foundation for quality development of processes and tools of project management in a company.

Key words: project management, maturity level of project management, maturity model of project management, effectiveness of project management, processes and tools of project management.

### **MANAGING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF AN ORGANISATION: DEVELOPING STRATEGY FOR THE SERVICES MARKET**

**D.V. Matushkin**, 2<sup>nd</sup> year Post-Graduate Student

*Supervisor:* O.V. Konratyeva, Candidate of Science in Economics  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article substantiates the necessity of adapting the marketing strategy of a catering company to the changing market conditions. The author offers the sequence of market analysis steps and developing the strategic alternatives, describes applying the sequence in a particular company as an example.

Key words: competitiveness, marketing-mix, competitive advantages, marketing strategy.

### **DEVELOPING A STRATEGY FOR MANAGING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF A LAW COMPANY**

**D.V. Matushkin**, 2<sup>nd</sup> year Post-Graduate Student

*Supervisor:* O.V. Konratyeva, Candidate of Science in Economics  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article looks at the development of a strategy for managing competitive advantages of a law company with respect to the factors of its internal marketing environment and external factors.

Key words: competitiveness, external market environment, internal marketing environment, competitive advantages.

### **ANALYSIS OF EXTERNAL MARKET ENVIRONMENT AND COMPETITIVENESS OF A LAW COMPANY**

**D.V. Matushkin**, 2<sup>nd</sup> year Post-Graduate Student

*Supervisor:* O.V. Konratyeva, Candidate of Science in Economics  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article deals with the analysis of external market environment of a law company with respect to its competitiveness. The specific factors affecting the participants of the legal services market are demonstrated.

Key words: competitiveness, factors of macro environment, strategic groups, competition market forces, competitive advantages.

## **OPERATIVE MARKETING MIX FOR MANAGING COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE SERVICES MARKET**

**D.V. Matushkin**, 2<sup>nd</sup> year Post-Graduate Student

*Supervisor:* O.V. Konratyeva, Candidate of Science in Economics  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article considers the influence of the marketing mix on the competitive advantages of a company in a catering market. The author carries out a comparative research on developing the marketing-mix for a coffee house and a chain of coffee houses, analyzes competitive issues.

Key words: competitiveness, marketing mix, competitive advantages, marketing strategy.

## **APPROACHES TO DEVELOPING THE CHARTER CAPITAL AUDIT**

**O.V. Novolotskaya**, Student

*Supervisor:* **E.N. Lishuk**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Charter capital invested to the company by its owners is the main method of equity capital formation. Equity capital formation is regulated by laws and charter documents. The charter capital audit allows proving that equity capital is formed and changed in a legal manner, that settlements with founders are made fully and properly, that capital information is accurately shown in financial statements.

Key words: methods, audit, settlements with founders, approaches to developing audit methods.

## **COMPANY VALUE ASSESSMENT FOR IMPROVING MANAGEMENT EFFICIENCY**

**E.A. Novosyolova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

**A.M. Kozlyueva**, Student, Economist, Okhotnik LLC

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Making decisions based on the concept of company value management is aimed at maximizing the market company value determined by discounted future cash flows. The market company value can be influenced by investment projects in developing and launching new products, services, technological processes and equipment.

Key words: assessment, market value, business, management, efficiency.

## **THE PROBLEMS OF CHOOSING VALUE INDEXES IN THE SYSTEM OF ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT**

**O. E. Pirogova**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

St. Petersburg State University of Trade and Economics, St. Petersburg, Russia

The article examines the value approach to managing the development of an enterprise. The analysis of value types substantiates the use of fundamental value for the system of enterprise development management.

Key words: enterprise, value based management, value, market value, fundamental value, potential.

## **AUTOMATION OF ACCOUNTING IN CONSTRUCTION**

**E.V. Ponomareva**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The current economic crisis is affecting the construction industry. The paper deals with the issue of the relevance of accounting information for making management decisions aimed at ensuring the survival of construction companies in the changing market conditions.

Key words: construction companies, accounting information, accounting automation.

## **ASSETS USE INTENSITY: ANALYSIS METHODS AND EVALUATION INDICATORS**

**P. G. Ponomarenko**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor

**E.P. Ponomarenko**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Belarus Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The article reveals the essence and indicators for assessing the assets use intensity. The author offers two methods of analysing the intensity of assets use taking into account the information needs and objectives of internal and external users.

