

Финансовая Жизнь

Возрождение
издания 1914 г.

Периодическое научно-практическое издание

№ 3, 2011 г.



Журнал

«Финансовая жизнь» —
это периодическое научно-
практическое издание
для руководителей
и специалистов
коммерческих компаний,
банков, преподавателей,
аспирантов и студентов
экономических факультетов
и специальностей.

Целью журнала является
объединение профессионалов
финансовой, банковской
и налоговой сферы, а
также сближение науки,
образования и бизнеса.

РЕДКОЛЛЕГИЯ

Сегаль Е.М.,
к.э.н. (главный редактор)

Кириллова А.А.
(заместитель главного редактора)

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Якутин Ю.В.,
д.э.н., проф., заслуженный деятель науки
РФ, президент Университета менеджмента и
бизнес-администрирования (председатель)

Адамов Н.А.,
д.э.н., проф., зав. кафедрой «Финансовый
менеджмент и налоговый консалтинг»,
Российский университет кооперации

Бариленко В.И.,
д.э.н., проф., зав. кафедрой «Экономический
анализ» Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации

Амутинов А.М.,
д.э.н., проф., заслуженный экономист
Российской Федерации

Богатова Е.Р.,
к.э.н., ген. директор ЗАО «Русское золото»

Винслав Ю.Б.,
д.э.н., проф., гл. редактор журнала
«Менеджмент и бизнес-администрирование»

Грязнова А.Г.,
д.э.н., проф., президент Финансового
университета при Правительстве Российской
Федерации, президент Гильдии финансистов

Дорофеева Н.А.,
д.э.н., проф. Российского университета
кооперации

Козенкова Т.А.,
д.э.н., проф., заслуженный экономист
Российской Федерации

Кривошей В.А.,
д.э.н., ректор Российского университета
кооперации

Мельник М.В.,
д.э.н., проф., научный руководитель
Межвузовского научно-методического
центра Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации

Морыженков В.А.,
д.э.н., проф., научный руководитель
Международной бизнес-школы
ГУУ Executive MBA LWB

Новиков Д.Т.,
д.э.н., проф., главный научный сотрудник
Института ИТКОР

Осипенко Т.В.,
к.э.н., вице-президент ОАО «Всероссийский
банк развития регионов»

Павлова Л.П.,
д.э.н., проф., директор Центра научных
исследований и консультаций по налоговым
проблемам Финансовой академии при
Правительстве Российской Федерации,
заслуженный деятель науки Российской
Федерации

Проценко О.Д.,
д.э.н., проф., проректор АНХ при
Правительстве Российской Федерации,
заслуженный экономист Российской
Федерации

Рагимов Ф.И.,
д.э.н., проф., зам. генерального директора
ОАО «МГТС»

Сарибекян В.Л.,
к.э.н., руководитель Практики налогового
и правового консультирования Группы
компаний «ЭНЕРДЖИ КОНСАЛТИНГ»

Суглобов А.Е.,
д.э.н., проф., заслуженный экономист
Российской Федерации

Тетерятников К.С.,
к.ю.н., советник Президента
ОАО «Банк ВТБ»

Чернышев В.Е.,
к.э.н., директор по финансовым вопросам
ЗАО «Банк Русский Стандарт»

Щедров В.И.,
д.э.н., зам. генерального директора
World Trade Center Moscow

Эльвартынова И.В.,
д.э.н., действительный член (академик)
Международной академии
менеджмента

Содержание 3-го номера журнала «Финансовая жизнь», 2011 г.

Письмо редактора

Реклама

Требования к статьям

стр. 4—5

УЧЕТ

стр. 6—15

Бухгалтерский и налоговый учет лизинговых операций

*Парасоцкая Н.
Солодовник Д.*

В России доля лизинга, по данным рейтингового агентства «Эксперт РА», в общих инвестициях составляет лишь 10%, в США же она достигает почти 35%. Вследствие этого, являясь молодым явлением, сделки лизинга еще не получили четкую законодательную регламентацию. Это приводит к тому, что организации сталкиваются со сложностями при проверках органами учета лизинговых сделок. Поэтому в данной статье будут рассмотрены некоторые актуальные вопросы налогового и бухгалтерского учета лизинговых операций.

Управленческий учет фармацевтических производственных организаций: сегментация клиентов

Горлов В.

В роли исходных данных для проведения сегментации клиентов выступают первичные данные бухгалтерского учета и аналитический материал по объему продаж по каждому клиенту фармацевтических производственных организаций. Для определения приоритетности сегментации клиентов можно использовать методику «ABC-анализа» и «Активность клиента».

НАЛОГИ

стр. 16—23

Проблемы учета и налогообложения операций по договорам простого товарищества

*Парасоцкая Н.
Зими́на Ю.*

Шарафуллина А.

В статье рассмотрены основные спорные моменты бухгалтерского и налогового учета хозяйственных операций, осуществляемых в рамках договора простого товарищества. Проанализированы возможные

пути налоговой оптимизации, позволяющие законным образом снизить налоговую нагрузку организаций. Выявлены ситуации, при которых налоговая оптимизация переквалифицировалась в налоговое злоупотребление.

Налоговый контроль: проблемы и пути решения

Слободчиков Д.

Создание надежной экономической системы как фундамента успешного функционирования любой страны и граждан, ее населяющих, своевременное пополнение финансовыми средствами всех уровней бюджетной системы страны немыслимы без сформированного и эффективно действующего механизма налогового контроля, что требует рассмотрения методов повышения эффективности налогового контроля.

ФИНАНСЫ

стр. 24—53

Методика анализа финансовой устойчивости предприятия

*Погодина Т.
Бубнов М.*

В период финансового кризиса основной задачей стало определение уровня финансовой устойчивости предприятия. Устойчивость служит индикатором выживаемости предприятия. Автором статьи рассмотрена методика анализа финансовой устойчивости предприятия.

Стратегическое управление на предприятиях радиоэлектронной промышленности

*Горшкова Л.
Поплавская В.*

На основе использования методов опроса руководителей, анкетирования специалистов проведена оценка практики реализации стратегического управления на предприятиях радиоэлектронной промышленности, определены причины несоответствия указанного вида деятельности современным требованиям.

Классификация инвестиционных фондов

Магадова С.

В России существует две разновидности инвестиционных фондов, но паевые инвестиционные фонды имеют больший потенциал развития. Автором статьи рассмотрены основные разновидности паевых инвестиционных фондов и особенности управления ими.

Факторы, оказывающие влияние на формирование пакета клиентоориентированных услуг в финансовой организации

**Алеханова Е.
Магадова С.**

Эффективность участия населения в финансовых программах зависит от их финансовой грамотности. Авторами статьи рассматриваются факторы, которые оказывают влияние при выборе финансовых услуг населением.

Снижение расходов — эффективная мера управления в условиях кризиса компании

Халил Р.

Сокращение расходов — эффективный механизм, который позволяет управлять компанией в условиях кризиса. В статье приводятся различные виды классификации расходов, предлагаются способы их сокращения, уточняется связь между звеньями системы затрат компании.

Механизм взаимодействия субъектов национальной инновационной системы России

**Суглобов А.
Мацкевич Д.**

В статье рассматриваются субъекты национальной инновационной системы, представленные в виде государства, частнопредпринимательского сектора, а также сектора высшего образования. Определяются отношения, возникающие в процессе взаимодействия субъектов национальной инновационной системы России.

КОРПОРАЦИИ стр. 54—65**Методика прогнозирования финансовой устойчивости интегрированных предпринимательских структур**

Мельцас Е.

Финансовая устойчивость выступает эффектом финансовой мощности интегрированной предпринимательской структуры. В статье рассматривается методика прогнозирования и методы повышения финансовой устойчивости интегрированных предпринимательских структур.

Сущность финансовой логистики в холдингах

Сваталова Ю.

Важную роль в достижении холдингом поставленной стратегической цели играет проведение единой финансовой политики. Автор статьи рассмотрена сущность создания системы управления финансовыми потоками логистической системы группы компаний.

Принятие стратегических решений в промышленных корпорациях на основе нечетких множеств

**Астахов А.
Доброва К.**

Рассмотрены пути решения задачи управления рисками при диверсификации бизнес-портфеля инновационных корпораций.

АУТСОРСИНГ стр. 66—73**Переход на аутсорсинг. Как избежать ошибок и минимизировать риски при работе с провайдером**

Рыбкина Е.

В данной статье рассмотрены основные ошибки при реализации аутсорсинговых проектов. Даны практические рекомендации по построению отношений с компанией-провайдером.

Место России на глобальном рынке аутсорсинговых услуг

Кириллова А.

Активное использование глобального аутсорсинга как инструмента менеджмента привело к тому, что на мировой карте мира появились страны — лидеры по предоставлению данного вида услуг. Шансы России занять лидирующие позиции в данном сегменте рынка ранее оценивались как очень высокие. Однако на данный момент Россия не входит в число стран — поставщиков аутсорсинговых услуг. Автор статьи рассмотрены основные причины сложившейся ситуации и даны рекомендации по выработке новой стратегии развития для аутсорсинговых компаний, планирующих выход на международный рынок.

ОБРАЗОВАНИЕ стр. 74—81**Возможности адаптации зарубежного опыта преподавания учебной дисциплины «Корпоративные финансы» в российских вузах**

Лысова Н.

В статье раскрывается вопрос преподавания тех или иных экономических дисциплин. Автором проведено исследование основ зарубежного корпоративного права существующего законодательства Российской Федерации, а также опыта преподавания финансовых дисциплин и анализа используемой литературы по корпоративным финансам.

Обучение персонала, обслуживающего сферу закупок, на примере Европейского института управления закупками

(По материалам зарубежной прессы)

ПРОБЛЕМЫ стр. 82—90**К вопросу о создании Международного финансового центра в Москве**

Тетерятников К.

Создание Международного финансового центра поможет привлечь инвестиции в российскую экономику, максимально эффективно использовать потенциал фондового рынка для выполнения государственных экономических и социальных задач. Автор статьи рассмотрены общие тенденции и ключевые направления вопроса создания Международного финансового центра в Москве.

Перспективы переработки бытовой электроники в РФ. Роль государства и розничных сетей

**Брыкин А.
Семчук И.**

Для Российской Федерации переработка и грамотная утилизация — абсолютно новое направление в области охраны окружающей среды. От того, как оно будет поддержано государством и розничными сетями, зависит эффективность его развития.

Уважаемые читатели!



Современный подход к образованию за последние десятилетия претерпел ряд изменений. Это связано с развитием экономики и общества, усилением процессов глобализации. Образование через всю жизнь тренд не новый, но в последние годы изменилась его суть. Часть выпускников высших учебных заведений отучились в зарубежных университетах по обмену в течение одного или нескольких семестров. Некоторые учатся

параллельно по нескольким специальностям. Благодаря новым общественным явлениям появилось большое число бесплатных открытых мероприятий и лекций, что позволяет расширить свой кругозор вне зависимости от социального положения. По окончании университетов такие выпускники или продолжают свое образование за рубежом, поступая на магистратские или исследовательские программы, или строят карьеру в крупных компаниях. Многие задумываются над получением степени MBA.

Таким образом, карьера и образование планируется еще с младших университетских курсов. Молодые люди знают к какому возрасту они хотят свободно владеть несколькими языками, иметь дипломы престижных университетов. Все это придает уверенность в завтрашнем дне и делает более насыщенным и интересным день сегодняшний.

В мире существует большое количество грантовых и конкурсных программ, которые позволяет проявить себя.

Журнал «Финансовая жизнь» тоже организовал свой конкурс для того, чтобы молодые финансисты смогли поделиться своими исследованиями, обсудить интересные вопросы с коллегами и старшими наставниками. Мы стремимся сделать мир финансов более открытым и понятным. Поэтому публикуем в этом номере первые работы по промежуточным итогам нашего конкурса. Конкурс продолжается и редакция ждет Ваши статьи!

Главный редактор журнала
Евгения Сегаль

Требования к статьям

1. Для оптимизации редакционно-издательской подготовки редакция принимает от авторов рукописи и сопутствующие им необходимые документы в следующей комплектации (все позиции обязательны):

1.1. Квитанция о подписке на журнал «Финансовая жизнь» на текущее или следующее полугодие (без подтверждения оформленной подписки материалы к рассмотрению не принимаются).

1.2. Отпечатанные (четкой качественной печатью на белой бумаге) два экземпляра рукописи, сшитые отдельно скрепкой. Объем статьи — 7—10 страниц (примерно 12 000—15

000 знаков с пробелами); научного сообщения — до 3 страниц (6000 знаков с пробелами). Требования к компьютерному набору: формат A4; кегль 12; шрифт Times New Roman; межстрочный интервал 1,5; нумерация страниц внизу по центру; поля: слева 30 мм, справа — 10 мм, от верхней и нижней строки текста до границы листа — 20 мм.

Распечатка рукописи должна быть подписана автором с указанием даты ее отправки.

1.3. Отпечатанные (четкой качественной печатью на белой бумаге) сведения об авторе: Ф.И.О. (полностью), ученая степень, научное звание,

должность, место работы, адрес электронной почты и телефон для связи (все параметры обязательны); название статьи и количество знаков с пробелами.

1.4. CD-диск с электронным вариантом рукописи в Word (файлу присваивается имя по фамилии автора с указанием количества знаков с пробелами, например: «Иванова 12779») и (отдельным файлом с именем в формате «Иванова») сведениями об авторе: Ф.И.О. (полностью), ученая степень, научное звание, должность, место работы, электронная почта, телефон для связи (все параметры обязательны). Статья на бумажном носителе должна полностью соответствовать рукописи на электронном носителе.

Объявлен XV юбилейный Всероссийский конкурс научных работ молодежи «Экономический рост России» среди научных сотрудников, аспирантов, соискателей научно-исследовательских институтов и высших учебных заведений России; студентов и слушателей вузов; учащихся общеобразовательных и экономических школ, лицеев и колледжей России



В октябре 2011 года стартовал XV юбилейный Всероссийский конкурс научных работ молодежи «Экономический рост России».

Конкурс проводится Вольным экономическим обществом России при поддержке Института экономики РАН, Издательского дома «Экономическая газета», совместно с Финансовым университетом при Правительстве РФ.

Целью проведения конкурса является выявление и поддержка талантливых молодых людей, развитие их творческих способностей, научной инициативы в области прикладной и фундаментальной науки, оказание помощи молодым людям в их самореализации в обществе, повышение образовательного и интеллектуального уровня молодежи.

Участники Конкурса. Ежегодно в конкурсе принимают участие более 3000 человек практически из всех регионов РФ.

Опыт конкурса показал, что в процессе его проведения выявляются молодые таланты, которые смогут в будущем войти в элиту российских ученых и экономистов-практиков.

В состав оргкомитета Конкурса входят видные ученые-экономисты, руководители ведущих экономических ВУЗов России, государственные и общественные деятели.

Победители и призеры получают не только дипломы и денежные премии, но и возможность опубликовать свои научные работы в специальном томе «Трудов Вольного экономического общества России», который с 2003 г. по решению Президиума Высшей аттестационной комиссии (ВАК) включен в Перечень ведущих научных журналов и изданий, выпускаемых в Российской Федерации, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени доктора и кандидата наук.

При реализации проекта «XV юбилейный Всероссийский конкурс научных работ молодежи «Экономический рост России» используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта Фондом подготовки кадрового резерва «Государственный клуб» по итогам конкурса, проведенного в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации № 127-рп от 02.03.2011 года «Об обеспечении в 2011 году государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества».

**Подробная информация о конкурсе и условиях участия размещены на сайте: <http://www.veorus.ru>
Контакты: Вольное экономическое общество России, 125009, г. Москва, ул. Тверская, д. 22А,
тел. (495) 609-07-33, факс (495) 694-02-83. E-mail: nauka3@iuecon.org**

1.5. По предварительному согласованию с редакцией возможно предоставление рукописи в электронном виде на электронную почту.

2. Требования к статье:

2.1. Содержание статьи должно соответствовать профилю журнала.

2.2. Каждая статья должна начинаться:

- названием (полностью набрано заглавными буквами);

- УДК;

- инициалами и фамилией автора (авторов);

- местом работы автора (авторов);

- рабочим адресом автора/авторов (последовательность: название улицы, номер дома, название населенного пункта, название области/края, автономного округа, республики/ страны, почтовый индекс);

- краткой аннотацией содержания рукописи (3—4 строчки, не должны повторять название);

- списком ключевых слов (5—10).

Все — на русском языке.

2.3. Наличие пристатейных библиографических списков обязательно (не менее пяти источников).

2.4. В конце после раздела «Библиография» на английском языке (перевод выполняется автором рукописи) указываются:

- название статьи;

- инициалы и фамилия автора;

- место работы автора;

- полный рабочий адрес автора (с указанием почт. индекса);

- перевод русской аннотации;

- перевод ключевых слов.

2.5. Таблицы, иллюстрации, схемы, графики должны иметь заголовки и ссылки на них в тексте статьи.

3. Прочие положения.

3.1. Автор несет ответственность за точность приводимых в его рукописи сведений, цитат и правильность указания названий книг в списке литературы.

3.2. Рукописи, оформленные в нарушение настоящих требований, не рассматриваются и не возвращаются.

3.3. В случае отклонения рукописи решением редакционной коллегии (по результатам внутреннего рецензирования) автору направляется мотивированный отказ, отклоненные рукописи не возвращаются.

3.4. Плата с аспирантов за публикацию рукописей не взимается.

Бухгалтерский и налоговый учет лизинговых операций

Парасоцкая Н.,

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учёта Финансового университета при Правительстве РФ

Солодовник Д.,

студентка Финансового университета при Правительстве РФ

В России доля лизинга, по данным рейтингового агентства «Эксперт РА», в общих инвестициях составляет лишь 10%, в США же она достигает почти 35%. Вследствие этого, являясь молодым явлением, сделки лизинга еще не получили четкую законодательную регламентацию. Это приводит к тому, что организации сталкиваются со сложностями при проверках органами учета лизинговых сделок. Поэтому в данной статье будут рассмотрены некоторые актуальные вопросы налогового и бухгалтерского учета лизинговых операций.

Ключевые слова: лизинг, лизинговые операции, учет лизинговых операций, проблемы учета лизинговых операций.

Tax and leasing transactions' accountings

Parasotskaya N.,

Ph.D., assistant professor of «Accounting» Financial University attached to the Russian Government

Solodovnik D.,

student of Finance University attached to the Government of Russian Federation

In Russia, according to Expert RA's research, the share of the Leasing in total investments is only 10% nowadays, when in USA its share runs up to 30%. As a result, the Leasing is considered to be a very young phenomenon and haven't received any clear legislative regulation yet. This fact leads towards many problems that organizations face when it comes to checking up the leasing transactions' accounting. Therefore, this article will be concerned about some important issues of tax and leasing transactions' accountings.

Key words: the leasing, leasing transactions, leasing transactions' accounting, problems in leasing transactions' accounting.

Лизинг, являясь новой сферой деятельности, уже сумел доказать свои преимущества перед другими вариантами приобретения имущества. Поэтому, перед тем как перейти к основным проблемам в сфере учета лизинговой деятельности, хотелось бы рассмотреть наиболее примечательные стороны приобретения имущества в лизинг. Лизинговая деятельность дает обеим сторонам договора лизинга следующие преимущества:

Возможность применять ускоренную амортизацию

Как известно, п. 2 ст. 259.3 НК РФ предусматривает право лизингодателя в отношении переданного в лизинг имущества применять повышающий коэффициент, но не выше 3. Однако это не относится к основным средствам, включаемым в 1—3 амортизационные группы. Так же лизингодатель имеет право на получение амортизационных премий (в части основных средств, работающих в условиях агрессивной среды и (или) повышенной

сменности), если предварительно зафиксирует это в учетной политике¹.

Все вышесказанное свидетельствует о значительных налоговых выгодах организации, так как применение повышающего коэффициента позволяет быстрее снижать остаточную стоимость лизингового имущества, что ведет к уменьшению налоговой базы по налогу на имущество и увеличению объемов расходов, включаемых в налоговую базу по налогу на прибыль.

Экономия по уплате налога на прибыль.

Лизингополучатель вправе отнести лизинговые платежи к расходам, уменьшающим налоговую базу по налогу на прибыль. Однако в соответствии с подп. 10 п. 1 ст. 264 НК РФ данные расходы (если имущество находится на

¹ Письмо Минфина Российской Федерации от 24.03.2009. № 03-03-06/1/187 // Консультант-Плюс, Общероссийская сеть распространения правовой информации. — 2009 — (Рус.). — URL: <http://www.consultant.ru/> [24 марта 2009]

балансе лизингополучателя) зачитываются не в полной сумме, а с вычетом сумм начисленной по этому имуществу амортизации, порядок начисления которой прописан в ст. 259 НК РФ. Если же ежемесячная сумма амортизации превышает сумму лизингового платежа, то в состав расходов включается только сумма начисленной амортизации до момента полного погашения стоимости оборудования. В дальнейшем (после прекращения амортизационных отчислений) в расходы включается вся сумма лизингового платежа за вычетом НДС. В случае учета предмета лизинга лизингополучателем на балансе лизингодателя, лизинговые платежи признаются в составе расходов в части налогообложения прибыли в полном объеме.

Выкуп имущества, прописанный в договоре лизинга, зачастую предусматривает переход права собственности на предмет лизинга к лизингополучателю только после окончания срока действия договора и уплаты всех лизинговых платежей.

В этом случае выкупная стоимость имущества, включенная в состав лизинговых платежей, учитывается как частичные авансы поставщику и не может быть включена в состав текущих расходов. Это связано с тем, что в данном случае выкупная стоимость формирует первоначальную стоимость будущего имущества организации. Однако если организация планирует использовать новое приобретение в деятельности, приносящей доходы, то первоначальная стоимость имущества, так или иначе, попадет в состав расходов за счет амортизации.

У лизингодателя существует немного другая схема в части признания расходов в составе текущих.

Если лизингодатель передает имущество на баланс лизингополучателю, то его доходами считается вся сумма платежей, поступающих по договору лизинга. Однако при данной схеме в части расходов по налогу на прибыль, в соответствии с подп. 10 п. 1 ст. 264 НК РФ, признаются те, которые напрямую связаны с приобретением предмета лизинга. Наряду с ними лизингодатель так же признает в качестве расходов при исчислении налога на прибыль суммы начисленной амортизации и расходы по обслуживанию предмета лизинга (подп. 1 п. 1 ст. 265 НК РФ).

Если при выкупе лизингового имущества лизингополучателем, лизингодатель получает убыток из-за превышения остаточной стоимости предмета лизинга над его выкупной стоимостью, то данный убыток следует признать расходом будущих периодов. Данную сумму следует включать во внереализационные расходы равномерно в течение оставшегося срока эксплуатации имущества, который определяется как разница между количеством месяцев срока полезного использования имущества и количеством месяцев эксплуатации имущества до его реализации, включая месяц, в котором имущество было реализовано.

При приобретении имущества за счет кредита, расходами в отношении налога на прибыль признаются лишь амортизационные отчисления и проценты по кредиту. Однако в данном случае амортизация осуществляется на общих условиях. В связи с этим сумма расходов, признаваемых в случае приобретения имущества за счет кредита, оказывается намного меньше суммы тех же расходов, возникающих при приобретении имущества в лизинг. Следовательно,

налогооблагаемая база при покупке в кредит будет уменьшена на меньшую сумму. Проценты по кредиту включаются в расходы также на общих условиях. Это значит, что в расходы не будут включаться те суммы процентов, которые будут превышать среднюю ставку по аналогичным долговым обязательствам более чем на 20%.

При отсутствии информации о сопоставимых долговых обязательствах, в соответствии с п. 1 ст. 269 НК РФ, предельная величина процентов, признаваемых расходами, принимается равной ставке рефинансирования Банка России, увеличенной в 1,1 раза (для обязательств в рублях) и равной 15 %.

Таким образом, налицо преимущество лизинга в части экономии по налогу на прибыль.

В последнее время в РФ происходит совершенствование налоговой системы в части лизинговых операций в виде пересмотра законодательства, что, безусловно, порождает значительное множество спорных моментов, на которые пытаются ответить ведущие ученые и практики.

Выделим основные вопросы, которые вызывают наибольшие дискуссии:

1) совершенствования нормативно-правового регулирования учета лизинговых операций;

2) несовершенства налогового законодательства в области лизинга.

Несовершенство нормативно-правового регулирования вызывает ряд проблемных моментов в учете лизинговых операций. Например, условия лизинговых договоров не стандартизированы. Поэтому у бухгалтера предприятия-лизингополучателя, возникают различные сложности, например, выбор вариантов учета первоначального лизингового платежа. Порядок налогового и бухгалтерского учета рассматриваемого платежа зависит от его юридической квалификации по условиям лизингового договора. Каждую лизинговую сделку необходимо анализировать в целях надлежащего отражения операций по такому договору в учете.

В отношении первоначального лизингового платежа существует два подхода, встречающихся в лизинговых договорах: первоначальный лизинговый платеж является авансовым и засчитывается в течение установленного договором лизинга срока в счет текущих лизинговых платежей; первоначальный лизинговый платеж является текущим лизинговым платежом.

У обоих вариантов есть свои достоинства и недостатки.

При первом варианте, такой платеж не учитывается в составе налоговых и бухгалтерских расходов лизингополучателя до того момента, пока этот аванс (его часть) не будет учтен в счет текущих лизинговых платежей (п. 14 ст. 270 НК РФ, п. 3 ПБУ 10/99). При этом может возникнуть ситуация, что порядок зачета аванса не прописан в договоре.

Используя второй вариант, платеж следует учитывать в составе налоговых расходов в периоде его начисления за вычетом начисленной по лизинговому имуществу амортизации. Но это возможно, только если по условиям договора предмет лизинга учитывается на балансе лизингополучателя. В бухгалтерском учете рассматриваемый платеж также учитывается одновременно в составе расходов в периоде его начисления по условиям договора лизинга (п. 18 ПБУ 10/99) (если имущество учитывается на балансе лизингодателя). В

противном случае в составе бухгалтерских расходов отражается только амортизация такого имущества (п. 9 приказа Минфина России от 17 февраля 1997 г. № 15). Лизингополучатель также вправе предъявить к вычету НДС, уплаченный в составе такого платежа при наличии счета-фактуры лизингодателя².

Исходя из вышесказанного, имеет смысл ввести определенные стандарты для договора лизинга, что позволило бы решить данную проблему.

Стоит также отметить тот факт, что до сих пор не существует единой схемы в учете, которая бы четко давала ответ на вопрос о том, как лизингодатель должен отразить передачу имущества на баланс лизингополучателя.

Порядок отражения в учете операций по передаче имущества в лизинг на баланс лизингополучателя содержится в пунктах 4 и 6 указаний, утвержденных приказом Минфина России от 17 февраля 1997 г. № 15. Однако этот документ основан на старом Плане счетов и в изложенной ситуации не применим. В данном документе передача имущества осуществляется с использованием счета 47 «Реализация и прочее выбытие основных средств». В действующем Плане счетов нет такого счета, который был бы его полным аналогом.

В результате на практике лизинговые организации применяют различные варианты учета передачи предмета лизинга на баланс лизингополучателя. Например, путем списания стоимости лизингового имущества в состав прочих расходов (с использованием счета 91), в расходы будущих периодов (с использованием счета 97) или за счет уменьшения суммы дохода в виде лизинговых платежей (с использованием счетов 98 и 90, 91). Однако в частных разъяснениях представители контролирующих служб отмечают, что применение указанных способов не корректно.

Таким образом, если организация — лизингодатель планирует учитывать имущество не на своем балансе, то ей рекомендуется, предварительно проконсультировавшись с контрольными службами, прописать в учетной политике методику передачи лизингового имущества на чужой баланс и ввести специальный счет (или субсчет) в своем рабочем плане счетов.

Рассмотрим вторую проблему-несовершенство налогового законодательства в области лизинга.

У лизингополучателей часто возникает вопрос, насколько правомерно одновременно признавать в составе налоговых расходов и применять вычет НДС по первоначальному лизинговому платежу, который может быть существенно выше, чем все остальные лизинговые платежи.

Что касается признания расходов, то свою позицию по этому поводу налоговики высказали в письме ФНС России от 17 августа 2009 г. № 3-2-13/179@. Для целей налогообложения важно определить, что понимается под графиком платежей. Возможно два варианта: даты уплаты лизинговых платежей (даты внесения денежных средств) при единой цене за весь период договора; цены, установленные договором за пользование имуществом за отдельные периоды времени (например, за месяц, квартал).

В первом случае на основании п. 1 ст. 272 НК РФ и учитывая, что потребление услуги осуществляется ежемесячно,

начисление в целях налогообложения прибыли сумм лизинговых платежей лизингополучатель должен производить равномерно в течение срока действия договора.

Во втором случае, если условиями договора лизинга установлены различные цены за одинаковые периоды времени, расходы учитываются по цене, установленной договором на соответствующую дату (месяц, квартал). При этом указанные цены признаются обоснованными при соблюдении критериев подп. 4 п. 2 ст. 40 НК РФ.

Хотелось бы отметить, что по одному договору лизинга происходит оказание одной комплексной (сложной) услуги. Таким образом, налоговые органы вправе сравнивать в целях применения ст. 40 НК РФ общую сумму лизинговых платежей как итоговую цену услуги с общей суммой лизинговых платежей по другому, сопоставимому договору лизинга. При этом начисленные за различные временные промежутки лизинговые платежи в рамках одного договора налоговики не вправе контролировать, так как такие отдельные платежи не являются самостоятельными сделками (п. 2 и 3 ст. 40 НК РФ).

Что касается вычета НДС по первоначальному лизинговому платежу, не являющемуся авансовым, то иногда возникает требование предъявлять налог к вычету равными суммами в течение срока действия договора. Однако существуют и другие мнения³.

Методика возмещения первоначального лизингового платежа при расторжении договора лизинга зависит от юридической квалификации данной суммы в соответствии с условиями договора. Если первоначальный лизинговый платеж является авансовым, то при расторжении договора (независимо от причины) организация вправе претендовать на ту часть авансового платежа, которая остается незначительной после полного погашения задолженности лизингополучателя по договору лизинга на момент расторжения договора. При несвоевременном возврате незначительного аванса лизингополучатель вправе взыскать с лизингодателя проценты за пользование чужими денежными средствами⁴.

Несовершенство налогового законодательства в области лизинга вызывает ряд трудностей и противоречий при его использовании.

Например, в отдельных ситуациях может возникать двойное начисление налога в месяце перерегистрации прав на объект лизинга при смене статуса компании-лизингополучателя с «пользователя предмета лизинга» на «владельца объекта». Поскольку юридически смены владельца не происходит, то описанные в п. 3 ст. 362 Налогового кодекса РФ нормы к применению недопустимы и компании придется платить налог во второй раз в общем порядке⁵.

Кроме этого, возникают споры о правилах учета лизинговых платежей. Например, был случай судебного разбирательства налоговой инспекции с компанией, использующей в учете лизинговых операций 97 счет, который применялся

³ Постановление ФАС Уральского округа от 25.01.2010 № Ф09-11300/09-С2 по делу № А60-29890/2009-С6 // Консультант-Плюс, Общероссийская сеть распространения правовой информации. — 2010 — (Рус.). — URL: <http://www.consultant.ru/> [25 января 2010]

⁴ Постановление ФАС Уральского округа от 26 января 2010 г. по делу № А60-17443/2009-С12 // Консультант-Плюс, Общероссийская сеть распространения правовой информации. — 2010 — (Рус.). — URL: <http://www.consultant.ru/> [26 января 2010]

⁵ Анищенко А. В., Транспортный налог: действуют поправки // Москва: Акцион-Медиа. — Электронный вариант журнала «Учет в строительстве». — № 5 — 2010. (Рус.). — URL: <http://www.otraslychet.ru/> [1 мая 2010]

² Антоненко И. В., Приобретаем оборудование по договору лизинга // Москва: Акцион-Медиа. — Электронный вариант журнала «Учет в производстве». — № 4 — 2010. (Рус.). — URL: <http://www.otraslychet.ru/> [1 апреля 2010]

для формирования первоначальной стоимости объекта лизинга. Данная мера была принята в связи с отсутствием в договоре отдельно выделенной выкупной стоимости оборудования. В результате применения такой схемы учета компания занизила расходы для целей налогообложения тех в периодах, к которым относились лизинговые платежи, и одновременно завысила те расходы, которые приходились на период после перехода права собственности на объект лизинга. Данный факт был сочтен налоговой инспекцией неправомерным. Однако компания отклонила предъявленные претензии, ссылаясь на неустранимую неясность в Налоговом кодексе по поводу того, в каком порядке лизингополучатель обязан определять первоначальную стоимость основного средства, приобретенного по договору лизинга. Инспекторы подали на компанию в суд, который расценил претензию как обоснованную.

Решение, вынесенное в рассмотренной ситуации судом, является опасным прецедентом для значительной части лизингополучателей. Так, по мнению Ильи Антоненко, финансового директора группы лизинговых компаний «Северная Венеция» и ведущего эксперта «Национальной консалтинговой компании», компании сталкиваются с экономической неоправданностью затрат в части лизинговых платежей, поскольку выделенная выкупная стоимость объекта лизинга в договоре либо зачастую существенно занижена, либо не указана вовсе.

Поэтому, чтобы перестраховаться, налогоплательщики исключают часть лизинговых платежей из состава текущих расходов тех периодов, к которым данные платежи относятся по графику, тем самым формируя в процессе всего периода выплат первоначальную стоимость объекта лизинга.

Таким образом, на первый взгляд проверяющие должны одобрить подход, примененный компанией: он соответствует позиции Минфина России об обязательном выделении выкупной стоимости, которая не признается в расходах в течение срока действия договора лизинга. Однако, по мнению ФАС Северо-Западного округа, описанный вариант налогового учета противоречит буквальному толкованию норм Налогового кодекса и Закона № 164-ФЗ. Суд отметил, что законодательство не дает возможности исключать из расходов периода выкупную стоимость, входящую в лизинговый платеж. То есть эта сумма должна быть списана полностью в том периоде, к которому относится. Кроме того, законодательство не позволяет лизингополучателю в одностороннем порядке определять или корректировать выкупную стоимость.

Из этого следует вывод, что избегание претензий со стороны инспекции в части содержания лизингового договора зачастую оборачивается дополнительными издержками для компании, поскольку данное связано с корректировкой декларации по налогу на прибыль в период после перехода права собственности на объект лизинга. Так же стоит помнить, что, если с момента, когда была подана декларация, в которой занижены расходы, прошло более трех лет, лизингополучатель рискует вообще потерять для целей налогообложения часть расходов по договору лизинга⁶.

⁶ Для лизингополучателя опасно выделять из лизинговых платежей выкупную стоимость предмета лизинга при учете расходов // Москва: Акцион-Медиа. — Электронный вариант журнала «Учет в строительстве». — № 23 — 2010. (Рус.). — URL: <http://www.otraslychet.ru/> [1 декабря 2010]

Итак, лизинговые операции все еще имеют ряд невыясненных моментов по части законодательства и порядка учета, таких как нестандартизированность договора лизинга, проблемы учета лизинговых платежей, проблема двойного налогообложения, связанная с перерегистрацией прав собственности на лизинговое имущество, невыясненные моменты в части выделения первоначальной стоимости лизингового имущества. В связи с этими проблемами стоит принять следующие меры: обязать организации четко прописывать порядок уплаты лизинговых платежей, в том числе первоначальный платеж, внести соответствующие поправки в законодательство, основываясь на специфических моментах лизингового процесса (например, в части перерегистрации права собственности и определения первоначальной стоимости лизингового имущества). Рекомендуется, в целях правильного и законного учета, создать отдельное ПБУ, регламентирующее порядок учета приема лизингового имущества, выделения первоначальной стоимости, учета лизинговых платежей, а также возврат лизингового имущества или его выкуп.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ; федер. закон: [принят ГД ФС РФ 22.12.1995., ред. от 17.07.2009]. — М.: Российская газета, 2009. — 38 с.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ; федер. закон: [принят ГД ФС РФ 19.07.2000, ред. от 21.04.2011]. — М.: Собрание законодательства РФ, 2011. — 3340 с.
3. Постановление ФАС Уральского округа от 25.01.2010 № Ф09-11300/09-С2 по делу № А60-29890/2009-С6 // Консультант-Плюс, Общероссийская сеть распространения правовой информации. — 2010 — (Рус.). — URL: <http://www.consultant.ru/> [25 января 2010]
4. Постановление ФАС Уральского округа от 26 января 2010 г. по делу № А60-17443/2009-С12 // Консультант-Плюс, Общероссийская сеть распространения правовой информации. — 2010 — (Рус.). — URL: <http://www.consultant.ru/> [26 января 2010]
5. Письмо Минфина Российской Федерации от 24.03.2009 № 03-03-06/1/187 // Консультант-Плюс, Общероссийская сеть распространения правовой информации. — 2009 — (Рус.). — URL: <http://www.consultant.ru/> [24 марта 2009]
6. Антоненко И.В., Приобретаем оборудование по договору лизинга // Москва: Акцион-Медиа. — Электронный вариант журнала «Учет в производстве». — № 4 — 2010. (Рус.). — URL: <http://www.otraslychet.ru/> [1 апреля 2010]
7. Анищенко А. В., Транспортный налог: действуют поправки // Москва: Акцион-Медиа. — Электронный вариант журнала «Учет в строительстве». — № 5 — 2010. (Рус.). — URL: <http://www.otraslychet.ru/> [1 мая 2010]
8. Для лизингополучателя опасно выделять из лизинговых платежей выкупную стоимость предмета лизинга при учете расходов // Москва: Акцион-Медиа. — Электронный вариант журнала «Учет в строительстве». — № 23. — 2010. (Рус.). — URL: <http://www.otraslychet.ru/> [1 декабря 2010]

Управленческий учет фармацевтических производственных организаций: сегментация клиентов

Горлов В.,

*к.э.н., доцент кафедры финансового менеджмента и налогового консалтинга
Российского университета кооперации*

В роли исходных данных для проведения сегментации клиентов выступают первичные данные бухгалтерского учета и аналитический материал по объему продаж по каждому клиенту фармацевтических производственных организаций. Для определения приоритетности сегментации клиентов можно использовать методику «ABC-анализа» и «Активность клиента».

Ключевые слова: управленческий учет, коммерческо-сбытовая деятельность, ABC-анализ, сегментирование

Managerial Accounting pharmaceutical manufacturing organizations: segmentation of customers

Gorlov V.,

Ph.D., assistant professor of financial management and tax consulting Russian University of Cooperation

The initial data for customer segmentation is necessary to use the primary accounting data and analytical data in terms of sales for each customer of pharmaceutical manufacturing companies. To determine the priority of customer segmentation techniques must be used «ABC — analysis» and using the method «Active Customer».