Key words: assets, business activity, intensity of use, turnover ratio, method of analysis, return on assets, solvency, the loop circuit, financial analysis.

## **ANALYSIS OF PAID MEDICAL SERVICES OF NOVOSIBIRSK TB RESEARCH INSTITUTE, NON-BUDGET DEPARTMENT**

**A. A. Popova**, Senior Lecturer

**E. O. Likhanova**, Student

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper deals with the results of analyzing the range of diagnostic laboratory services provided by non-budget department of Novosibirsk TB Research Institute. The authors substantiate the need for organizations providing paid medical services to individuals and legal entities to adapt to changing economic conditions.

Key words: assortment, medical services, non-budget department.

## **THE NEW ECONOMY TRENDS IN THE CONDITIONS OF GLOBALIZATION**

**A. Rustemova**, Student

*Supervisor:* Dorskaliyeva B.B., Doctor of Science in Economics, Professor  
Karaganda Economic University, Karaganda, Kazakhstan

The author of the article states that the model of new economy is accompanied by essential changes in economic reproduction conditions and corporate governance. The dynamic development of modern Kazakhstan in many respects depends on innovative systems and human potential.

Key words: new economy, innovation system, model, globalization, efficiency.

## **THE MARKET OF ADVERTISING SERVICES IN THE REPUBLIC OF BELARUS: CURRENT TRENDS**

**M.A. Samusenko**, Post-Graduate Student

*Supervisor:* T.N. Baybardina, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Belarus Trade and Economics University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The article analyzes the current trends and development priorities in the market of advertising services of the Republic of Belarus.

Key words: advertising market, advertising agency, advertisers, advertising services, Association of advertising organizations.

## **THE PROBLEMS OF ACCOUNTING AND CONTROLLING ACCOUNTS RECEIVABLE**

**A.A. Sandakov**, Post Graduate Student

*Supervisor:* S.D. Nadezhdina, Doctor of Science in Economics, Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper examines the acute issues of accounting and controlling receivables, stages of control in the movement of receivables.

Key words: account receivables, internal control.

## **THE ROLE OF SCIENCE IN THE INNOVATION ECONOMIES OF THE CIS COUNTRIES**

**M. Z. Smagulova**, Student

*Supervisor:* R. N. Nurgaliyeva, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
Karaganda Economic University of Kazpotrebsoyuz, Karaganda, Kazakhstan

Innovations in economy have been long associated with the steady growth of national economies of highly developed countries. This sector is gaining an increasing recognition and acceptance among former soviet counties. However, no innovations in economy are possible without significant scientific contributions. This paper examines the link between science and innovation economy via a thorough analysis of the economic environment in the Republic of Kazakhstan.

Key words: innovation economy, science, development, growth.

## **IMPROVEMENT OF THE PRODUCT PORTFOLIO OF LOCAL WHOLESALE BUSINESSES**

**L.M. Struminskaya**, Candidate of Science in Pedagogics, Associate Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article studies the method of forming the structure of the product portfolio for independent wholesale traders that provide full-cycle services on the local level. It is suggested to divide the assortment into three categories: minimal assortment, basic assortment, and additional assortment. The significance of including the additional assortment into the portfolio is discussed. The method of calculating the costs of processing additional assortment is described.

Key words: product portfolio, wholesale trade organization, assortment minimum, basic assortment, additional assortment, costs of assortment forming.

## **THE MECHANISM OF FOOD STAMPS IN CONSUMER COOPERATION**

**L.V. Sushkova**, Post-Graduate Student

*Supervisor:* Z.A. Kapeluk, Doctor of Science in Economics, Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Ensuring sustainable development and social stability is vital for the economy of Russia. The center and the regions of the federation are facing a choice of measures (including food stamps) for achieving this strategic aim. The effective use of food stamps is a key to an increase in demand for the goods made by consumer cooperatives.

Key words: plan of activities, sustainable economic, development, social stability, Strategy of trade development, food stamps, consumer cooperation, factors of consumer market development, trading system organizations.

## **DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTION IN THE FOOD SECURITY SYSTEM OF THE REGION**

**L.E. Tezina**, Post-Graduate Student

*Supervisor:* L.I. Zinina, Doctor of Science in Economics, Professor  
Mordovian State University named after N.P. Ogarev, Saransk, Russia

The effective development of agriculture is paid special attention to. Traditionally, the Republic of Mordovia is considered an agrarian region, suggesting that the agriculture and the industries processing agricultural products are rather developed. The author uses statistical methods to analyze the agricultural production of the region, to assess its development and the place Mordovia takes among the regions of the Volga Federal District.