Keywords: management accounting, commercial and marketing activities, ABC analysis, segmentation

Одним из основных принципов планирования продаж фармацевтических производственных организаций является планирование по целевым клиентским сегментам.

Термин «сегментация» впервые использовал Уэнделл Смит в статье, напечатанной в Journal of Marketing в 1956 году. Его идея была довольно простой: разделить ваших клиентов на категории и взаимодействуйте с

ними по-разному. После этого организация будет иметь возможность представлять разным клиентам товары и услуги, которые в большей степени соответствуют их запросам. Для фармацевтических производственных организаций важно, чтобы добавочный доход, полученный от использования результатов сегментации, превышал средства, вложенные в ее осуществление, так как анализ данных и разработка дополнительных рекламных материалов увеличивают расходы на ведение бизнеса. В государственном секторе акцент делается на эффективности сервисного обслуживания и удовлетворении запросов потребителей. Например, в Великобритании Управление таможенных пошлин и акцизных сборов (до его слияния с Налоговым управлением) провело сегментирование своих компаний, разделив их на малые предприятия и крупные компании, применяя к ним разные подходы с разным уровнем обслуживания. Преподаватели, специалисты по маркетингу и руководители маркетинговых служб разрабатывают все более и более сложные инструменты и методики, которые могут использоваться для объединения данных о клиентах в группы. Однако четкость мысли аналитика — это одно, а коммерческая практика — несколько иное.

Сегментирование сопровождается организационными изменениями, и это может уменьшить шансы на успешное его проведение. До настоящего времени многие идеи по сегментированию основывались на результатах маркетинговых исследований, и одной из трудностей было нахождение способов применения на практике модели сегментации рынка, полученной по результатам исследований. По этим причинам сегментация высокого уровня, коренным образом изменяющая деятельность компании, встречается редко. Менеджеры могут поинтересоваться, стоит ли сегментация затраченных на нее усилий и риска; но можно сказать, что время для внедрения идей сегментации, наконец, пришло. Технологический прогресс в области работы с базами данных предоставляет компаниям лучшие возможности по привязке инсайтов, полученных на основе баз данных клиентов, к эффективно сегментированным маркетинговым кампаниям.

Базовый метод проведения сегментации известен уже много лет, и он был описан в самых серьезных учебниках по маркетингу. За неимением подходящего инструмента реализации (в виде технологии баз данных с широкими возможностями) компании не смогли разработать способ привязки сегментации к управлению маркетинговыми каналами. В результате большинство компаний были вынуждены обратиться к групповому сегментированию клиентов в соответствии с их потребностями, выявленными с помощью устаревших методов маркетинговых исследований или офлайн-анализа клиентских баз данных, которые часто морально устаревают к моменту своего заполнения. Но это совсем не означает, что пакетная сегментация является ошибочной. При правильном проведении она имеет огромное значение для определения значимости и своевременности предложений, сделанных клиентам. Однако для многих клиентов общий характер такой сегментации и задержки во времени, связанные с анализом данных, означают, что они получают

неуместное предложение, основанное на неверном креативном рекламном обращении, в неподходящее время, не ими выбранным способом, и по несоответствующим каналам. Действительно, недавние исследования, проведенные компаниями OgilvyOne и IBM, показывают, что многим компаниям трудно эффективно управлять взаимоотношениями с клиентами, так как усложняется ситуация, связанная с растущим выбором каналов взаимодействия. В то же время возрастают ожидания клиентов, как в виде дифференциации товаров, так и услуг.

Базовый метод сегментации заключается в изучении потребностей клиентов в отношениях. Одни клиенты предпочитают постоянство разнообразию, другие же наоборот. На основании этого можно выделить две категории, которые об очень многом говорят поставщику:

- потребность в стабильности («консерваторы»);
- потребность в поисках нового («летуны»).

Возможность классификации клиентов дают программные продукты CRM.

Анализ первичных мотиваций клиента дает возможность более основательно понять каждый тип. Параллельно можно определить приемлемость этих мотиваций для компании.

1. Самая низкая цена предложения. Эта мотивация ведет к потребности лучшей сделки на основании ценового предложения. Для компании этот подход ценен, так как позволяет увеличить объем продаж. Эти организации одержимы стремлением получить лучшую сделку. Цена для них является определяющим аспектом, что ведет к рассмотрению купли-продажи как формы конфликта. У них всегда есть обновленные прайс-листы всех поставщиков. Такие клиенты не придают почти никакого внимания возможности развития отношений. Ситуация следующая: при закупке больших партий продукции требуют уменьшения маржи. Рискованно вносить таких клиентов в долговременные планы развития.

2. Потребность в новом. Эта мотивация ценна, поскольку подходит для реализации пилотных проектов. Она представлена в больших количествах в быстроразвивающихся отраслях (мода, рынок информационных технологий). Желание инноваций переносит безопасность на второй план. Именно эта группа первой реагирует на новое предложение. Если все проходит удачно, то более консервативные покупатели тоже начинают проявлять интерес к данной продукции. Чем менее консервативен рынок, тем больше эта группа и существеннее ее влияние. Но у этой группы, так же как и у первой, очень низкая мотивация на создание долговременных отношений.

3. Чувство причастности. У клиента возникает желание быть вовлеченным, он хочет почувствовать, что его усилия отражаются на состоянии компании. Эта категория чаще всего является источником рекомендаций. Таким клиентам нужно ощущать свое вовлечение в бизнес. Данная группа клиентов представляет ценность благодаря своим знаниям и влиянию. Они дают рекомендации или указания, когда компания предлагает новый продукт.

4. Стабильность. Клиент хочет быть уверенным. Для компании — это пример постоянства. Довольно



значительная группа клиентов, мотивация которых заключается в неприятии риска. Зачастую это компании с большим опытом работы и хорошей репутацией.

Организация, вырабатывая стратегии сотрудничества с каждой группой, старается адаптировать каждую из них под свои потребности. Параллельно определяются клиенты, с которыми сложно сотрудничать и развитие отношений с которыми не имеет перспектив.

Тони Крэм предлагает следующий подход. Он предлагает разделить клиентов на следующие группы:

1) Клиенты, ориентированные на цену

Определите клиентов, которые делают свой заказ исключительно из-за низкой цены. Выясните, нужно ли стремиться заполучить таких клиентов? Покупатели, стремящиеся купить дешевле, не предоставляют никаких гарантий надежности. Часто бывает, что они не дают никаких сигналов перед уходом, в связи с чем предприятие становится более уязвимым.

Включить их в портфель клиентов, но не тешиться надеждами на постоянство. Если они позволяют себе эксплуатировать вас, отвечайте взаимностью. Под этим подразумевается урезание поставок в периоды дефицита (большая приоритетность отдается лояльной клиентуре). Следует оформить пакет предложения следующим образом: низший приоритет в обмен на более низкие цены, нормированные услуги и взимание платы за дополнительную поддержку.

Когда они становятся убыточными для компании (при ограниченном количестве продукции есть более прибыльные клиенты), нужно постараться «переключить» их на ваших конкурентов.

2) Клиенты, ищущие новизны

Это такая же нестойкая в своем выборе группа. Ими движут инновации, их могут увлечь.

Рекомендуемая политика:

Оповещать первыми при поступлении нового образца продукции.

Консультироваться с ними о тенденциях рынка. Может быть оперативным источником о разработках конкурентов.

3) Вовлеченные клиенты

Это очень ценный актив компании. Но политика, проводимая по отношению к ним, должна быть деликатной. Также необходимо создать некоторые ограничения.

4) Клиенты, требующие стабильности

Для поставщика это регулярные и надежные модели спроса. Важный аспект отношений с этой группой клиентов — поддержка с ними контакта, но без вмешательства в их дела. О совместном планировании сотрудничества может идти речь только в случае длительного и безпроблемного сотрудничества. Очень редко выражают свое недовольство, особенно по мелочам (хотя это и имеет значение для них), поэтому продавец (sales manager, менеджер по продажам) должен вести мониторинг качества обслуживания. Рекомендуется доверить работу с лучшими из этой группы менеджеру по обслуживанию особо важных клиентов.

Для определения приоритетности сегментации клиентов необходимо использовать методику «ABC-анализа» и «Активность клиента».

Для проведения сегментации клиентов необходимо использовать первичные данные бухгалтерского учета и аналитический материал по объему продаж по каждому клиенту производственных фармацевтических организаций.

Пирси в 1998 году открывает дискуссию относительно крайне важного вопроса о связи между сегментацией и стратегией, с одной стороны, а также сегментацией и потенциалом организации — с другой. Должны работать оба этих аспекта. Несомненно, важная для компании сегментация рынка, проведенная по результатам технически грамотных маркетинговых исследований, может оказаться абсолютно бесполезной, если она несовместима с внутренней компетентностью, внутренней

организационной структурой, наличием определенных конкурентных преимуществ.

Таким образом, исходные позиции компании и направление ее движения определяются на уровне стратегии. Сегментация формирует определение бизнеса, определяет, на каких рынках организация хочет конкурировать и какими могут быть основные сферы деятельности компании или ключевая внутренняя компетенция. Этот подход показан на рисунке 1.

Самое важное сейчас — сконцентрироваться на том, что хотят клиенты от компании. Это позволит провести интересующее нас сегментирование рынка предоставляемых благ.

Одним из способов создания конкурентного преимущества является творческий подход. Это относится к самим сегментам, и поэтому сегментация продолжает привлекать внимание творчески мыслящих людей внутри организации, которых часто прельщает возможность начать все с «чистого листа».

Возьмем, например, следующие новые сегменты рынка в современном обществе:

Антимаркетологи. Эти противники фирменной символики не приемлют любые маркетинговые послы, которые идут вразрез с их пониманием разумного подхода к совершению покупок, основанным на собственном понимании бизнеса.

Объединенные индивидуалисты. Это люди, которые создают свои собственные индивидуализированные сообщества и имеют мало общего с традиционными структурами. Они находятся в сильной зависимости от своих социальных, карьерных и культурных интересов. Поэтому они не позволяют традиционным структурам вставать на пути индивидуальных устремлений, но, в то же время, они хотят себя чувствовать частью сообщества. Они стремятся покупать такие товары и услуги, которые делают их жизнь легче.

Смутяны 1960-х годов, «бабули-шестидесятницы». Ориентированные на эту группу, должны полностью ломать стереотипы. Это активный, живой и энергичный сегмент, имеющий деньги на приобретение нового опыта.

Отказывающиеся от выбора. Это консервативно настроенные люди, и их появляется все больше. Их все в большей степени сбивает с толку огромный выбор, который имеется на большинстве потребительских рынков. Они рассматривают переход с государственной или частной монополии на огромное количество частных поставщиков в таких областях, как коммунальные услуги и телекоммуникации, как несчастье.

Необходимо проделать огромную работу, чтобы разработать инструменты анализа и реструктуризировать корпорацию IT и технологии баз данных совершенствуются до такой степени, что позволяют обеспечивать прочную основу для их успешного внедрения. Новые технологии также выдвигают на передний план новый тип сегментации. Сегменты потребителей по степени их ценностной значимости позволяют компаниям разбить клиентов по группам в соответствии с их ценностью для компании.

Чтобы повышать доходы, эффективно конкурировать на рынке и предоставлять лучшие услуги, ключевым

фактором выигрышной стратегии должно быть перемещение ресурсов в процессы, обеспечивающие дифференциацию продуктов и услуг. То есть, необходимо переместить ресурсы из процессов, которые на практике редко приводят к дифференциации (хотя, в принципе, они, несомненно, могли бы это сделать), таких как трудовые ресурсы, финансы, снабжение, информационные технологии, клиентское обслуживание (составляющих, как правило, от 32 до 47% всех издержек реализации) в бизнес-процессы, такие как сбыт, маркетинг, разработка новой продукции и ведение счетов. Увеличенные расходы в этих областях могут повысить конкурентоспособность компании на рынке и позволить ей дифференцировать свои предложения и способы, какими эти предложения вносятся. В обычной компании на такие дифференцированные бизнес-процессы приходится от 13 до 28% всех издержек реализации. Это такие мероприятия, которые быстрее всего могут повысить доходность и стоимость акций. Они должны стать приоритетной областью внимания со стороны руководителей компаний и директоров по маркетингу.

Один очень эффективный метод осуществления данного подхода заключается в использовании ценностно-ориентированной сегментации для оптимизации каналов взаимодействия. Ключевая концепция затрат на оптимизацию каналов связи посредством ценностно-ориентированной сегментации должна рассматриваться с двух сторон — внутри каналов связи и по каналам распределения. В некоторых случаях клиенты сегментированы по своей ценностной значимости на основе аналитической модели. Для клиентов разной степени значимости предлагаются разные стратегии подключения к каналам связи. Такой тип сегментации может привести к значительному повышению продуктивности.

Для большинства компаний лучшим вариантом может стать многоканальная оптимизация. Таким путем можно освободить огромные средства. Причиной этого служит тот факт, что для разных типов «путей покупателя» клиенты предпочитают разные средства распространения информации. Эти пути могут относиться скорее к покупке различных товаров и к получению услуг, а не к сбыту; или к приобретению сопутствующих, а не основных товаров. В то же время, даже когда два потребителя покупают одну и ту же вещь, они могут делать это различными способами. Например, некоторые люди предпочитают заказывать свой отдых через туристические агентства, тогда как другие используют для этого Интернет. Некоторые клиенты пойдут в свой банк, чтобы обсудить условия ипотеки, но они же предпочитают переводить деньги со счета на счет в режиме онлайн. Так как стоимость операций, связанная с этими каналами, сильно варьируется, это открывает перед компаниями широкие возможности по переводу клиентов на малозатратные каналы доставки, беря на себя при этом повышенные обязательства и улучшая качество обслуживания. При правильном управлении это беспроигрышная ситуация и для клиента, и для компании (и, конечно, для ее акционеров).

Таким образом, в теории управления продажами *сегментация клиентов* — процесс разделения клиентов

Таблица 1

Результаты анализа клиентов по АВС-методу

Группы клиентов	Объем продаж (тыс. руб.)	Доля	Количество клиентов	Доля
Группа А	59 935 178	86%	20	38%
Группа В	7 601 058	11%	14	27%
Группа С	1 779 461	3%	18	35%
Итого	69 315 697	100%	52	100%

Из анализа видно, что в производственных фармацевтических организациях клиентов категории А в среднем 20 единиц, что составляет 38% от их общего количества. Приходящийся на них объем продаж составляет 59 935 178 тыс. руб., что 86% от общего объема продаж организации.

Клиентов категории В в среднем 14 единиц, что составляет 27% от их общего количества. Приходящийся на них объем продаж составляет 7 601 058 тыс. руб., что 11% от общего объема продаж организации.

Клиентов категории С в среднем 18 единиц, что составляет 35% от их общего количества. Приходящийся на них объем продаж составляет 1 779 461 тыс. руб., что 3% от общего объема продаж организации.

Кроме того нами проанализированы средние продажи по группам клиентов (табл. 2).

Таблица 2

Средние продажи фармацевтической производственной организации по группам клиентов за 2009 год.

Группа клиентов	Средние продажи по группе клиентов (тыс. руб.)
А	1 973 838
В	542 933
С	104 674

В результате анализа мы пришли к выводу что, больший объем продаж приносит клиент г. Москвы категории А (32%, от общего объема продаж что составляет 22 432 152 тыс. руб.). Причиной такого дисбаланса является экономическая развитость региона и близость производителя к клиентам расположенным в г. Москве.

Кроме того нами установлен дисбаланс в группах клиентов:

— по группе А: количество субъектов в 1,85 раз больше идеального;

— по группе В: количество субъектов в 1,75 раза больше идеального;

— по группе С: количество субъектов в 1,82 раза меньше идеального.

Причиной такого дисбаланса является отсутствие четкой стратегии работы на территориях государства, внимание сбытовых ресурсов не сконцентрировано на определенных территориях, не реализуется потенциал лучших территорий (территорий клиентов группы А).

Также нами выявлено, что на территории Московской области сравнительно низкие продажи продукции (887 468 тыс. руб., что составляет 1,3% от общего объема продаж). Причиной такого низкого объема продаж является отсутствие внимания сбытовых ресурсов к данной территории, отсутствие четкой стратегии работы на территории Московской области и вообще по Российской Федерации.

на группы со схожими особенностями. Сегментация позволяет понять, какие клиенты наиболее выгодны, и как наиболее эффективно вести с ними дела: продажи, маркетинг, сервисное обслуживание.

CRM технология существенно помогает проводить эффективную сегментацию, она предоставляет компании возможность объединить и проанализировать большое количество своевременных данных и выделить существенные взаимосвязи между свойствами клиента. CRM обеспечивает единое представление о клиенте по всем точкам соприкосновения с ним.

Для определения приоритетности сегментации клиентов необходимо использовать методики «АВС-анализа» и «Активность клиента».

Исходными данными для проведения сегментации клиентов необходимо использовать первичные данные бухгалтерского учета и аналитический материал по объему продаж по каждому клиенту фармацевтических производственных организаций.

АВС-анализ — метод, позволяющий классифицировать ресурсы организации по степени их важности. В его основе лежит принцип Парето — 20% всех ресурсов дают 80% оборота. По отношению к АВС-анализу правило Парето может прозвучать так: надёжный контроль 20% позиций позволяет на 80% контролировать систему, будь то запасы сырья и комплектующих, либо продуктовый ряд предприятия и т. п. Часто АВС-анализ путают с АВС-методом, расшифровывая АВС как Activity Based Costing, что в корне неверно.

АВС-анализ сегментации клиентов фармацевтических производственных организаций — это ранжирование клиентов по разным параметрам.

Результатом АВС-анализа является группировка объектов по степени влияния на общий результат.

Данный метод базируется на оценке полученных доходов по клиентам и сегментам. Результатом применения методики является присвоение объектам категории (рейтинга) приоритетности.

АВС-анализ сегментации клиентов фармацевтических производственных организаций — анализ клиентов путём деления на три категории:

А — наиболее ценные, 20% общего количества клиентов; 80% дохода;

В — промежуточные, 16% общего количества клиентов; 16% дохода;

С — наименее ценные, 4% общего количества клиентов; 64% дохода.

Представленное деление является эталонным (идеальным), при котором сохраняется высокая эффективность хозяйственной деятельности фармацевтических производственных организаций.

На первом этапе анализа мы постараемся провести деление клиентов на группу А, группу В, группу С. Объектом АВС-анализа будут являться клиенты организации. Признаком, по которому будет проводиться классификация клиентов, является объем продаж клиентом за месяц.

По результатам анализа можно составить сводную таблицу (табл. 1):

Для устранения дисбаланса продаж организации нами рекомендуется спланировать региональную стратегию продаж компании с концентрацией основных усилий на территориях г. Москвы, Московской области и потенциально мощных территориях группы А, например, Воронежская область, Приморский край, Хабаровский край и др.

Для оценки ритмичности закупок и наличия скачкообразных закупок мы использовали метод «Активность клиента». Результатом применения методики является присвоение объектам рейтинга активности.

Нами было исследовано 84 клиента. Из общего количества клиентов, количество клиентов сделавших разовую закупку составляет 35 единиц (что составляет 42% от общего объема клиентов), количество новых клиентов составляет 13 единиц (что составляет 37% от общего объема клиентов), количество дилеров расторгнувших договоры о сотрудничестве составляет 6 единиц (9,5% от общего объема клиентов).

Кроме того, нами разработана методика оценки рейтинга активности для клиентов. По данному рейтингу все клиенты делятся на: «активных», «холериков», «хаотичных» и «хромых» клиентов. Для каждого типа клиента установлена регулярность закупок и скачкообразность закупок.

Всех клиентов можно разделить на три группы:

Конечный потребитель (потребитель) — организация или физическое лицо, имеющие намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающей или использующие продукцию.

Дилеры — юридические лица, которые закупают оптом продукцию организации, а продают её в розницу или мелким оптом.

Дистрибьюторы — оптовые или розничные продавцы с высокоорганизованной структурой активных продаж. К дистрибьюторам относятся сетевые аптечные организации.

В расчет рейтингов активности по дилерам принят 31 клиент.

По дилерам клиенты были классифицированы по двум признакам:

- интервал между закупками — 23 дня (табл. 3);
- интервал между закупками — 30 дней (табл. 4).

Таблица 3

**Рейтинг активности по дилерам
с интервалом закупок 23 дня**

Рейтинг активности	Количество клиентов	Доля клиентов (%)
Активный	1	3
Холерик	6	19
Хаотичный	21	68
Хромой	3	10
Итого	31	100

В результате анализа нами установлено, что дилеров с интервалом закупок 23 дня типа «хаотичный» 68%, а активных клиентов — только 3%. Клиентов типа «холерик» 6 единиц (19%), а типа хромой 3 единицы (10%).

В результате анализа нами установлено, что дилеров с интервалом закупок 30 дней типа «хаотичный» 55%, а активных клиентов — только 3%. Клиентов типа «холерик» 10 единиц (32%), а типа хромой 3 единицы (10%).

**Рейтинг активности по дилерам
с интервалом закупок 30 дней**

Таблица 4

Рейтинг активности	Количество клиентов	Доля клиентов (%)
Активный	1	3
Холерик	10	32
Хаотичный	17	55
Хромой	3	10
Итого	31	100

В расчет рейтингов активности по дистрибьюторам принято 18 клиентов.

По дистрибьюторам клиенты были классифицированы по двум признакам:

- интервал между закупками — 14 дней (табл. 8);
- интервал между закупками — 30 дней (табл. 9).

Таблица 5

**Рейтинг активности по дистрибьюторам
с интервалом закупок 14 дней**

Рейтинг активности	Количество клиентов	Доля клиентов (%)
Активный	-	-
Холерик	5	28
Хаотичный	12	67
Хромой	1	5
Итого	18	100

В результате анализа нами установлено, что дистрибьюторов с интервалом закупок 14 дней типа «хаотичный» 67%, а активных клиентов нет. Клиентов типа «холерик» 5 единиц (28%), а типа хромой 1 единица (5%).

Таблица 6.

**Рейтинг активности по дистрибьюторам с интервалом
закупок 30 дней**

Рейтинг активности	Количество клиентов	Доля клиентов (%)
Активный	2	11
Холерик	8	44
Хаотичный	7	40
Хромой	1	5
Итого	18	100

В результате анализа нами установлено, что дистрибьюторов с интервалом закупок 30 дней типа «холерик» 44%, а активных клиентов — 11%. Клиентов типа «хаотичный» 7 единиц (40%), а типа хромой 1 единица (5%).

Проводить анализ рейтинга активности торгующих организаций нецелесообразно, так как по данному виду клиентов не планируется регулярность закупок.

Литература:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: ЦЭИМ, 1996. — 207 с.
2. Качалов И. Планирование продаж с точностью 90% и выше. — Санкт-Петербург: Питер, 2008.
3. Керимов, Сухов Р.А., Селиванов П.В., Епифанов А.А., Крапива Д.В. Организация управленческого учета коммерческо-сбытовой деятельности // Аудит и финансовый анализ, № 3, 2003.
4. Невес Маркос Фава, Кастро Лучано Томи. Инновационное планирование и управление продажами: авторская модель // Управление продажами, № 4, 2010.

Проблемы учета и налогообложения операций по договорам простого товарищества

Парасоцкая Н.,

к.э.н., доцент кафедры бухгалтерского учета Финансового университета при Правительстве РФ

Зими́на Ю.,

учетный факультет Финансового университета при Правительстве РФ

Шарафуллина А.,

учетный факультет Финансового университета при Правительстве РФ

В статье рассмотрены основные спорные моменты бухгалтерского и налогового учета хозяйственных операций, осуществляемых в рамках договора простого товарищества. Проанализированы возможные пути налоговой оптимизации, позволяющие законным образом снизить налоговую нагрузку организаций. Выявлены ситуации, при которых налоговая оптимизация переквалифицировалась в налоговое злоупотребление.

Ключевые слова: совместная деятельность, договор простого товарищества, налоговая оптимизация, налоговые злоупотребления, упрощенная система налогообложения.

Issues of accounting and taxation operations under a partnership

Parasotskaya N.,

Ph.D., assistant professor of «Accounting» Financial University of the Russian Government

Zimina J.

accounting department of the University of Finance of the Russian Government

Sharafullina A.,

accounting department of the University of Finance of the Russian Government

The article describes the main problems of accounting by the partnership agreement. Also, joint venture allows to optimize taxes by reducing them legitimate ways. Moreover, there considered situations in the article when tax optimization turns into tax abuse.

Keywords: joint venture, partnership agreement, tax optimization, tax abuse, simplified tax system.

«Объединиться, чтобы выжить» или «объединиться, чтобы развиваться» — цели, которые ставят перед собой коммерческие организации, решившие объединить усилия, финансовые средства или ресурсы.

Согласно ст. 1041 ГК РФ по договору о совместной деятельности (договору простого товарищества) двое или несколько лиц (товарищей) обязуются объединить свои вклады и совместно действовать без образования юридического лица для извлечения прибыли.

Договор простого товарищества является простой и наиболее эффективной формой сотрудничества

организаций без создания для этой цели юридического лица, а процедура его оформления не требует государственной регистрации в налоговых органах, во внебюджетных фондах и в органах статистики (за исключением ситуации, когда товарищество осуществляет операции, признаваемые объектом налогообложения акцизами в соответствии с главой 21 НК РФ, в этом случае лицо, ведущее дела простого товарищества, должно известить налоговый орган об исполнении им обязанностей налогоплательщика в рамках договора). С одной стороны, это делает договор удобным и привлекательным для

желающих временно объединить свои усилия, знания и имущество в целях извлечения прибыли. С другой стороны, вследствие отсутствия достаточного количества специальных правовых норм, касающихся договоров простого товарищества, учет и налогообложение операций в его рамках достаточно специфичны и вызывают множество вопросов.

Бухгалтерский учет операций, осуществляемых в рамках договора простого товарищества, ведется в общепринятом порядке. При этом имеется ряд особенностей.

Согласно законодательству РФ каждый товарищ должен внести свой вклад в совместную деятельность. Это может быть любое имущество (товары, деньги, недвижимость), а также имущественные права, деловая репутация, профессиональные знания, навыки, умения (ст. 1042 ГК РФ).

Однако при внесении такого вклада, как деловые связи, у товарища может возникнуть проблема с отражением вклада в бухгалтерском учете. По мнению Минфина РФ, организация не вправе внести деловые связи в качестве вклада в простое товарищество. В своем письме от 2 февраля 2000 г. № 04-02-05/7 Минфин России разъясняет, что, поскольку ГК России не содержит определения понятия «деловые связи», использование упомянутой нормы не представляется возможным. Поэтому, по мнению финансового органа, организация не вправе внести деловые связи в качестве вклада в простое товарищество. Также, согласно правилам ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации, товарищ — юридическое лицо может внести в качестве вклада в простое товарищество только то, что ему принадлежит на праве собственности, отражено в его балансе и имеет стоимостную оценку (денежные средства, имущество, нематериальные активы и т. п.). Тем не менее, в судебной практике встречаются примеры ситуаций, когда простое товарищество принимало в качестве вклада деловые связи каждого из товарищей (см. постановление ФАС Уральского округа от 6 апреля 2000 г. по делу № Ф09-396/2000-ГК).

Вопросы бухгалтерского учета по договору простого товарищества регламентирует Положение по бухгалтерскому учету «Информация об участии в совместной деятельности», утвержденное приказом Минфина России от 24.11.2003 № 105н (ПБУ 20/03).

Согласно Инструкции по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций (утв. приказом Минфина России от 31.10.2000 № 94н) для учета наличия и движения вкладов в общее имущество по договору простого товарищества используется счет 58 «Финансовые вложения» субсчет 4 «Вклады по договору простого товарищества».

У товарища, ведущего общие дела, имущество, внесенное участниками договора о совместной деятельности в качестве вклада, учитывается обособленно (на отдельном балансе) на счете по учету вкладов товарищей в оценке, предусмотренной договором (п. 18 ПБУ 20/03).

Активы, внесенные в счет вклада по договору о совместной деятельности, включаются организацией — товарищем в состав финансовых вложений по стоимости, по которой они отражены в бухгалтерском балансе на дату вступления договора в силу (п. 13 ПБУ 20/03). Однако согласно ПБУ 19/02 «Учет финансовых вложений» первоначальной стоимостью финансовых вложений, вносимых в счет вклада организации — товарища по договору простого товарищества признается их денежная оценка, согласованная товарищами в договоре (п. 15 ПБУ 19/02).

Министерство финансов России не дает рекомендаций по возникающим разногласиям в нормативных документах по бухгалтерскому учету. Поскольку оба положения являются нормативными правовыми актами одного иерархического уровня в системе правовых актов РФ, то, по мнению ведомства, акт, вступивший в силу позже, имеет приоритет перед ранее принятым документом (письмо Минфина России от 23.08.01 № 16-00-12/15). Таким образом, можно сделать вывод, что необходимо придерживаться указаний ПБУ 20/03.

Часто встречающейся ситуацией является несовпадение балансовой (остаточной) стоимости вносимых активов по договору с их оценочной стоимостью. При этом разница между этими величинами отражается как операционный доход или расход. Рассмотрим сложившуюся ситуацию на примере.

Пример. ООО «Пион» и ОАО «Люттик» заключили договор совместной деятельности. Вклад ООО «Пион» оценен в 340 000 руб., а вклад ОАО «Люттик» — в 260 000 руб. Первая организация в качестве вклада в совместную деятельность передает станок, вторая — материалы. Первоначальная стоимость передаваемого станка составила 360 000 руб. Он был введен в эксплуатацию в 2010 году, начисленная величина амортизации по нему — 38 000 руб. Передаваемые материалы учтены в ОАО «Люттик» в сумме 250 000 руб. Материалы были приобретены в текущем году.

Передача вкладов по договору простого товарищества в бухгалтерском учете отразится следующим образом.

В учете ООО «Пион»:

Дебет 01/«Выбытие основных средств» Кредит 01 — 360 000 руб. — отражено списание первоначальной стоимости выбывающего станка;

Дебет 02 Кредит 01/«Выбытие основных средств» — 38 000 руб. — списана начисленная амортизация за время эксплуатации станка;

Дебет 58/4 Кредит 01/«Выбытие основных средств» — 322 000 руб. (360 000 — 38 000) — отражена в качестве вклада в совместную деятельность остаточная стоимость станка;

Разница между оценочной стоимостью передаваемого станка и его остаточной стоимостью составила 18 000 руб. (340 000 — 322 000), данная сумма признается операционным доходом и учитывается при выявлении saldo прочих доходов и расходов за отчетный месяц:

Дебет 58/4 Кредит 91/1 — 18 000 руб. — включена в прочие доходы разница между оценочной стоимостью станка, передаваемого в качестве вклада и его остаточной стоимостью.

В учете ОАО «Люттик»:

Дебет 58/4 Кредит 10 — 250 000 руб. — отражена стоимость материалов, переданных в качестве вклада по договору простого товарищества;

Дебет 58/4 Кредит 91/1 — 10 000 руб. — включена в состав операционных доходов разница между оценочной стоимостью передаваемого в качестве вклада материалов и их учетной стоимостью.

Если же последовать норме, установленной ПБУ 19/02, то передачу вкладов следовало бы отразить несколько иначе. У первой организации передача оборудования в качестве вклада сопровождалась бы записями:

Дебет 58/4 Кредит 01/«Выбытие основных средств» — 340 000 руб. — передан станок для осуществления совместной деятельности;

Дебет 01/«Выбытие основных средств» Кредит 91/1 — 18 000 руб. — отражена разница между оценочной стоимостью станка передаваемого в качестве вклада и его остаточной стоимостью.

Аналогичные записи в части материалов необходимо было бы осуществить и второй организации:

Дебет 58/4 Кредит 10 — 260 000 руб. — отражена сумма переданных материалов для осуществления совместной деятельности;

Дебет 10 Кредит 91/1 — 10 000 руб. — отражена разница между оценочной стоимостью материалов передаваемых в качестве вклада по договору о совместной деятельности и их учетной стоимостью.

По нашему мнению необходимо внести поправки и изменения в ПБУ 19/02. Хотя вполне возможно, что вышеупомянутая норма ПБУ 19/02 должна использоваться только при учёте вкладов на обособленном балансе товарищества.

Проблемным является вопрос: на каком счете необходимо учитывать вклады по договору простого товарищества. Согласно инструкции по применению плана счетов для обобщения информации о состоянии и движении вкладов в общее имущество по договору простого товарищества используется счет 80, но в отличие от обычного его названия «Уставный капитал», используется название — «Вклады товарищей». При этом аналитический учет ведется по каждому договору и каждому участнику договора.

Для урегулирования данного вопроса необходимо введение субсчета «Вклады товарищей» к счету 80, либо ввести отдельный счет, к примеру, 85 «Вклады товарищей».

Как указывалось выше, отдельный учет финансово-хозяйственных операций, в котором отражаются все операции в рамках осуществления совместной деятельности, как правило, ведет уполномоченный участник товарищества обособлено. Поэтому уполномоченный участник составляет два баланса: собственный и по совместной деятельности. Поскольку обособленный баланс простого товарищества не является балансом юридического лица, то он не представляется ни в налоговые, ни в иные контролирующие органы (письмо УФНС по г. Москве от 31.08.2004 № 11-14/56167). Следовательно,

это может нести в себе угрозу применения мошеннических схем.

Что касается осуществления расчетов наличными денежными средствами, то поскольку каждая организация ведет только одну кассовую книгу (п. 23 Письмо ЦБ РФ № 18 «О порядке ведения кассовых операций»), наличные деньги, получаемые и выдаваемые уполномоченным товарищем в рамках исполнения договора о совместной деятельности, обязательно должны проходить через кассу этого товарища.

Таким образом, участник, ведущий общие дела, имеет только одну кассовую книгу, в которой отражаются как его собственные операции, так и операции по совместной деятельности.

Для соблюдения требования по организации раздельного учета может быть использовано обособление в кассовой книге данных по движению денежных средств, в части операций по совместной деятельности и в части хозяйственных операций самого участника. В указанных целях в кассовой книге участника ежедневно могут открываться два раздела, например, «По основной деятельности» и «По совместной деятельности».

При ведении бухгалтерского учета операций, совершаемых в рамках совместной деятельности, практически всегда возникает вопрос о том, какими методами следует руководствоваться участнику, ведущему общие дела, в тех ситуациях, когда бухгалтерское законодательство предлагает несколько возможных вариантов ведения учета. Организации в этих случаях руководствуются положениями, закрепленными в своей учетной политике. Простое же товарищество юридическим лицом не является, поэтому формально нормы ПБУ 1/2008 на него не распространяются.

Поскольку порядок формирования учетной политики в рамках ведения совместной деятельности бухгалтерским законодательством не урегулирован, а его отсутствие делает невозможным ведение бухгалтерского учета по целому ряду операций, совершаемых простым товариществом, то участники простого товарищества могут самостоятельно утвердить указанный порядок, закрепив его в договоре простого товарищества либо в дополнительном соглашении к нему.

Для ведения бухгалтерского учета в рамках совместной деятельности участник, ведущий общие дела, может руководствоваться собственной учетной политикой, а может и специально разработанной товарищами в зависимости от порядка, закрепленного в договоре.

Совместная деятельность в ряде случаев дает значительные экономические преимущества. Кроме простоты оформления договора и получения экономических выгод, простое товарищество может давать участникам определенные возможности налоговой оптимизации. Главное, чтобы налоговая оптимизация не превратилась в налоговое злоупотребление.

Особый порядок налогообложения применительно к договору простого товарищества содержит элементы налоговых льгот, использование которых позволит законным образом снизить налоговую нагрузку участников. Тем самым участие в договоре простого товарищества

становится актуальным инструментом оптимизации налогообложения для широкого круга компаний.

В соответствии с договором простого товарищества учет операций ведется на отдельном балансе уполномоченного участника, при этом применяется особый порядок исчисления и уплаты НДС и налога на прибыль.

Если участник простого товарищества находится на общей системе налогообложения, то он освобождается от уплаты налогов при осуществлении хозяйственных операций по внесению вкладов в совместную деятельность в момент организации товарищества и при их получении по окончании действия договора.

Вводом таких налоговых послаблений законодатель дает возможность организациям создать альтернативный путь развития бизнеса без дополнительных затрат, в том числе налоговых, на его создание. Объединяя в «безналоговом режиме» на определенное договором время собственные активы и денежные средства, участники договора простого товарищества могут эффективно их использовать в совместной деятельности, получая дополнительные доходы.

Если организация — участник простого товарищества применяет упрощенную систему налогообложения (УСН), то кроме освобождения от налогов операций по внесению и возврату вкладов товарищам ему предоставлены дополнительные права.

Во-первых, это возможность законодательно уменьшить сумму доходов, принимаемых в расчет получения и сохранения права на применение УСН. Право перехода на УСН, как и право ее последующего применения, зависит от величины доходов. Они по правилам налогового законодательства не должны превысить установленный лимит.

Законодатель дал возможность организациям (кроме поименованных в п. 3 ст. 34612 НК РФ) перейти на УСН, если их доходы от реализации за девять месяцев, предшествующих году, с которого организации переходят на УСН не превысят 15 млн. руб., проиндексированных на коэффициент-дефлятор.

На практике применение коэффициента выглядит следующим образом. В 2008 г. коэффициент-дефлятор был определен в размере 1,34. Это означает, что перейти на УСН с 1 января 2009 г. было можно, если доход не превысил 20 100 тыс. руб. (15 млн. руб. × 1,34) (см. письмо Минфина России от 31 января 2008 г. № 03-11-04/2/22).

Следует отметить, что с 2010 по 2012 г. для целей расчета лимитов по УСН коэффициент-дефлятор не применяется, так как законодательно установлены фиксированные суммы.

Для обретения возможности и сохранения права применения УСН в определенных случаях позволит договор простого товарищества. По результатам совместной деятельности участником, ведущим общие дела простого товарищества, распределяется финансовый результат между остальными участниками. Полученная прибыль признается ими в составе доходов (п. 1 ст. 346.15, п. 9 ст. 250 НК РФ). Очевидно, что участие «упрощенца» в совместной деятельности в форме простого товарищества

выводит значительную часть доходов за пределы расчета — эти доходы остаются на отдельном балансе товарищества, который ведет уполномоченный участник.

Во-вторых, это возможность учесть в рамках совместной деятельности расходы, которые не поименованы в ст. 34616 НК РФ. При УСН объект налогообложения уменьшают расходы, которые указаны в п. 1 ст. 34616 НК РФ и соответствуют требованиям, установленным п. 1 ст. 252 НК РФ (п. 2 ст. 34616 НК РФ), причем перечень расходов закрытый. Налоговый учет по договору простого товарищества, который ведет уполномоченный участник договора, выполняется в соответствии с общим режимом налогообложения по правилам гл. 25 НК РФ (письма Минфина России от 22 декабря 2006 г. № 03-11-05/282 и от 19 июля 2006 г. № 03-11-04/2/145). Следовательно, расходы, осуществляемые в рамках совместной деятельности, учитываются по правилам гл. 25 НК РФ. Перечень этих расходов значительно шире и не является закрытым. Главное, чтобы расходы были экономически обоснованными и документально подтвержденными.