Key words: agricultural products, level of crop yield, productivity.

## **DEPOSITS OF THE POPULATION IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN: CURRENT TRENDS AND INVESTMENT PREFERENCES**

**A.K. Tussayeva**, Candidate of Science in Economics, Associate Professor  
New Economic University, Almaty, Kazakhstan

The article analyzes the deposit market in the Republic of Kazakhstan and the factors influencing investment preferences of the population. The popularity factor of deposits is examined and compared with other financial market instruments. Also, attention is paid to the currency preferences of depositors.

Key words: deposits, popularity factors of a deposit among the population, the current state of the deposit market, currency preference for depositors.

## **INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE REPUBLIC OF BURYATIA, THE IRKUTSK REGION AND THE ZABAYKALSKY KRAI**

**D.Z. Ubonova**, Economist  
Department of Regional Economic Studies, the Buryat Scientific Centre,  
SB of the RAS, Ulan-Ude, Russia

The article analyzes the factors that determine the investment attractiveness of the Russian Federation entities located in the Baikal region. The author provides an estimation of the investment potential and the investment risk of the regions.

Key words: regions of Russia, investment potential, investment risk, investment climate.

## **ANALYSIS OF THE MOBILE APPLICATIONS MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**G. R. Khosnullina**, Student

*Supervisor:* Lysanov D.M., Candidate of Science in Engineering, Associate Professor  
Naberezhnye Chelny Institute, Kazan Federal University, Naberezhnye Chelny, Russia

The growth of the mobile market promotes the growth of a new market of mobile applications. In the coming years, this segment promises to be one of the most profitable and attractive to investors.

Key words: mobile application, advance, price increase.

## **FORECASTING BUDGET INVESTMENTS**

**M.K. Chernyakov**, Doctor of Science in Economics, Professor  
Siberian University of Consumers Cooperation, Novosibirsk, Russia  
**M.M. Chernyakova**, Candidate of Science in Economics  
Siberian Institute of Management, Novosibirsk, Russia

The article states that forecasting the budget takes the main place in the financial management system of the administration. The article analyzes the investment market of the Novosibirsk region by the form of ownership and the funding source. The authors propose measures to improve the accuracy of forecasting budget investments.

Key words: budget, forecasting, investments, budget expenditure.

## **INTERNAL CONTROL IN CONSUMER COOPERATIVES**

**Y.P. Shakhova**, Post-Graduate Student  
*Supervisor:* O.P. Zaytseva, Doctor of Science in Economics, Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper examines the main stages in the development of internal control in consumer cooperation. The author identifies the drawbacks in the current system of control and substantiates the necessity to use analytical procedures in the system of internal control of cash flows.

Key words: consumer cooperation, system internal control, cash flow, analytical procedure.

**PROMOTION BY CREATING A WEBSITE  
OF THE COMPANY «LEONI (RUS) »**

**L.D. Yamalutdinova**, Student

*Supervisor:* O. A. Nikolaev, Teaching Assistant

Naberezhnye Chelny Institute, Kazan Federal University, Naberezhnye Chelny, Russia

Creating a small company website of «LEONI (RUS) » is aimed at providing the information about the company for customers and potential employees, promoting the goods of the company and maintaining its positive image.

Key words: a website, marketing, promotion.

---

**SECTION 2**

**THE LEGAL STATUS OF BUSINESS ENTITIES**

**Aksenova T.V.**, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

More effective legal regulation of entrepreneurship in the transition period is impossible without understanding the existing features of the legal status of businesses, the definition of the concept of these entities. The author shows the correlation between the terms "the subject of business law", "business entity relationship", "business entity" and "entity" in domestic and foreign legislation and law science. The author analyzes the main characteristics of businesses, explores the various classifications of these persons, makes conclusions on the status of the data of the subjects.

Key words: subject of business law, subject of the business relationship, subject of entrepreneurship.

**SPECIFIC FEATURES OF LAW TRAINING IN BAVARIA (GERMANY):  
THE FINAL (QUALIFICATION) EXAMINATION**

**R.V Antropov**, Candidate of Science in Law, Associate Professor

Zabaikalsky Entrepreneurship Institute, Siberian University of Consumer Cooperation,  
Chita, Russia

Germany is actively involved in the creation of a single European system of education at the universities in the framework of Bologna process, but it still practices a degree examination (State Exam) in law educational, the content and the procedure of which are significantly different from the European examination standards.