В-третьих, это возможность перевести основные средства и нематериальные активы в совместную деятельность на отдельный баланс товарищества. Организация может перейти на УСН, только если остаточная стоимость ее основных средств и нематериальных активов не превышает 100 млн. руб. Этот показатель определяется по правилам бухгалтерского учета (п. 16 п. 3 ст. 34612 НК РФ). В соответствии с п. 13 ПБУ 20/03 активы, внесенные в счет вклада по договору о совместной деятельности, включаются организацией-товарищем в состав финансовых вложений по стоимости, по которой они отражены в бухгалтерском балансе на дату вступления договора в силу. Значит, при списании основных средств и нематериальных активов с баланса участника договора простого товарищества, с одной стороны, общая величина активов участника не меняется, а с другой — часть активов, принимаемых к расчету для подтверждения возможности применения организацией УСН, при заключении договора простого товарищества может быть выделена за пределы расчета.

В-четвертых, это возможность применить пониженную налоговую ставку при налогообложении доходов, полученных в результате распределения прибыли от уполномоченного участника договора простого товарищества. В соответствии с п. 3 ст. 3461 НК РФ налогоплательщики, являющиеся участниками договора простого товарищества, применяют в качестве объекта налогообложения доходы, уменьшенные на величину расходов. Налоговая ставка согласно ст. 346.20 НК РФ установлена в размере 15%. С 2009 г. субъектам РФ дано право на снижение этой ставки до 5%. Поскольку ставка налога на прибыль на 20%, экономия участника-«упрощенца» очевидна.

В-пятых, возможность применить освобождение от обязанности по уплате налога на имущество. Организации, применяющие УСН, освобождаются от обязанности по уплате налога на имущество организаций. Следовательно, участник договора простого товарищества экономит на расходах по налогу на имущество

и по собственному имуществу, и по имуществу, приобретенному в процессе совместной деятельности, в размере доли, принадлежащей участнику по условиям договора.

Однако право на применение УСН есть не у каждого налогоплательщика, поскольку существуют определенные ограничения, установленные п. 3 ст. 34612 НК РФ.

Заключение договора простого товарищества в определенных случаях может позволить довести показатели организации до допустимых граничных значений, так как выводит из расчета значительные суммы доходов, получаемых в совместной деятельности, а также стоимость имущества, используемого в совместной деятельности.

Если по результатам экономических расчетов принимается решение о создании схемы работы в режиме простого товарищества, то необходимо тщательно проработать механизм взаимодействия участников совместной деятельности для достижения определенного результата. При этом нельзя допускать заключения договора простого товарищества только ради снижения налоговой нагрузки, без реальной общей деловой цели, чтобы достигнутая налоговая оптимизация не была переквалифицирована в налоговое злоупотребление.

В налоговом планировании налогоплательщика часто используется так называемый метод замены договора, основанный на различиях в налогообложении операций, осуществляемых на основании договоров разных видов. Суть метода заключается в том, что при наличии возможности заключения договоров разных видов избирается тот, который дает оптимальный режим налогообложения.

Учитывая особенности налогообложения операций, совершаемых в рамках совместной деятельности, налогоплательщику часто может быть выгоднее заключать договор с контрагентом не самостоятельно, а в рамках деятельности, осуществляемой простым товариществом и от имени такого простого товарищества. При этом вид договора остается неизменным, но режим налогообложения как самой операции, проводимой по данному договору, так и полученных налогоплательщиком доходов может значительно измениться.

Поскольку использование в хозяйственной практике договоров простого товарищества дает участникам определенные преимущества при налогообложении, такие договоры часто применяются притворно (для минимизации налогообложения) либо для прикрытия других договоров (с целью избежать налогообложения). Например, выявлены случаи, когда предприниматели заключают договор простого товарищества по передаче помещений, используемых им в производственном процессе, дабы скрыть отношения по договору аренды и возникающих по нему арендных платежей.

Налоговые органы при проверке налогоплательщиков стараются пресекать подобные действия. При проверке налоговые органы могут счесть, что заключенный налогоплательщиком договор простого товарищества не соответствует действительному экономическому содержанию

совершенных в его рамках сделок, и принять решение о переквалификации этого договора. Иначе говоря, по итогам проверки они определяют сумму недоимки и пеней, возникших в результате переквалификации, и выставляют налогоплательщику требование об уплате. Если налогоплательщик не заплатит добровольно, то данная сумма будет взыскана в судебном порядке.

Другой немаловажной проблемой является заключение договора простого товарищества между взаимозависимыми лицами. Если руководитель одной организации-товарища одновременно исполняет функции заместителя руководителя другой организации — члена товарищества, то при заключении договора о совместной деятельности это расценивается налоговыми органами как злоупотребление со стороны налогоплательщика, так как организация в данной ситуации действует в собственных интересах, а не в интересах товарищества.

Из приведенных примеров следует, что при проверке налогоплательщиков, ведущих совместную деятельность по договорам простого товарищества, налоговые органы тщательно изучают эти договоры на предмет «подмены вида договора» в целях уклонения от налогообложения.

Налоговым органам не всегда удастся собрать необходимые доказательства, однако, учитывая существование прецедентов, наличие в организации подобных ситуаций следует рассматривать в качестве налоговых рисков. Чтобы избежать налоговых споров, участникам договора простого товарищества необходимо тщательно прорабатывать существенные условия договора в момент его заключения и экономически обосновывать все хозяйственные операции совместной деятельности путем их документального подтверждения при исполнении такого договора.

В заключение хотелось бы отметить, что, несмотря на пристальное внимание налоговых органов к участникам договора простого товарищества, если стороны действительно работают по такому договору и правильно оформляют документы, опасаться претензий со стороны налоговых органов не стоит.

Литература:

1. Козенкова Т.А. Методы налогового планирования в группе компаний: Монография. — М.: Маркетинг, 2008
2. Козенкова Т.А., Нитецкий В.В., Суглобов А.Е. Практикум по аудиту и финансовому менеджменту: Учебное пособие для вузов. — М.: КноРус, 2007
3. Положение по бухгалтерскому учету «Информация об участии в совместной деятельности» ПБУ 20/03, утвержденное приказом Минфина России от 24.11.2003 № 105н.
4. Пантелеев А.С., Звездин А.Л. Бухгалтерский и налоговый учет совместной деятельности: практическое руководство. — М.: ОАО «Издательский Дом «Бухгалтерский учет», 2010. — 184 с.
5. Совместная деятельность, бухгалтерский и налоговый учет // Клуб главных бухгалтеров, 2010, № 8.
6. Учет совместной деятельности по новому ПБУ. Бухгалтерский учет. <http://www.buh.ru/document-547>.

Налоговый контроль: проблемы и пути решения

Слободчиков Д.,

к.э.н., доцент кафедры экономики Дальневосточного федерального университета

Создание надежной экономической системы как фундамента успешного функционирования любой страны и граждан ее населяющих, своевременное пополнение финансовыми средствами всех уровней бюджетной системы страны немыслимы без сформированного и эффективно действующего механизма налогового контроля, что требует рассмотрения методов повышения эффективности налогового контроля.

Ключевые слова: налоговый контроль, информационный массив, программное обеспечение, риск.

The tax control: problems and ways of the decision

Slobodchikov D., Ph.D., Associate professor Far Eastern Federal University

Creation of reliable economic system as base of successful functioning of any country and citizens its occupying, duly updating by financial assets of all levels of budgetary system of the country are inconceivable without the generated and effectively working mechanism of the tax control that demands consideration of methods of increase of efficiency of the tax control.

Key words: the tax control, an information file, the software, risk.

Налоговая система Российской Федерации постоянно совершенствуется, однако на данном этапе своего развития она имеет множество нерешенных проблем, которые представляют угрозу для ее эффективного функционирования.

В связи с этим создание надежной экономической системы как фундамента успешного функционирования любой страны и граждан ее населяющих, материализация преобразований в области налогов и налогообложения, своевременное и полное пополнение финансовыми средствами всех уровней бюджетной системы страны немыслимы без сформированного и эффективно действующего механизма налогового контроля.

Особенно эффективным в данном направлении является повышение числа налоговых проверок, осуществляемых вместе с правоохранительными органами государственной власти. Высокая действенность значительно повышает число поступлений в бюджет от проведения налогового контроля данным способом.

Еще одним эффективным способом в области осуществления контрольных мероприятий налоговыми органами выступает проведение повторных налоговых проверок по отношению к организациям, допустившим утаение налогов и сборов в крупных величинах в продолжение года со дня данного сокрытия. Считаем, что осуществление операций повторных налоговых проверок следует сделать обязательной процедурой по отношению к указанным плательщикам налогов и других обязательных платежей.

Проведение перепроверки деятельности таких налогоплательщиков дает возможность решить одновременно две задачи, а именно, не только наблюдать за справедливостью текущей бухгалтерской отчетности, но и проследить за претворением в жизнь изменений по предыдущему акту проверки.

Если эффективность проведения налоговой проверки рассматривать с позиции времени ее проведения, например, времени суток, то наиболее продуктивными в этом случае являются проверки, которые осуществляются в вечерние и ночные часы.

Наилучший результат приносят перекрестные налоговые проверки, которые представляют собой выезд уполномоченных должностных лиц одного налогового органа на области, относящиеся к деятельности иной налоговой инспекции.

По-нашему мнению, ключевое мероприятие, которое позволит увеличить эффективность налогового контроля — это совершенствование существующих на данный момент ревизионных процессов. Обязательными требованиями к данному механизму проведения контрольных действий в сфере налогового контроля выступают:

во-первых, использование результативных инструментов, способов и механизмов проведения налоговых проверок, в соответствии с общетрадиционной системой осуществления налогового контроля, а также базирующихся на основательной законодательно-правовой базе, в которой закреплены довольно масштабные по своим объемам права налоговых органов в сфере налогового контроля, с помощью которых последние могут оказать влияние на невнимательных или нечестных плательщиков налогов;

во-вторых, необходимо производить систематизацию информации по всему информационному массиву и составление на ее основе единой системы оценки деятельности уполномоченных должностных лиц налоговых органов. С ее помощью возможно объективно проследить за итогами работы каждого соответствующего лица, а также разграничить поручения при составлении проекта в период проведения мероприятий налогового характера наиболее продуктивным образом;

в-третьих, повышение ответственности и степени наказания за осуществленные правонарушения в области налогового законодательства.

Для решения указанных задач важным моментом является проведение мероприятий, связанных с совершенствованием методов налогового контроля. На пути реализации достижения данной цели необходимо обозначить следующие действия:

- образование предпосылок для последующей информатизации и автоматизации ревизионной деятельности налоговой организации;

- применение программного обеспечения при проведении камеральных налоговых проверок на основе математических и информационных механизмов;

- снижение трудовых затрат аналитической деятельности при поиске и выборе налогоплательщиков путем применения автоматизированных информационных средств;

- увеличение эффективности выездных налоговых проверок с помощью проведения мероприятий поиска и тщательно продуманных действий по выбору плательщиков налогов и других обязательных платежей в бюджет;

- уменьшение числа несоблюдения законодательства в области налогообложения путем совершенствования и увеличения качественных характеристик ревизионной деятельности, а также формирование у плательщика налогов и сборов навыков своевременного предоставления информационных данных, их верности и точности;

- формирование определенных требований для обстоятельного проведения контрольных действий налоговой организацией при помощи применения целостной координатной, систематической и уведомительной системы процесса выбора плательщиков налогов и других обязательных платежей для проведения выездных налоговых проверок;

- образование информационно-материальных резервов для аккумулирования информации о несоблюдении налогового законодательства, необходимой для осуществления дальнейшего анализа при принятии решения о целесообразности проведения выездных налоговых проверок.

Кроме того, важным моментом здесь является не только разработка необходимых способов и методов действия, но и их непосредственное введение в эксплуатацию.

В этом направлении можно выделить два метода решения поставленной проблемы:

во-первых, развитие и модернизация действующих методов налогового контроля;

во-вторых, эволюция в устройстве действующего налогового контроля, затрагивающая проведение радикальных реформ во всех структурных подразделениях.

По-нашему мнению, наиболее эффективным является применение указанных методов в совокупности, поскольку в определенных случаях использование первого метода не всегда может дать необходимый результат. При этом данное положение обусловлено также тем, что первый метод дает краткосрочный эффект, в то время как применение второго пути обеспечивает решение данной проблемы на длительный срок.

В рамках использования второго способа, считаем целесообразным, создание современных способов и механизмов арифметической системы имитационного моделирования,

современных информационно-технических средств в области налогов и налогообложения.

Реализация второго способа также подразумевает проведение исследований, связанных с эксплуатацией инструментов по снижению рисков в ходе анализа выполнения налоговых обязательств, и действий налогового контроля с точки зрения методов моделирования неопределенности, инструментов многофакторного нелинейного моделирования на базе структурных процессов однотипных групп плательщиков налогов и сборов, инструментов синтеза рационального планирования выездных налоговых проверок, и вдобавок, разработки программных продуктов для вычисления экономических коэффициентов, оценивающих степень налогообложения.

Однако в настоящее время в решениях проблем налогового контроля преобладает первое направление, которое заключается в совершенствовании программного обеспечения в области налогообложения. Причиной доминирования первого метода над вторым является недостаточное государственное финансирование, в результате чего формируется недостаток финансовых ресурсов для осуществления второго способа, который по своей сути является не только более трудоемким, но и более затратным.

В связи с наибольшей распространенностью первого направления, на вопросе совершенствования уже существующих информационных технологий в области налогов и налогообложения, остановимся более подробно.

Сегодня в налоговых организациях применяются индивидуально подготовленные информационные ресурсы, использование которых дает незамедлительный эффект. Однако здесь имеется множество нерешенных проблем, поскольку данные автоматизированных информационных средств еще далеки от идеала.

Например, программное обеспечение, применяемое в настоящее время для контроля за правильностью оформления первичных документов при проведении выездных налоговых проверок, только отчасти решает данную проблему, так как загрузка информации первичных документов происходит длительный отрезок времени, что снижает продуктивность данной проверки. При этом данное программное обеспечение является не полностью автоматизированным, а также требует применения ручного человеческого труда в виде последующего обязательного контроля введенной информации высококвалифицированным налоговым инспектором, что также снижает эффективность проведения налогового контроля.

Дальнейшее совершенствование программного обеспечения путем внедрения автоматизированных информационных средств, по-нашему мнению, существенно повысит эффективность и результативность работы налоговых органов.

Особенную пользу использование автоматизированных информационных средств может принести налоговому органу на стадии поиска и выбора налогоплательщиков для проведения налоговых проверок, так как ручная работа не позволяет обрабатывать информационный массив внушительных размеров.

В связи с этим в настоящее время ведется работа по введению в действие общих автоматизированных информационных ресурсов, применение которых ускорит процедуру поиска и выбора плательщиков налогов и сборов с динамикой показателей отличных от установленных пределов,

позволит определить действительные границы обязанностей плательщика налогов и сборов.

Программное обеспечение упростит и ускорит процедуру сопоставления различных отчетных показателей налогоплательщика с нормативными данными.

Применение методов программного обеспечения будет наиболее полезным по отношению к учреждениям, объемы деятельности которых оцениваются небольшими размерами.

К данному утверждению необходимы краткие пояснения.

Поскольку ограниченное количество сотрудников налоговой организации, осуществляющих камеральную налоговую проверку большого количества малых предприятий, обязаны не только хорошо осуществить за определенный период действия налогового контроля, но также провести выборку для осуществления выездной налоговой проверки, то перед налоговыми органами встает нелегкая задача — выбор именно тех из организаций, по отношению к которым контрольные действия могли бы произвести наибольшие начисления в бюджет при наименьших временных издержках. То есть решить данную проблему возможно лишь с помощью средств автоматизации.

Конечным итогом первого направления будет формирование результативной системы работы должностных лиц налоговых органов, основу которой составляют современные информационно-автоматизированные средства, отличающиеся сильным концентрированным аналитическим потенциалом, который, в свою очередь, дает возможность решать задачи планирования, прогноза, оценки, управления, наблюдения и ревизии на предельном уровне.

Изменение системы функционирования налоговых органов предусматривает образование информационного потенциала, важного для получения и обработки планируемых налоговых доходов при запланированных издержках и в надлежащие сроки.

В пределах реализации совершенствования системы налоговых органов необходимо решить проблему применения автоматизированной информационной базы для проведения камеральных налоговых проверок.

В данном случае автоматизированным камеральным наблюдением признается проявление в изменениях множества контрольных соотношений, осуществляемых путем применения методов разработанного программного обеспечения и используемых для проведения проверки информации, содержащейся в бухгалтерской отчетности, а также налоговых расчетов предприятий-налогоплательщиков.

Также для успешной организации налогового контроля на территории Российской Федерации важным моментом является исследование зарубежной практики, связанной с налоговым законодательством.

Так, например, за границей в качестве методов повышения эффективности налогового контроля используются косвенные методы исчисления.

Среди указанных методов особенно часто встречаются:

во-первых, метод цельного соотношения имущественной собственности. Методика расчета налогооблагаемых поступлений указанным способом состоит из двух этапов:

1) учет отклонений имущественного состояния за отчетный промежуток времени;

2) учет произведенных и индивидуальных затрат за отчетный временной интервал.

Совокупность итога имущественного начисления и производственного и личного потребления сравнивается с сообщаемыми суммами доходов за отчетный временной интервал. На базе прироста имущества из невыясненных источников формируется решение о том, что последнее является результатом незадекларированных поступлений за отчетный промежуток времени;

во-вторых, метод, базирующийся на исследовании производственных резервов.

Указанный способ позволяет анализировать истинность отраженного в документации объекта реализации с издержками на производство.

В заключение следует обобщить все выводы и рекомендации в виде кратких положений:

— необходимо осуществить фундаментальные исследования практической деятельности иностранных государств в области применения современных автоматизированных средств в технологиях налоговых проверок;

— при улучшении методов проведения налогового контроля необходимо одновременно с увеличением применения автоматизированных информационных резервов, сформировать основы для использования новейших современных технических средств;

— в целях оперативного внедрения современных механизмов в практику налогообложения необходимо выработать координационные действия по внедрению и последующей проверке информационно-технических средств в процедуре осуществления камеральных налоговых проверок, в мероприятиях по поиску и выбору плательщиков налогов и сборов для назначения решения о проведении выездных налоговых проверок, которые, в свою очередь, должны базироваться на методах имитационного моделирования и динамичном регулировании по снижению уровня риска.

Таким образом, по нашему мнению, необходимо разработать теоретическую систему в области налогового контроля, реализация которой предоставила бы возможность продолжить совершенствование ревизионной деятельности путем выявления отдельных тенденций правового регулирования всех контрольных действий в области налогов и налогообложения.

Также для повышения результативности налогового контроля вышестоящие органы государственной власти должны осуществлять непрерывный контроль, основанный на информационных автоматизированных средствах проверки.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. — Москва: Проспект, КноРус, 2011. — 784 с.
2. Вдовин В.М. Суркова Л.Е., Смирнова А.В. Информационные технологии в налогообложении: учеб. пособие — М.: Дашков и К, 2011. — 205 с.
3. Овчинникова Н.О. Налоговое планирование и налоговый контроль со стороны правоохранительных органов: практ. пособие. — М.: Дашков и К, 2009. — 282 с.
4. Скрипниченко В.А. Налоги и налогообложение: учеб. пособие; Ин-т профессионал. бухгалтеров и аудиторов России. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Питер; М.: БИНФА, 2009. — 446 с.
5. Паскачев А.Б. Налоги и налогообложение: учеб. пособие для вузов. — М.: Высшее образование, 2008. — 383 с. — (Основы наук).