The article describes the distinctive features of the state assessor examination in Germany as a form of admission to the legal profession; the difficulties and problems related to the exam; the development prospects of law education in Germany/

Key words: law education in Germany; the state assessor examination; specific features of lawyers.

**PROSECUTOR PROTEST HOV ACT RESPONSE ON  
VIOLATION CONSTITUTIONAL PERMISSIONS CITIZEN**

**A.N. Berglesov**, Teaching Assistant

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article analyzes the practice of public prosecutor protests against laws violating rights and freedoms of citizens; provides statistics about the number of protests brought by the public prosecution service of the Novosibirsk regions, and gives recommendations on improving the public prosecutor's supervision.

Key words: public prosecutor's supervision, rights and freedoms of citizens, acts of prosecutor response.

## **MONITORING AND CONTROL IN THE SPHERE OF THE NATIONAL PAYMENT SYSTEM**

**Bogdanova N.A.**, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperatives, Novosibirsk, Russia

The article analyzes monitoring and control in the sphere of the national payment system, the functions of the Central Bank of Russia in the field of supervision including measures of enforcement and compulsion.

Key words: national payment system, monitoring and control, the Central Bank of Russia, functions of the Central Bank of Russia.

## **LAW SCIENCE AS A LEGAL BASIS FOR ENSURING THE MODERNIZATION OF THE ADMINISTRATIVE TERRITORIAL STRUCTURE OF UKRAINE**

**Guban R.V.** Candidate of Science in Law, Associate Professor

National Pedagogical University of Dragomanov, Kyiv, Ukraine

The article analyzes the administrative territorial structure of Ukraine and its drawbacks.

The conclusion is made that with the help of law science it is possible to modernize the administrative territorial structure of the state, which will be the basis for the reform of the local authority bodies.

Key words: administrative territorial entity, administrative territorial structure, city, town, village.

## **LEGAL ASPECTS OF INTRODUCING REGULATORY IMPACT ASSESSMENT OF LEGAL DRAFTS IN LOCAL GOVERNMENT**

**A.B. Didikin**, Candidate of Science in Law, Senior Researcher

Institute of Philosophy and Law, SB RAS, Novosibirsk, Russia

The paper is devoted to the legal aspects of introducing the mechanism of regulatory impact assessment of drafts of municipal legal acts in local government since 2015. The legal basis for the use of regulatory impact assessment with the participation of entrepreneurs and associations is analyzed. The author defines the regulatory impact assessment, types of legal acts and regulated social relations, addresses issues of entrepreneurial and investment activities .

Key words: regulatory impact assessment, public consultation, the authority, the developing body, conclusion on the regulatory impact assessment.

## **INTRODUCTION OF CERTIFICATELESS NON-ISSUE SECURITIES**

**Zinoviev K.S.**, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article raises some problematic issues of application of the certificateless form of the non-issue securities, correlation between certified and certificateless securities in the Russian law and in practical use in economic activities. The conclusion is made that certificateless non-issue securities should not be introduced.

Key words: securities, reform of civil law, certificateless securities, non-issue securities, types of securities, owners and holders of securities, objects of civil rights.

## **LEGAL REGULATION OF LOCAL AUTHORITIES ACTIVITIES IN CONSUMER RIGHT PROTECTION**

**Ya.N. Kirova**, Teaching Assistant

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article analyzes consumer right protection by local authorities. The author offers measures to increase the efficiency of consumer right legislation.

Key words: consumer right protection, local authorities.

## **THE USE OF INTER-BUDGET TRANSFERS FOR BALANCING LOCAL BUDGETS**

**Kiseleva E.I.**, Candidate of Science in History, Associate Professor

The author of the article considers the use of inter-budget transfers for balancing local budgets.

Key words: municipalities, local budget, inter-budget transfers, subsidies.

## **THE PRINCIPLE OF DUAL CITIZENSHIP: LEGAL REGULATION AND IMPLEMENTATION ISSUES**

**N.V. Kozlova**, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The legal regulation of the principle of dual citizenship differs in international law and the Russian law, although there are some similarities. There are some problems connected with the implementation of this principle in practice due to gaps in the legislation.