Методика анализа финансовой устойчивости предприятия

Погодина Т.,

*д.э.н., профессор кафедры финансового менеджмента
Академии бюджета и казначейства Министерства финансов РФ*

Бубнов М.,

аспирант Академии бюджета и казначейства Министерства финансов РФ

В период финансового кризиса основной задачей стало определение уровня финансовой устойчивости предприятия. Устойчивость служит индикатором выживаемости предприятия. Автором статьи рассмотрена методика анализа финансовой устойчивости предприятия.

Ключевые слова: анализ финансовой устойчивости, устойчивость организаций.

Methods of analysis of the financial sustainability of the enterprise

Pogodina T.

*Doctor of Economic Sciences, professor of financial management FGOU VPO MF RF,
«Budget and Treasury Academy of the Ministry of Finance»*

Bubnov M.,

post-graduate student, «Budget and Treasury Academy of the Ministry of Finance»

Annotation: In this time of financial crisis, the main objective was to determine the level of financial sustainability of the enterprise. Sustainability is an indicator of survival of the enterprise. The author of the article the technique of analysis of the financial sustainability of the enterprise.

Keywords: analysis of financial stability, the stability of institutions.

Одной из основных задач анализа финансово-экономического состояния предприятия является исследование показателей, характеризующих его финансовую устойчивость. Она определяется степенью обеспечения запасов и затрат собственными и заемными источниками их формирования, соотношением объемов собственных и заемных средств и характеризуется системой абсолютных и относительных показателей. Устойчивость служит залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия, но также может способствовать ухудшению финансового состояния под влиянием внешних и внутренних факторов.

Финансовая устойчивость является отражением стабильного превышения доходов над расходами, обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами предприятия и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. Финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и может считаться главным компонентом общей устойчивости предприятия. [2, с.181]

Анализ устойчивости финансового состояния на ту или иную дату позволяет ответить на вопрос, насколько

правильно предприятие управляло финансовыми ресурсами в течение периода, предшествующего этой дате. Важно, чтобы состояние финансовых ресурсов соответствовало требованиям рынка и отвечало потребностям развития предприятия. Недостаточная финансовая устойчивость может привести к неплатежеспособности предприятия и отсутствию у него средств для развития производства, а избыточная — препятствовать развитию, отягощая затраты предприятия излишними запасами и резервами. Таким образом, сущностью финансовой устойчивости является эффективное формирование, распределение и использование финансовых ресурсов. Платежеспособность выступает ее внешним проявлением.

Хорошей характеристикой устойчивости предприятия является его способность развиваться в изменчивых условиях внутренней и внешней среды. Для этого предприятие должно обладать гибкой структурой финансовых ресурсов и при необходимости иметь возможность привлекать заемные средства, т. е. быть кредитоспособным. Классификация типов финансовой устойчивости по таким признакам, как неплатежи и нарушения финансовой дисциплины, дана в таблице 1.

Таблица 1

**Классификация типов финансовой устойчивости с учетом неплатежей
и нарушений финансовой дисциплины**

Тип финансовой устойчивости	Признаки
Абсолютная и нормальная устойчивость	Отсутствие неплатежей и причин их возникновения, отсутствие нарушений внутренней и внешней финансовой дисциплины
Неустойчивое финансовое состояние	Наличие нарушений финансовой дисциплины (задержки в оплате труда, использование временно свободных собственных средств резервного фонда и фондов экономического стимулирования и пр.), перебои в поступлении денег на расчетные счета и платежах, неустойчивая рентабельность, невыполнение финансового плана, в том числе по прибыли
Кризисное финансовое состояние	<i>Первая степень (I):</i> наличие просроченных ссуд банкам; <i>Вторая степень (II):</i> I + наличие просроченной задолженности поставщикам за товары; <i>Третья степень (III):</i> граничит с банкротством: II + наличие недоимок в бюджет

На финансовую устойчивость организации влияет ряд факторов, которые можно разделить:

— по месту возникновения — на внешние и внутренние;

— по важности результата — на основные и второстепенные;

— по структуре — на простые и сложные;

— по времени действия — на постоянные и временные.

Внутренние факторы зависят от организации работы самого предприятия. Внешние же от решений руководства и коллектива предприятия по понятным причинам не зависят. Компетентность и профессионализм менеджеров предприятия, их умение учитывать изменения внутренней и внешней среды, слаженность работы коллектива являются почти во всех случаях самыми важными факторами финансовой устойчивости.

К внешним факторам относят влияние экономических условий хозяйствования, преобладающую в обществе технику и технологию, платежеспособный спрос и уровень доходов потребителей, налоговую кредитную политику правительства, законодательные акты по контролю за деятельностью организации, внешнеэкономические связи, систему ценностей в обществе и др. Влиять на эти факторы хозяйствующий субъект не в состоянии, он лишь может адаптироваться к их влиянию.

Значение финансовой устойчивости отдельных хозяйствующих субъектов для экономики и общества в целом складывается из его значения для каждого отдельного элемента этой системы:

— для государства в лице налоговых и других органов аналогичного назначения — своевременная и полная уплата предприятием всех налогов и сборов в бюджеты различных уровней. От этого зависит исполнение доходной части бюджета. В противном случае вследствие сокращения расходной части бюджета государство и местные органы власти не смогут в полной мере реализовать свои функции и выполнять обязательства, что в конечном счете может привести к разным негативным последствиям на государственном и региональном уровнях;

— для внебюджетных фондов, образованных под эгидой государства, своевременное и полное погашение задолженности по отчислениям в данные фонды. Невыполнение предприятиями своих обязательств (эти фонды образуются в основном за счет средств предприятий) влечет за собой нарушения в их работе, в частности в области выплат пенсий, пособий по уходу за детьми, пособий по безработице и т. д.;

— для работников предприятия и прочих заинтересованных лиц — своевременная выплата заработной платы, обеспечение дополнительных рабочих мест. Устойчивое финансовое положение является для работников предприятия гарантией своевременной выплаты заработной платы. Кроме того, увеличение доходов предприятия приводит к увеличению фондов потребления, а значит, и к улучшению материального благополучия работников данного предприятия. Также стабильное функционирование предприятия, его развитие обеспечивают создание дополнительных рабочих мест, что очень важно в условиях роста безработицы;

— для покупателей, заказчиков продукции, работ, услуг — стабильное функционирование, выполнение договорных условий. Невыполнение предприятиями своих обязательств может явиться причиной не только производственного, но и финансового кризиса у покупателей и заказчиков с известными последствиями;

— для поставщиков и подрядчиков — своевременное и полное выполнение обязательств. Для них эти моменты чрезвычайно важны, так как их доход от основной деятельности формируется из поступлений со стороны покупателей и заказчиков;

— для обслуживающих коммерческих банков — своевременное и полное выполнение обязательств согласно условиям кредитного договора. Невыполнение условий кредитного договора, неплатежи по выданным ссудам могут привести к сбоям в функционировании банков. Банкротство хотя бы одного банка из-за вытекающей отсюда неплатежеспособности многих его клиентов влечет за собой цепную реакцию неплатежей и банкротств;

— для собственников предприятия — доходность, величина прибыли, направляемая на выплату дивидендов. Для владельцев предприятия значение финансовой устойчивости проявляется как фактор, определяющий его прибыльность и стабильность в будущем. Кроме того, прибыльность, устойчивость финансового положения предприятия влияют на курсовую стоимость его акций, что немаловажно для акционеров со спекулятивной точки зрения;

— для инвесторов (в том числе и потенциальных) — выгодность и степень риска вложений в предприятие. Чем устойчивее в финансовом отношении предприятие, тем менее рискованны и более выгодны инвестиции в него.

Так же под финансовой устойчивостью понимают способность предприятия поддерживать целевую структуру источников финансирования. Как известно, в балансе обособлены три вида источников: собственный капитал, заемный капитал, краткосрочная кредиторская задолженность. Первый источник обеспечивается собственниками предприятия (его учредителями, участниками, акционерами), второй — лендерами (это в основном держатели облигаций и банки), третий — текущими кредиторами (в основном поставщиками сырья и материалов, а также банками, предоставляющими краткосрочные кредиты). Последний источник имеет очень существенное отличие от первых двух — он, как правило, бесплатен. Действительно, основной удельный вес в краткосрочных источниках занимает кредиторская задолженность, в частности, за поставленные сырье и материалы. В долгосрочных договорах поставки могут оговариваться графики поставки, условия оплаты, штрафные санкции и др. Что касается краткосрочных источников, являющихся платными (например, краткосрочные банковские кредиты), то ими можно управлять в оперативном режиме, т. е. прибегать к ним лишь в случае крайней необходимости или заведомой выгодности. Иными словами, эти источники не являются критически важными с позиции долгосрочной перспективы.

Иное дело — долгосрочные источники. Прежде всего, отметим, что эти источники платны: собственники фирмы получают дивиденды или капитализированный доход, который в принципе также доступен к получению в результате возможной продажи акций фирмы на свободном рынке, а лендеры — регулярно выплачиваемые им проценты. Далее, вложив свои средства в фирму, инвесторы (собственники и кредиторы) надеются в будущем вернуть их с приемлемой доходностью. Если эта доходность не обеспечивается, то инвесторы могут сначала постепенно, а потом лавинообразно покинуть предприятие, продавая свои финансовые инструменты или, в крайнем случае, инициируя процедуру банкротства. Таким образом, привлечение долгосрочных источников финансирования всегда сопряжено для самой фирмы и ее собственников с относительно большим риском по сравнению с мобилизацией краткосрочных источников.

Кроме того, в связке «собственники — лендеры» именно поставщики заемного капитала играют критическую роль, суть которой в следующем. Если собственники в критические для фирмы моменты могут повременить с получением текущих дивидендов и/или приемлемой

капитализированной доходности, то лендеры, если и ждут, то требуют за свое ожидание уплаты штрафных санкций, а если не ждут, то инициируют процедуру банкротства. Таким образом, именно привлечение заемного капитала представляет собой весьма ответственную процедуру, вступив в которую фирма на длительное время обременяет себя определенными и довольно жесткими обязательствами по выплате процентов (независимо от того, насколько успешна ее текущая деятельность и оправдались ли целевые ожидания, ради которых и был привлечен заемный капитал) и погашению полученных средств, которые, естественно, весьма объемны.

Привлечение заемных средств выгодно, но до определенных пределов. Строгих рекомендаций в этом направлении нет, а потому каждая фирма с течением лет нарабатывает свое представление об оптимальной структуре источников финансирования, которая и называется целевой структурой. Например, в фирме сложилось соотношение между собственным и заемным капиталом 2:1, которое и руководство фирмы, и рынок капитала рассматривают как вполне приемлемое для данной фирмы (данной сферы бизнеса). Это означает, что наращивание собственного капитала, например, в результате дополнительной эмиссии акций или роста нераспределенной прибыли, может сопровождаться и привлечением более дешевого заемного капитала. Если предприятие старается придерживаться упомянутой целевой структуры долгосрочных источников, то на каждые дополнительные два рубля прироста собственного капитала можно дополнительно привлечь один рубль капитала заемного. То есть если фирма работает успешно, ее собственный капитал нарастает, фактическое соотношение между собственными и привлеченными источниками смещается в сторону собственных, а потому при достижении определенного уровня и наличии и желании инвестиционных возможностей фирма может привлечь, например, долгосрочный банковский кредит в размере, восстанавливающем целевую структуру капитала. [1, с. 265—270]

Таким образом, используя методики платежеспособности и финансовой устойчивости, можно дать четкую оценку финансовых возможностей предприятия. С помощью применения методов платежеспособности прослеживается динамика изменения в структуре баланса, выявляют проблемные статьи. Совместно с применением методики оценки финансовой устойчивости получается четкая картина финансового положения организации.

Литература:

1. Ковалев В.В. Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности (основы балансоведения): учеб. пособие. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Проспект, 2006.
2. Козенкова Т.А., Нитецкий В.В., Суглобов А.Е. Практикум по аудиту и финансовому менеджменту: Учебное пособие для вузов. — М.: КноРус, 2007
3. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник — 3-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2004.

Стратегическое управление на предприятиях радиоэлектронной промышленности

Горшкова Л.,

*д.э.н., профессор экономического факультета Нижегородского
государственного университета им. Н.И. Лобачевского*

Поплавская В.,

к.э.н., экономического факультета Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского

На основе использования методов опроса руководителей, анкетирования специалистов проведена оценка практики реализации стратегического управления на предприятиях радиоэлектронной промышленности, определены причины несоответствия указанного вида деятельности современным требованиям.

Ключевые слова: Стратегическое управление, промышленные предприятия.

Strategic Management on Enterprises of Radioelectronic Industry

Gorshkova L.,

Doctor of Science (Economics), Prof., Faculty of Economics, N. I. Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Poplavskaya V.,

PhD., Faculty of Economics, N. I. Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

On the basis of interviewing of officials and polling of specialists the authors of the article evaluate the practices of implementation of strategic management on enterprises of radioelectronic industry, and state reasons why the indicated kind of activity does not satisfy the current demands.

Keywords: Strategic management, enterprises.

В настоящее время перед российскими промышленными предприятиями стоит дилемма: быть оттесненными во второстепенные области развития и даже погибнуть или начать развиваться в современной экономике. Будущее не за теми компаниями, которые способны создавать конкурентные продукты для традиционного рынка, а за теми, которые способны определять тренды и открывать принципиально новые рынки. Но для этого необходимы соответствующие инструменты — качественные системы

управления, ориентированные на развитие, владеющий ими персонал, позволяющий грамотно разрабатывать и достигать крупных и опережающих целей развития.

Цель данной статьи — оценить современное состояние стратегического управления на примере промышленных предприятий радиоэлектронного комплекса Приволжского федерального округа.

В 90-х годах привлекательными считались инвестиционная и банковская деятельность, торговля. В

начале XXI века перспективными отраслями считались топливно-энергетический комплекс, металлургия, машиностроение и ряд других отраслей. Сегодня на подъеме компании, занимающиеся высокотехнологическими разработками в области связи, медицины, технологий, материалов и т.д. Именно туда направляются инвестиции, именно там самые высокие темпы экономического роста. После того как в организациях решены текущие экономические, финансовые задачи, когда перестает стоять проблема экономического выживания предприятия, руководство начинает заниматься стратегическими вопросами.

Использование стратегического управления имеет место в основном в развитых секторах экономики, в частности в топливно-энергетическом комплексе и сфере услуг. Гораздо хуже дело обстоит в сфере разработок и производства. Однако приоритетное развитие современных наукоемких отраслей экономики, в том числе предприятий радиоэлектронной промышленности, являющихся базой экономического роста, выдвигает жесткие требования к качеству долгосрочных прогнозов и управленческих решений, последствия которых могут иметь стратегическое значение, как для отдельных предприятий, так и для экономики страны в целом.

Для создания передовой военной и гражданской техники, обеспечения технологической независимости и информационной безопасности отечественных электронных систем ключевые изделия, в том числе электронной компонентной базы и радиоэлектроники необходимо проектировать и производить в России.

Стратегия развития радиоэлектронной промышленности России подразумевает взаимоувязанную по целям, задачам и срокам реализации, а также финансовому обеспечению и государственной поддержке, совокупности федеральных целевых, отраслевых и межотраслевых программ и инвестиционных проектов. Эта стратегия носит в первую очередь комплексный характер. Мероприятия технологического, экономического, организационного, законодательного и социального характера направлены на динамичное развитие современной электронной компонентной базы в стране.

Реализация данной стратегии направлена на создание современных электронных изделий, средств и систем для модернизации действующего и создания современного технологического базиса развития приборостроения, а также на модернизацию систем управления и коммуникаций, энергосберегающих технологий, повышение уровня автоматизации производств. И, наконец, совершенствование специальной техники и вооружений. Поставлены задачи по созданию аппаратуры беспроводного широкополосного доступа, средств радиочастотной идентификации, планируется выпуск новой навигационной аппаратуры потребителей, медицинских приборов, аппаратуры управления воздушным движением, оборудования для топливно-энергетического и аграрно-промышленного комплексов, жилищно-коммунального хозяйства и т. п.

Стратегия исходит не только из экономических и технологических реалий, но и опирается на действующий

научно-технический потенциал и законодательную базу. Реализация комплекса взаимоувязанных целевых программ, подпрограмм и инвестиционных проектов позволит восстановить научно-технический и производственно-технологический потенциал радиоэлектронной отрасли в целом и вывести ее на современный мировой уровень.

Радикальные преобразования в отрасли объективно влекут за собой необходимость развития и использования инструментария стратегического управления в рамках самостоятельных субъектов хозяйствования. Проведенная оценка состояния практики реализации стратегического управления на предприятиях радиоэлектронной промышленности Приволжского федерального округа позволяет сделать следующие выводы.

В отдельных случаях стратегическое видение рассматривается как процесс, имеющий общий (описательный) характер принимаемых решений, основанный скорее на интуиции, нежели на рациональных методах. Основной движущей силой здесь выступает предпринимательское предвидение и накопленный годами опыт высшего менеджмента. Принимаемые решения устойчивы и охватывают масштабы всего предприятия.

Многим руководителям кажется, что работа со стратегиями удел богатых и преуспевающих организаций, которые могут себе позволить тратить время и деньги на абстрактные рассуждения о будущем, приглашать дорогих специалистов и создавать отдельные подразделения стратегического развития. Чем ниже активы организации, тем меньше шансов, что ее руководство использует стратегический менеджмент. Подобное отношение было и при развитии маркетинга или логистики, которые прошли непростой путь от красивой сказки и стали неотъемлемыми бизнес-функциями не только средних, но и малых предприятий.

Степень актуальности стратегического управления в современной России можно косвенно оценить по росту спроса предприятий на платные услуги по данному направлению. А ведь еще каких-нибудь 10—15 лет тому назад большинство руководителей предприятий не только не были готовы платить за услуги по решению проблем управления стратегическим развитием, они просто не понимали постановки вопроса.

На подавляющем большинстве исследованных предприятий не существует интегрированной системы стратегического управления. Высшее руководство под ней часто понимает интенсификацию коммерческих усилий маркетинговых служб. Это является следствием отсутствия у топ-менеджмента многих предприятий необходимого для современных экономических условий уровня компетентности — комплекса стратегических знаний и навыков, качества мышления.

Внедрение процедур стратегического управления, равно как и других управленческих функций, требует довольно много усилий, при этом возникает много проблем, которые необходимо решить. Примерно 50% попыток внедрить систему на промышленных предприятиях терпят неудачу.

По мнению авторов, это объясняется в основном следующими причинами:

— в отрасли не закончены процедуры реорганизации, отдельные специализированные предприятия переходят под управление концернов, что оказывает огромное влияние на процессы развития;

— руководителем процесса внедрения новых технологий управления становится не глава организации;

— не выделяются средства на обучение сотрудников внедрению системы стратегического управления и дополняющей ее системы автоматизации управления, а также других управленческих функций;

— находятся «объективные» причины неудач;

— отсутствует способность анализа результатов как положительных, так и отрицательных;

— процесс внедрения системы замедляется, над ним ослабляется контроль.

Независимо от того, по какой причине система внедрения организационных нововведений терпит фиаско, работники критикуют руководство за провал очередного управленческого решения. В результате расширяется пропасть между руководителями и сотрудниками, ослабляется корпоративная культура. Фальстарт внедрения системы стратегического управления затрудняет осуществление подобных процедур в дальнейшем, организация теряет замечательную возможность увеличить свою прибыль и долю на рынке при существенном сокращении операционных затрат.

Существует ряд существенных характерных особенностей, обуславливающих важность информационного обеспечения стратегического управления для промышленных наукоемких предприятий:

- достаточно сложная и запутанная система распределения полномочий между топ-менеджерами, структурными подразделениями предприятий;

- многообразие рынков сбыта, отличающихся по своей емкости и эластичности спроса по цене;

- многообразие видов деятельности (разработка, производство, услуги, торговля, строительство) и, как следствие, необходимость дополнительного разграничения по видам деятельности в системе управленческого учета и планирования;

- усложненная система контроля и стимулирования деятельности подразделений, которая должна охватывать все факторы хозяйственной деятельности;

- недостаточное качество информационного обеспечения процесса принятия управленческих решений (недостаточная полнота, достоверность и оперативность получения данных менеджерами всех уровней управления);

- недостаточная регламентированность документооборота и, как следствие, снижение эффективности систем планирования, учета и контроля деятельности предприятия.

Не все руководители российских предприятий придают должное значение подготовке и слаженности своих управленческих команд, делая ставку на отдельных специалистов или руководителей, упуская тем самым огромные возможности в развитии бизнеса. Встречаются

руководители, укрепляющие свою власть и влияние в организации посредством реализации принципа «разделяй и властвуй», искусственно поддерживая наличие противоборствующих группировок.

Часто на практике происходит ориентация на готовые рецепты. Менеджеры не стремятся понять принцип и затем самостоятельно разработать управленческую процедуру и формы документов, слепо копируя разработанные ранее методики и инструменты без приспособления их к конкретной ситуации.

Система стратегического управления — мощное оружие борьбы с организационным хаосом, который все более преобладает на практике, менеджеры буквально утопают в текущих делах. Скорее всего, дело в неумении руководителей организовать самих себя, распределить полномочия и не заниматься незначительными делами, а также организовать себя и свою работу не умеют подчиненные. Руководитель, который решится это исправить, должен быть готов изменить в первую очередь самого себя, свои методы работы. Мероприятия стратегического управления в идеале должны сравниваться по важности с оперативными вопросами. Что касается исследуемых предприятий, то решение текущих производственных проблем, поиск источников финансирования на оперативном уровне управления, как правило, не оставляют их руководству времени для осознания целей и направлений движения своего бизнеса и оборачиваются ослаблением их конкурентных позиций.

Преувеличенное значение сиюминутных успехов, монопольное положение на рынке, масштаб организации, игнорирование потребностей клиентов часто мешают менеджерам различных уровней объективно оценивать реальность, стимулируют решение сиюминутных задач, а не стратегическое мышление, приводят к недооценке или даже пренебрежению конкурентами, потере клиентов.

Субъекты хозяйствования при планировании своей деятельности не учитывают возможных качественных изменений во внешней среде. Планирование осуществляется на основе статической экстраполяции, предполагающей продление прошлых трендов основных показателей деятельности в будущем. Зачастую принимается безальтернативное направление функционирования предприятия, стратегия, неподдающаяся корректировке. Например, стратегическое планирование может рассматриваться в контексте совершенствования качества обслуживания клиентов, создания системы, получившей название «тотальное управление качеством».

Организации зачастую вырабатывают программы действий начиная с анализа внутренних возможностей и ресурсов, и при этом созданный продукт может быть не принят рынком. Действия менеджеров довольно часто опережают оценку ситуации.

Руководством предприятий не уделяется должного внимания вопросам, связанным с осознанием миссии и формированием стратегии. Чаще всего совершаются одни и те же ошибки: поспешность — отсутствие баланса между желанием быстро повысить эффективность и

Таблица

Сводная таблица результатов анкетирования

Наименование	Количество ответов, %	
	Да	Нет
Миссия	86	14
Разработанная стратегия	79	21
Разработчиками являются:		
- топ-менеджеры	65	35
- специалисты отдельного подразделения	55	45
- сторонние консультанты	30	70
- группа специалистов различных подразделений	16	84
- практически весь коллектив	1	99
Диапазон стратегического планирования:		
- один год	25	-
- три года	20	-
- пять лет	50	-
- более пяти лет	5	-
Реализуемая стратегия	30	70
Методы:		
конференции	95	5
SWOT-анализ	90	10
анкетирование	70	30
мозговой штурм	35	65
интервьюирование	26	74
контрольные вопросы	24	76
экспертной оценки	20	80
деловые игры	16	84
ранжирования	12	88
функционально-стоимостной анализ	8	92
дельфийский	6	94
диаграмма Ишикавы	2	98
брешь-анализ	0	100
фильтрующий луч	0	100
другие методы		

грамотным управлением рисками; разработка единой организационной схемы для всех составных частей бизнеса; делегирование формирования новой организационной системы нижним уровням управления предприятия. Часто миссия разрабатывается, но не становится рабочим инструментом, определяющим выбор целей и стратегии развития.

На многих предприятиях разработкой стратегии занимаются только топ-менеджеры или отдельное подразделение, в деятельности которого они не заинтересованы.

Лишь в организациях, сумевших добиться существенных темпов роста производства и реализации продукции, принята иная практика.

Другая серьезная проблема многих руководителей — неумение организовать работу с целями предприятия, добиваться того, чтобы они стали и целями членов управленческой команды. В большинстве менеджеры, предложив стратегию, как правило, тут же о ней забывают и начинают «работу работать», а стратегия лежит до следующего взмаха флажком руководства к старту

процесса стратегического планирования. О целях, заложенных в стратегию, вспоминают раз в год перед годовым собранием. При таком подходе практически отсутствует механизм контроля результатов достижения целей, корректировка самих целей проводится формально или вообще не принята, руководители подразделений с головой уходят в «текучку».

Неоднозначны подходы к последовательности и набору операций по реализации процесса стратегического управления. Наблюдается разработка стратегических планов без создания механизма его реализации, что предполагает формирование организационной культуры, системы мотивации, обучения соответствующего персонала. Организации не в состоянии осуществить выбранную стратегию в силу некачественного анализа, непредвиденных изменений во внешней среде или неумение привлечь потенциал субъекта хозяйствования для реализации намеченной стратегии.

По сравнению с западными компаниями в российских организациях уделяется меньше внимания анализу корпоративной культуры и ее систематической пропаганде среди персонала и клиентов, декларации ценностей и норм ведения бизнеса. Это проявляется в наиве специалистов профессионально пригодных, но не способных приспособиться к культуре данной организации и, в конечном счете, уходящих, что размывает сложившуюся корпоративную культуру.

Все эти особенности российской деловой культуры требуют серьезной адаптации западных методик стратегического планирования, часто основанных на «лобовом» прагматизме. Уже сейчас налицо сильная экономическая интеграция, тенденция стандартизации процедур и принципов управления. Технологии стратегического управления — святая святых любого субъекта хозяйствования: в предпринимательстве нет места сантиментам, и если капитан корабля не знает, куда плыть, то вероятность крушения очень велика. Сегодня выигрывает тот, кто способен сосредоточить свои ресурсы на ключевых направлениях, кто систематически и детально анализирует внешнюю и внутреннюю среду, объективно оценивает свои сильные и слабые стороны, умеет перенять чужие достоинства и искоренить собственные недостатки.

Результаты проведенного авторами анкетирования предприятий радиоэлектронного комплекса Приволжского федерального округа, отражающего состояние стратегического управления, представлены в таблице.

На большинстве предприятий сформулирована и помещена на корпоративных интернет-порталах миссия (86%) как главная цель существования субъекта хозяйствования, разработана стратегия (79%). Однако меньшее число субъектов хозяйствования (30%) занимается активной реализацией стратегических плановых решений. Четверть предприятий Приволжского федерального округа осуществляет планирование в рамках одного года, что свидетельствует о наличии лишь тактического планирования.

При разработке стратегии и стратегических планов практически всегда (65%) участвуют топ-менеджеры

предприятий, в помощь привлекаются работники подразделения (55%), специально созданного для целей развития предприятия; сторонние консультанты (30%); группа специалистов различных структурных подразделений (16%); лишь в 1% случаев привлекается к данной деятельности практически весь коллектив.

Используемый инструментарий исследования по стратегическому планированию не слишком разнообразен. В основной своей массе предприятиями используются три метода: традиционные конференции (95%), известный способ анализа внутренней и внешней среды — SWOT-анализ (90%) — и анкетирование (70%). Иногда разработчики прибегают к таким методам как: мозговой штурм, интервьюирование, контрольные вопросы, экспертная оценка, деловые игры, ранжирование; крайне редко — функционально-стоимостному анализу, Дельфи, диаграмма Ишикавы.

Результаты анкетирования свидетельствуют об осознании предприятиями радиоэлектронного комплекса Приволжского федерального округа актуальности стратегического управления. Однако основное внимание уделяется стратегическому планированию. Обращает на себя внимание тот факт, что недостаточно развит и скуден арсенал методов стратегического управления.

Выстраивание вектора анализа и принятия управленческих решений при стратегическом управлении из будущего в настоящее, сегодня вызывает у менеджеров — как российских, так и в странах, имеющих богатую историю развития рыночной экономики — основные методологические трудности. Скорее всего, эти трудности можно объяснить недостаточной развитостью теоретико-методологической базы стратегического управления, совершенствование и активное применение которой позволит повысить конкурентную среду российской радиоэлектроники, как на внутреннем, так и на внешнем рынке и обеспечит значительное укрепление обороноспособности и безопасности России.

Литература:

1. Алексеев Н. Управление изменениями в эпоху без закономерностей // Сайт ИНТАЛЕВ — технология вашего успеха [Электронный ресурс] URL: <http://www.intalev.ru/?id=765>.
2. Chandler A. Strategy and Structure. Cambridge (Mass), 1962.
3. Beer M., Nohria N. Resolving the Tension between Theories E and O of Change / Breaking the Code of Change. — Harvard Business School Press, Boston, 2000.
4. Поплавская В.А. Комплексный подход к организационному развитию // Вестник университета. Государственный университет управления. — 2008. — № 11. — С. 160—167.
5. Козенкова Т.А., Нитецкий В.В., Суглобов А.Е. Практикум по аудиту и финансовому менеджменту: Учебное пособие для вузов. — М.: КноРус, 2007
6. Якутин Ю.В. Интегрированные корпоративные структуры в рыночной экономике России. Научные труды ВЭО России. — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2009
7. Винслав Ю.Б. Планирование развития интегрированных корпоративных структур // Российский экономический журнал. — 2003. — №8

Классификация ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОНДОВ

Магадова С.,

младший научный сотрудник Института ИТКОР

В России существует две разновидности инвестиционных фондов, но паевые инвестиционные фонды имеют больший потенциал развития. Автором статьи рассмотрены основные разновидности паевых инвестиционных фондов и особенности управления ими.

Ключевые слова: инвестиционные фонды, паевые инвестиционные фонды, управляющая компания.

Classification of investment funds

Magadova S.,

Junior Researcher at the Institute ITKOR

There are two types of investment funds in Russia, but mutual funds have a greater potential for development. The author of the article describes the main types of mutual funds and management features.

Keywords: investment funds, mutual funds, the management company.

В России существует две разновидности инвестиционных фондов — паевые и акционерные, однако именно паевые инвестиционные фонды привлекают основные капиталы и имеют большой потенциал развития.

Федеральный закон от 29.11.2001 № 156 ФЗ «Об инвестиционных фондах» дает следующее определение паевым инвестиционным фондам. Паевые инвестиционные фонды — это обособленный имущественный комплекс, состоящий из имущества, переданного в доверительное управление управляющей компании учредителем (учредителями) доверительного управления с условием объединения этого имущества с имуществом иных учредителей доверительного управления, и из имущества, полученного в процессе такого управления, доля в праве собственности на которое удостоверяется ценной бумагой, выдаваемой управляющей компаний. Необходимо учесть, что паевой инвестиционный фонд не является юридическим лицом.

ПИФ представляет собой портфель ценных бумаг, доли в котором управляющая компания предлагает приобрести инвесторам. Каждый владелец паевого фонда находится с остальными его участниками на равных условиях, отличаясь только суммой вложения в ПИФ.

Типы паевых инвестиционных фондов — открытые, интервальные и закрытые — различаются в том, как часто они проводят выдачу и погашение паев. В открытом фонде приобрести и погасить пай можно в любой рабочий день. Интервальные фонды продают и покупают пай

в заранее определенные промежутки времени, в так называемые интервалы. Обычно они устанавливаются 2-4 раза в год и длятся две недели. Обо всех сроках инвесторы информируются заранее: они прописаны в правилах доверительного управления фондом. Отметим, что в интервальных ПИФах стоимость паев рассчитывается в конце каждого месяца или в конце интервала, в то время как в открытых фондах их стоимость рассчитывается ежедневно. Согласно российскому законодательству, управляющие интервальным фондом могут приобретать на рынке низколиквидные бумаги, которые часто недооценены и при долгосрочных вложениях приносят ощутимую прибыль.

К третьему типу паевых инвестиционных фондов относятся закрытые ПИФы, которые создаются на определенный срок и в течение этого времени, как правило, не выкупаются. Это пример наиболее привлекательного инструмента для пассивных инвесторов: ЗПИФ создается для прямых инвестиций на срок от одного до пятнадцати лет. Обычно такой тип фондов создается под определенные проекты, и продавать паи инвестор может только после их завершения. Эксперты отмечают, что инвестиционные фонды данного типа имеют возможность работать на рынке недвижимости, что привлекательно для потенциальных инвесторов, поскольку возможна большая прибыль.

Существует классификация ПИФов в зависимости от объектов инвестирования. Традиционно выделяют:

- фонды акций, в том числе индексные фонды,
- фонды денежного рынка,
- фонды облигаций,
- фонды смешанных инвестиций,
- фонды венчурных инвестиций,
- фонды прямых инвестиций,
- фонды ипотечного покрытия,
- фонды фондов (инвестирующие в ПИФы),
- фонды недвижимости.

Самыми распространенными являются фонды акций, облигаций и смешанных инвестиций, которые уже зарекомендовали себя на рынке и имеют наиболее долгую историю. Федеральная служба по финансовым рынкам (ФСФР) РФ постановила, что паевые фонды акций должны вкладывать не менее 50% средств в акции и 40% в облигации; паевые фонды облигаций, наоборот, — 50% в облигации и не менее 40% в акции. Таким образом, приоритеты в работе таких фондов просты. Считается, что облигационные фонды являются наименее рисковыми для капиталовложений. Это своего рода альтернатива банковским депозитам. Однако по сравнению с другими категориями фондов они менее доходны. Для фондов смешанных инвестиций нет четких требований по соотношению акций и облигаций в портфеле.

Индексные фонды осуществляют вложения в бумаги, которые включены в тот или иной индекс (РТС и ММВБ). Изменение индекса со временем позволяет оценивать динамику не одной бумаги, а всего рынка в целом. Индексные фонды предназначены для долгосрочных вложений — инвесторы должны рассчитывать на период от 2—3 лет.

Еще одной разновидностью ПИФов являются фонды денежного рынка, ориентированные на вложение средств в иностранные валюты и облигации. До 50% своих активов такие фонды держат на депозитах. Такой способ инвестирования является еще менее рисковым и менее доходным, чем облигационные фонды. Видимо поэтому на российском рынке примеров подобных схем не так много.

Фонды фондов инвестируют в паи других ПИФов. Они широко распространены на Западе и прекрасно вписываются в российскую практику. Инвестор получает возможность доверить свои сбережения целому ряду Управляющих компаний. Для неискушенных пайщиков такая схема выглядит весьма привлекательно: снижаются риски от работы на рынке за счет диверсификации компаний.

Последней категорией ПИФов, о которой стоит сказать, являются фонды недвижимости, в фокусе их интереса — рынок недвижимости.

Эксперты отмечают, что и пассивные пайщики, и агрессивно настроенные игроки имеют самую важную возможность — возможность выбора. «Если посмотреть статистику количества открытых и интервальных фондов (именно эти типы фондов обычно рассматриваются как розничные) то можно увидеть, что кардинальных изменений в структуре спроса частных инвесторов на паевые фонды за последние годы не произошло: наиболее востребованными по-прежнему являются фонды акций, облигаций и смешанных инвестиций», — отмечает Генеральный директор УК ПСБ Сергей Михайлов.

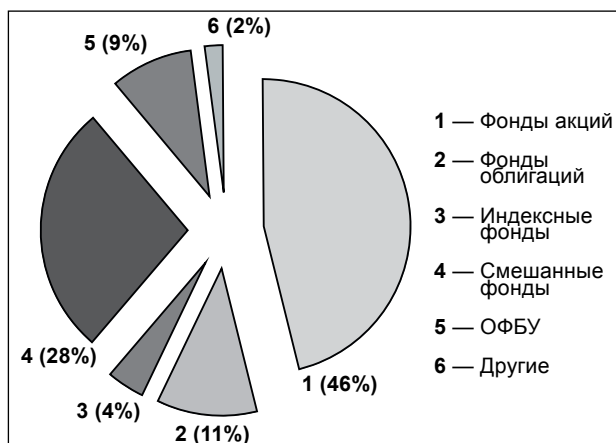


Рис. 1. Структура рынка открытых и интервальных фондов по активам, 2010 г.

Рассматривая структуры открытых и интервальных фондов видно, что основную долю занимают фонды акций — 46%, смешанные фонды — 28 и фонды облигаций — 11%.

Вложения в паевые инвестиционные фонды наиболее безопасный способ вложения сбережений с точки зрения законодательства, так как в работе ПИФа принимают участие несколько организаций, которые обеспечивают управление средствами, их хранение и, в какой-то степени, контроль над действиями УК. Эта цепочка операций со средствами пайщиков позволяет на разных этапах исключить ряд рисков. УК обязана заключить договор в рамках управления активами со специализированным депозитарием, специализированным регистратором, аудитором, агентами по размещению и выкупу паев, с независимыми оценщиками. Ответственность всех вышеперечисленных компаний перед пайщиками делится поровну.

Специализированный депозитарий. Депозитарий хранит ценные бумаги фонда и контролирует операции со средствами ПИФа. Это очень простая, но эффективная форма сотрудничества, поскольку депозитарий контролирует деятельность Управляющей компании и следит за тем, куда она направляет средства пайщиков. На любом документе, о расходе денежных средств ПИФа, должны стоять подписи представителей депозитария и УК.

Специализированный регистратор. Реестр владельцев инвестиционных паев, в котором учитываются права инвесторов, ведет специальный регистратор. Каждый пайщик из общей массы имеет свою «историю», в которой четко прописаны все сделки. Специализированный регистратор ведет учет информации о владельцах паев, их долевом участии в ПИФе, фиксирует все приобретения, обмен, передачу и погашение паев. Выступать в роли регистратора может депозитарий — такой механизм предусмотрен законодательно и чаще всего УК передают эти функции ему. В любом случае, для деятельности этих компаний всегда требуется лицензия Федеральной службы по финансовым рынкам (ФСФР), наличие которой потенциальный инвестор может легко проверить.

Аудитор осуществляет независимую оценку отчетности управляющей компании. Это и бухгалтерский учет, и

расчет стоимости чистых активов, и законность сделок, и т.д.