Key words: dual citizenship, nationality, legal regulation of citizenship, the problem of dual citizenship.

## **THE INTERACTION OF THE GOVERNMENT BODIES OF THE RUSSIAN FEDERATION ENTITIES AND LOCAL AUTHORITIES**

**N.V. Kuleshova**, Candidate of Science in Law, Associate Professor

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper examines new principles and forms of interaction of federal, regional, local authorities which are the result of recent reforms of government and local authorities. Many aspects having impact on that interaction are not regulated in legislation.

Key words: local authorities, government bodies of the Russian Federation entities, interaction, reforms.

## **MODERNIZATION OF LEGISLATIVE ACTS OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION**

**P.G. Nelyubin**, Student

*Supervisor:* A.N. Berglesov, Teaching Assistant

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article deals with the modernization of regulatory legal acts of the Eurasian Economic Union.

Key words: regulatory legal act, the Eurasian Economic Union (EAEU).

## **THE MECHANISM OF ADMINISTRATIVE AND LEGAL REGULATION OF THE APPEAL RIGHT OF INDIVIDUALS AND LEGAL ENTITIES**

**D.G. Nilov**, Teaching Assistant

Belarus Trade and Economic University of Consumer Cooperation, Gomel, Belarus

The article analyzes the mechanism of administrative and legal regulation of the right of citizens and legal entities to appeal, defines this phenomenon and studies its structure. The mechanism of administrative and legal regulation of the public appeal right is a system of interdependent and interrelated administrative and legal means regulating social relations arising from implementing the right to appeal in accordance with the objectives and principles of the law-governed state. The author describes the structure of such a mechanism including norms of law, legal relations and legal acts of law.

Key words: public appeal, the mechanism of administrative and legal regulation, norms of law, legal relations, legal acts of law.

## **CONFISCATION OF PROPERTY AS FINANCIAL SANCTIONS IN THE CRIMINAL CODE OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**M.N. Sutturina**, Candidate of Science in Law, Associate Professor  
Zabaikalsky Entrepreneurship Institute, Siberian University of Consumer Cooperation

**A.S. Zhukova**, Senior Lecturer  
Zabaikalsky State University, Chita, Russia

The confiscation of property as a form of additional criminal penalties has existed in the criminal law in Russia for a long time. It was widely used since 1960. In the modern criminal law this measure has criminal nature and its scope has changed. The author substantiates the need for analyzing current legal regulations in the sphere of property confiscation, the aims of using this penalty in accordance with the Criminal Code of the Russian Federation.

Key words: state, law, additional criminal penalty, confiscation, legal nature, international acts, improvement of legislation, prevention and fight against crime.

---

## **FIRST STEPS IN SCIENCE**

---

### **ASSESSMENT OF SANITARY AND HYGIENE PROPERTIES OF AIR IN COLLEGE**

**I. A. Afanasyev**, Student

**K. A. Dolgopyatova**, Student

*Supervisor:* **M. A. Filonenko**, Teacher, Head of Laboratory  
Novosibirsk College of Catering and Service, Novosibirsk, Russia

Favorable environment in educational institutions is a necessary condition of the educational process. One of the parameters significantly affecting the health of students is a microbial contamination of the air.

Key words: educational institution, total bacterial count, air.

### **MARSHES ARE THE LUNGS OF OUR PLANET**

**A. I. Beresnev**, Student

*Supervisor:* G.N. Dolenko, Doctor of Science in Chemistry, Professor  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk

The origination and classification of wetlands, its influence on various climatic, geographic and agrochemical factors are considered. The role marches in the gas balance of the Earth's atmosphere is discussed.

Key words: marsh, bog, flora, fauna, planet's lungs, hydrology, soil erosion, sustainability of bogs, peat, hydro-mineral nutrition, chemiluminescence, methane emission.

### **QUALITY EVALUATION OF PERFUMES**

**S.S. Gladysheva**, Student

**A.V. Lokosova**, Student

**A.V. Kosykh**, Student

*Supervisor:* M.V. Sevostyanova, Senior Lecturer  
Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper presents the results of evaluation of the quality of perfumes.

Key words: evaluation of quality, fragrance products.

### **INFORMAL GROUPS (SECTS)**

**A.A. Ermolayeva**, Student

**M.V. Stepanenko**, Student

*Supervisor:* I.N. Chernovol

Novosibirsk College of Chemistry and Technology, Novosibirsk, Russia

The paper describes the nature of sects, their types, their past and present in Siberia and Novosibirsk. Destructive sects are analyzed as well the ways to fight them and preventive measures for young people.

Key words: sect, cult, destructive sect, informal groups, nontraditional religion.

### **SHOWER GELS; HISTORY OF DEVELOPMENT AND EVALUATION OF QUALITY**

**V. Kozupitsa**, Student

**N. Ladina**, Student

**K. Rozikova**, Student

*Supervisor:* M.V. Sevostyanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper presents the results of evaluation of the quality of shower gels.

Key words: evaluation of quality, shower gels.

### **QUALITY ASSESSMENT OF COOKED SAUSAGE PRODUCTS SOLD IN THE CONSUMER MARKET OF NOVOSIBIRSK**

**A. Kokorina**, Student

*Supervisor:* E.B. Tabala, Candidate of Science in Engineering

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The article presents the results of quality assessment based on analyzing the organoleptic properties of cooked sausage products offered for sale in the consumer market of Novosibirsk.

Key words: cooked sausage products, quality assessment.

### **THE PRINCIPLES OF FORMATION OF CONSUMER PROPERTIES OF SAUSAGE PRODUCTS**

**A.V.Kutsova**, Student

*Supervisor:* **Z.R. Saifulina**, Candidate of Science in Engineering

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

Due to the introduction of the new state standards for cooked sausage products there are changes in the manufacturers' recipes. The authors explain the main principles of formation of consumer properties of sausages.

Key words: sausages, category, classification, technological features, consumer properties.

### **THE INNOVATIVE TECHNOLOGY OF SOUS VIDE - THE TECHNOLOGY TO USE AT THE TIME OF CRISIS**

**M.A. Novoselova**, Student

*Supervisor:* E.A. Granina, Teacher

The Novosibirsk Technological College of Catering, Novosibirsk, Russia

The technology Sous Vide is described as one of the main resource-saving technologies for the production process. The technology can prove to be especially efficient for restaurant business at the time of crisis.

Key words: innovative technologies, resource saving technology, Sous Vide, economic efficiency of the method.

## **LOW-CALORIE FRUIT AND BERRY FILLINGS FOR CONFECTIONERY**

**A. O. Moiseeva**, Student

**C. C. Velikanov**, Student

*Supervisors:* **M. A. Filonenko**, Teacher, Head of Laboratory

**L. V. Yakutina**, Teacher

Novosibirsk College of Catering and Service, Novosibirsk, Russia

The earth's population is rapidly putting on weight. A rational and balanced diet is one of the priorities in public catering. The authors offer low-calorie fruit and berry fillers the taste of which does not differ from the modern sweet fruit and berry fillings.

Key words: diet, fruit and berry fillers, food additives.

## **THE INFLUENCE OF FABRIC COMPOSITION ON CONSUMER PROPERTIES OF CHILDREN'S CLOTHES**

**K.K. Popova**, Student

*Supervisor:* E.A. Rubashanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper presents the results of research on the influence of fabric composition on consumer properties of children's clothes. Children's clothes made from natural fabrics meet requirements to consumer properties..

Key words: fiber, consumer properties, quality, children's clothes.

## **EVALUATION OF THE QUALITY OF FUR WOMEN'S CLOTHING**

**A. Chernoskutova**, Student

*Supervisor:* M.V. Sevostyanova, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper presents the results of evaluation of the quality of fur products.

Key words: quality assessment, fur products.

## **EVALUATION OF THE QUALITY OF INSTANT COFFEE**

**A. Yarmanova**, Student

**A. Yeremenko**, Student

*Supervisor:* **E.V. Tyapkina.**, Senior Lecturer

Siberian University of Consumer Cooperation, Novosibirsk, Russia

The paper presents the results of evaluation of the quality of instant coffee.

Key words: coffee, quality evaluation, consumer properties

Научное издание

## ДНИ НАУКИ – 2015

СБОРНИК ТРУДОВ VI ВСЕРОССИЙСКОЙ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ  
С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ

Часть 1

17–20 марта 2015

*Издается в авторской редакции*

Подписано в печать 12.03.2015. Формат 60x84/16. Бумага офсетная.  
Тираж 500 экз. Печ.л. 25,75. Уч.-изд. л. 24,93. Заказ № 96.

---

Типография Сибирского университета потребительской кооперации.  
630087, Новосибирск, пр. К. Маркса, 26