Агент. Приобрести долю в паевом фонде инвесторы могут не только через Управляющую компанию, но и через агентов, которые являются представителями УК. Однако надо принимать во внимание, что агент может предоставлять услуги от имени Управляющих компаний только при наличии определенного соглашения или доверенности. Для инвесторов такой механизм не отличается от работы с самой УК, это удобно, поскольку расширяет географию рынка ПИФов и делает их более доступными. При этом агенты могут предлагать потенциальным клиентам несколько ПИФов на выбор различных УК.

Независимый оценщик (для закрытых и интервальных фондов). Иногда в работе паевого фонда могут принимать участие и оценщики. Они в случае работы ПИФа с имуществом (например, недвижимостью), могут предоставить независимое экспертное заключение о его стоимости. Это еще одна страховка для вкладчиков, которые могут быть уверены, что их доход не будет занижен.

Таким образом, участие в деятельности УК нескольких организаций позволяет исключить многие риски. Эксперты отмечают, что удачно прописанный механизм, по которому работают Управляющие компании в России — залог доверия инвесторов к ним. Даже неискушенный игрок на рынке коллективных инвестиций легко может проверить наличие лицензии у всех участников процесса работы ПИФа.

Отметим, что УК не разрешено заниматься другой деятельностью помимо управления активами (это активы ПИФов, пенсионные средства, страховые средства, накопительная часть трудовой пенсии, ипотека). В течение 180 дней после объявления о создании ПИФа, УК должна собрать определенное количество средств, иначе ПИФ считается несформированным, и инвесторам возвращаются их деньги. Все эти меры позволяют страховать риски, возможные при работе с инвесторами. Если же УК причиняет ущерб и нарушает действующее законодательство, она обязана компенсировать его в полном объеме.

Главной тенденцией ближайшей перспективы станет привлечение новых инвесторов. Некоторые Управляющие компании уже снижают минимальные суммы инвестиций в управляющие ими ПИФы. С одной стороны, появление неискушенных игроков связано с популяризацией темы паевых фондов, которые активно обсуждаются в средствах массовой информации. С другой стороны, инвесторам не стоит рассчитывать на 100% доходность. Задача Управляющих компаний не раздавать обещания, а грамотно сориентировать новичков при выборе продукта и формы инвестирования.

Большинство экономистов полагает, что российские фондовые активы остаются недооцененными, поскольку благоприятная мировая конъюнктура позволит многим отечественным эмитентам чувствовать себя неплохо и в ближайшей перспективе. ПИФ — это не банковский депозит с гарантированной доходностью, а рискованный инструмент. В связи с этим эксперты считают, что внимание инвесторов в ближайшие годы может сместиться в сторону облигационных и смешанных фондов, которые

предлагают сбалансированный подход к инвестированию.

Большое значение для развития отрасли будут иметь и дальнейшие изменения в законодательной базе, и в развитии инфраструктуры, и в продвижении ПИФов в регионы, и в привлечении сторонних агентов по продаже паев, и диверсификация продуктовой линейки. Большой потенциал имеет и схема создания финансовых супермаркетов, которая опробована и востребована за границей. Практика показывает, что на сегодняшний день банки весьма заинтересованы иметь в своей продуктовой линейке набирающие популярность в целом по стране паи ПИФов. Даже, несмотря на то, что объективно они — конкуренты депозитам и общим фондам банковского управления (ОФБУ).

Согласно мировому опыту, сами УК не являются основными продавцами паевых продуктов. И, как отмечают эксперты, в последнее время УК снизили собственную экспансию, стали искать другие способы выхода на клиентов и, в первую очередь, обратили внимание на банки. Причем ОФБУ пока еще не настолько развиты, чтобы конкурировать с ПИФаами.

Наряду с положительными ожиданиями экспертов, одним из основных негативных моментов является завышенный оптимизм в отношении российского рынка ценных бумаг. По словам Siegel J., он влечет за собой ажиотажный спрос на услуги по управлению капиталом. Однако при этом не все клиенты осознают, что они покупают.

Siegel J. отмечает, если передавать средства в управление, то нужно понимать, что важно для Управляющей компании, какие ценности она разделяет. Более того, когда клиент пользуется услугами УК, он покупает команду управляющих. Возникает вопрос, доверяют ли вкладчики деньги посторонним лицам, если не уверены в их компетентности и порядочности.

Поэтому, большинство участников в отрасли коллективных инвестиций:

- *не рассказывают клиентам о философии своей компании и об ее деятельности;*
- *не показывают в своих материалах, в своей пропаганде, кто именно управляет деньгами, за что отвечает каждый член их команды;*
- *не демонстрируют механизма работы денег, не показывают, как принимаются решения;*
- *активно используют в рекламе информацию о доходности своих ПИФов за прошедшие годы. При этом реклама, основанная на прошлой доходности, не отражает реального риска и не предупреждает инвестора о возможных потерях.*

Таким образом, Siegel J. указывает, что при вложении средств в ПИФы существует большой риск. Многие аналитики также утверждают, что всего лишь пять фондов среди всех категорий и отраслей принесли в 2008 году доход своим инвесторам. Кроме того, замедлить темпы развития отрасли коллективных инвестиций может отсутствие четких перспектив стратегического развития управляющих компаний в разрезе клиентоориентированного подхода к клиентам.

Безусловно, для того, чтобы выжить и успешно развиваться в условиях конкуренции и экономического кризиса, каждая компания должна следить за всеми изменениями на рынке: требованиями потребителей, соотношением цен, конкуренцией, а также за созданием новых продуктов и услуг, введением новых элементов в дистрибьюторскую сеть и выстраиванием новых взаимоотношений с клиентами.

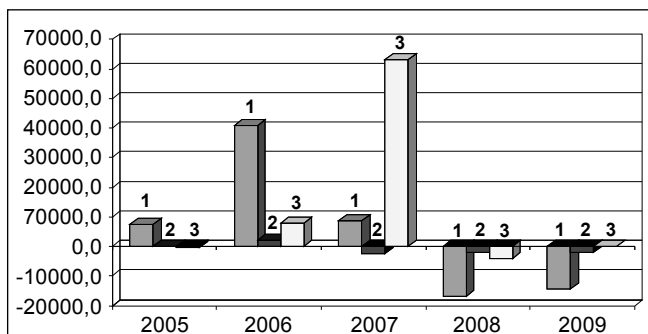


Рис. 2. Объем привлеченных средств в паевые фонды, млн руб.

В 2009 году приток средств в паевые инвестиционные фонды был отрицательным. Данная тенденция была вызвана корректирующим движением российского

фондового рынка вниз (рис. 2). Открытые фонды акций в 2009 году потеряли почти 17 млрд. руб., интервальные фонды — 2,3 млрд, закрытые — 3,9 млрд руб. В начале 2009 года отток средств из фондов продолжается.

Тем не менее специалисты отмечают, что при умелой клиентоориентированной работе с инвесторами управляющие компании имеют перспективы: к 2011 году активы розничных ПИФов могут составить более 850 млрд. рублей, а пайщиками могут стать 2% взрослого населения страны.

Литература:

1. Вавулин Д.А. Постатейный комментарий к Федеральному закону «Об инвестиционных фондах». — М.: Юстицинформ, 2009.
2. Абрамов А. Инвестиционные фонды. Доходность и риски, стратегии управления портфелем, объекты инвестирования в России. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.
3. Якутин Ю.В. Модели корпоративной интеграции: проектирование, развитие, эффективность. — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2006



ОАО «ИНСТИТУТ ИССЛЕДОВАНИЯ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ И КОНЪЮНКТУРЫ ОПТОВОГО РЫНКА» ОАО «ИТКОР»

ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ СПЕЦИАЛИСТОВ удостоверение о повышении квалификации государственного образца

Программы:

- ⇒ «Международные стандарты финансовой отчетности»
- ⇒ «Бухгалтерский и налоговый учет коммерческой организации»
- ⇒ «Бухгалтерский учет для начинающих»
- ⇒ «Финансовый менеджмент и налоговый консалтинг на продовольственном рынке»
- ⇒ «Организация и управление в ЖКХ в условиях модернизации экономики»

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПЕРЕПОДГОТОВКА диплом о профессиональной переподготовке государственного образца

Программы:

- ⇒ «Бухгалтерский учет, анализ и аудит. Налогообложение»
- ⇒ «Финансы, денежное обращение и кредит»

Наши преимущества:

- ⇒ Оптимальный срок обучения
- ⇒ Удобное время обучения
- ⇒ Удобная форма обучения
- ⇒ Ориентация на практику и приоритет в развитии навыков

Мы ждем Вас по адресу:

Адрес: 125319, г. Москва,
ул. Черняховского, д.16

Проезд: ст.метро «Аэропорт» 7 мин. пешком до
Института ИТКОР

Контактная информация:

Заявки на обучение принимаются по телефонам:
(499) 152-86-98; 8 (499) 152-72-33
или по электронным адресам:
vovodina@ilimnou.ru, seminar@ilimnou.ru

Факторы, оказывающие влияние на формирование пакета клиентоориентированных услуг в финансовой организации

Алеханова Е.,

к.э.н., ведущий научный сотрудник Института ИТКОР

Магадова С.,

младший научный сотрудник Института ИТКОР

Эффективность участия населения в финансовых программах зависит от их финансовой грамотности. Авторами статьи рассматриваются факторы, которые оказывают влияние при выборе финансовых услуг населением.

Ключевые слова: финансовая грамотность, управление личными финансами, розничные финансовые услуги.

Factors influencing the formation of a package of services in the client-oriented financial organization

Alekhanova E.,

Ph.D., Senior Research Fellow Institute for ITKOR

Magadova S.,

Junior Researcher at the Institute ITKOR

The effectiveness of public participation in financial programs depends on their financial literacy. The author of the article discusses the factors that influence the selection of financial services to the public.

Keywords: financial literacy, personal finance management, retail financial services.

Одним из основных вопросов финансовых услуг является правильная оценка финансовой грамотности граждан России и изучение особенностей их поведения, при выборе тех или иных финансовых услуг. Эффективность участия населения в современной экономике напрямую зависит от понимания того, каким образом с выгодой для себя можно использовать новые финансовые продукты,

что невозможно без базовых знаний и навыков. Значительный рост совокупных доходов и сбережений граждан России требует нового качества управления личными финансами и семейным бюджетом.

Под финансовой грамотностью эксперты понимают знание о финансовых институтах и предлагаемых ими продуктах, а также умение их использовать при

возникновении потребности и понимание последствий своих действий. Финансовая грамотность как понятие разбивается на три взаимосвязанные части: установки, знания и навыки. Первая часть — установки — это базис финансовой грамотности. Речь идет о формировании культуры финансового поведения, которая начинается с планирования семейного бюджета, причем на длительную перспективу, и выработки стратегии реализации потребностей жизненного цикла. Однако пока знания и навыки долгосрочных стратегий финансового планирования не развиты, сохраняется привычка думать только о сегодняшнем дне.

Другой важной установкой, препятствующей развитию финансовой активности населения, является недоверие населения финансовым институтам. Преодоление такого отношения необходимо через убеждение людей в том, что существование данных институтов является нормой для любого современного общества, неотъемлемым и функциональным элементом рынка. Необходимые знания должны включать: понятие риска и доходности, дисконтирования, инфляции, понимание различий между реальным и номинальным измерениями, наличными и безналичными платежами, принципы и схемы функционирования финансового рынка, понимание природы и функций финансовых институтов, инструментов, азы юридической и налоговой грамотности, понимание границ ответственности финансовых институтов перед клиентами и клиентов перед финансовыми институтами, владение минимальным финансовым словарем и т. п.

Необходимые навыки: умение искать и находить информацию о рынке, привычка следить за основными показателями рынка, умение читать договор и понимать содержащуюся в нем информацию, сравнивать между собой предложения различных компаний, умение подавать претензию или жалобу в том случае, если его права нарушены и т. п. Необходимо сформировать привычку следить за событиями на финансовом рынке, например, за уровнем процентных ставок по кредитам и депозитам, доходностью ПИФов, стоимостью страховых продуктов и т. п., развивать навык чтения договоров и понимания смысла написанного.

До сих пор подавляющее большинство граждан России не имеет полноценных возможностей для изучения механизмов управления личными финансами. Люди не получают достаточно образовательной информации, касающейся разнообразных финансовых продуктов, и как результат испытывают серьезные затруднения при выборе страховых и ипотечных продуктов, потребительских кредитов, депозитов, имеют самое поверхностное представление о собственных налоговых обязанностях и пенсионных правах.

Без улучшения качества клиентской базы и повышения образовательного уровня граждан России расширение доступности финансовых услуг не способно решить накопившиеся в данной сфере социальные проблемы. С другой стороны, поддержка образовательных программ, не подкрепленная продвижением финансового рынка в регионы и сельскую местность, дискредитирует идею повышения доступности финансовых услуг.

Основной проблемой при определении финансового поведения населения выступает встраивание его в ряд таких понятий, как потребление, сбережение и инвестирование. Потребление, сбережение и инвестиции рассматриваются как три основные составляющие финансового поведения: потребление — расходная компонента финансового поведения, к сбережения — отложенный спрос и вложения, не дающие приращения средств, в качестве инвестиций выступают вложения денежных средств с целью получения прибыли.

Выделяются четыре типа монетарных моделей поведения: рациональное, традиционное, альтруистическое и аффективно-иррациональное. Рассмотрим данный подход применительно к анализу финансового поведения.

Рациональная мотивация финансового поведения базируется на жесткой калькуляции денежных ресурсов, количественном соизмерении, учете баланса накоплений и затрат. Рациональное финансовое поведение наиболее логично укладывается в рамки аналитических схем экономической теории.

Традиционная мотивация имеет более сильную взаимосвязь с конкретными установками и стереотипами социального поведения, которые типичны для определенной социальной, этнической, семейной среды. В зависимости от доминирования тех или иных стереотипов возникают и воспроизводятся многообразные варианты финансового поведения, где преобладают устойчивые мотивы затрат. Традиционные модели финансового поведения базируются на правилах обращения с деньгами, выработанных и усвоенных в процессе жизнедеятельности ряда поколений.

Между рациональным и традиционным поведением на практике нет резкой границы. Традиционные модели финансового поведения явно или неявно базируются на элементах рациональной мотивации. Однако в традиционном типе поведения рациональные мотивации, как правило, формируются опытным путем и фиксируются в виде некоторых стереотипов.

Альтруистическая мотивация финансового поведения базируется на готовности к безвозмездной трате денежных ресурсов в целях оказания помощи лицам, нуждающимся в социальной поддержке и защите. Альтруистическая мотивация отличается от традиционной степенью осознанности совершаемого действия.

Аффективная мотивация финансового поведения в скрытом виде может присутствовать при любом финансовом решении человека. Аффективное финансовое поведение может быть как кратковременным, возникшим под влиянием ситуации, так и длительным, вследствие определенных отклонений и нарушений.

Иррациональная мотивация финансового поведения возникает при игнорировании или абсолютизации некоторых объективных экономических функций денег. Выделяют две модели иррациональной мотивации: излишнетратную и излишне-накопительную. Первая модель финансового поведения основана на расточительстве, а вторая — на скупости.

Для России характерен высокий уровень опасений различных слоев населения по поводу безопасности

собственных средств. Трудности визуализации финансовых услуг связаны со спецификой обслуживания в России. Например, только с появлением пластиковых карточек российская банковская система начинает создавать культурные символы новых стилей потребления. Использование пластиковой карточки при расплате за приобретенные товары или услуги на первом этапе развития пластикового рынка расценивалось как символ особенности группы покупателей. Однако вскоре после реализации массовых зарплатных проектов владение карточкой перестало восприниматься как символ «продвинутой» потребителя.

Сегодня на региональных российских рынках пластиковых карточек наблюдаются попытки нового дифференцированного позиционирования этого продукта. Продавцы пластиковых карт пытаются предложить различные их виды, дифференцируя потребителей и пытаясь создать новые стили демонстративного потребления. Одним из таких приемов является выпуск клубных карточек. Показное поведение выбивается из схемы анализа потребительского поведения по оси рациональное — иррациональное.

Рассмотренная типология мотиваций финансового поведения позволяет анализировать его различные составляющие и исследовать социальную детерминацию процессов принятия финансовых решений. Однако данный подход не позволяет выявить, как различные типы мотиваций соотносятся с взаимодействием населения с финансовыми структурами и соответственно влияют на развитие рынка. На уровне построения проблемного поля мы учтем основные составляющие рациональной, традиционной, альтруистической и аффективно-иррациональной мотивации, чтобы впоследствии выявить их роль в механизме взаимодействия населения и финансовых институтов.

Финансовая структура, разрабатывая новую услугу, оценивает спрос и начинает его формировать. Если объем первоначальных ресурсов, которые оцениваются, в первую очередь, в сегменте активных участников, позволяет прогнозировать успешное продвижение товара, то финансовая структура выходит с предложением на рынок.

В настоящее время к розничным финансовым услугам принадлежит широкий перечень услуг, оказываемых населению финансовыми организациями. Среди них платежно-расчетные услуги и услуги по переводу денежных средств, кредитование, прием депозитов и вкладов (сбережений) населения, страховые услуги, услуги пенсионного страхования и обеспечения, комплекс услуг на рынке ценных бумаг по инвестированию и управлению денежными средствами граждан (брокерские, депозитарные услуги, услуги по доверительному управлению, управлению паевыми инвестиционными фондами и т. п.).

К организациям, оказывающим финансовые услуги, можно отнести банки (кредитные организации), кредитные кооперативы, страховые организации, профессиональных участников рынка ценных бумаг, компании по управлению активами, негосударственные пенсионные фонды (НПФ), а также значительное число вспомогательных

инфраструктурных организаций-посредников, деятельность которых призвана облегчить или обеспечить доступ к базовым финансовым услугам. Среди организаций-посредников можно выделить кредитных и ипотечных брокеров, страховых брокеров и агентов, бюро кредитных историй, депозитарии и регистраторы на рынке ценных бумаг, агентов по продаже паев ПИФов и т. п.

Товаром, который приобретается на финансовых рынках за деньги, являются сами деньги. Если в других секторах экономики деньги расходуются на покупку каких-то вещей или услуг, то здесь они сами покупаются или продаются. «Вкладываясь» в различные финансовые инструменты, люди продают свои сегодняшние деньги за будущие деньги: будь то проценты по вкладам, дивиденды по акциям, выплаты по страховым полисам, выигрыши по лотерейным билетам и т. п. Беря кредит в банке, люди, наоборот, уже покупают сегодняшние деньги за будущие деньги. Таким образом, специфика финансовых инструментов состоит в том, что они представляют собой не только товар, и не только деньги, а отношение, которое впоследствии становится деньгами или необходимыми потребителем благами.

Другой специфичной особенностью финансовых рынков является огромное многообразие продавцов, практически невозможное на других рынках. Действительно, хотя основными продавцами и покупателями денег являются специальные финансовые институты, таковыми продавцами в принципе может стать любой хозяйствующий субъект, как-то промышленная компания, эмитирующая акции или долговые обязательства, и даже органы социального управления (например, муниципалитеты, выпускающие облигации муниципального займа).

Как показали результаты исследований, эволюция предпочтений инвесторов на финансовом рынке происходит в рамках достаточно четко структурированных моделей поведения:

- Ориентированное на краткосрочные инвестиции;
- Предусмотрительное (предпочтение средне-долгосрочных инвестиций с низким риском);
- Эстерофилия (предпочтение инвестиций в диверсифицированный портфель иностранных эмитентов);
- Требовательное (предпочтение рискованных инвестиций).

При формировании создания стратегии клиентоориентированных продуктов коллективных инвестиций важно определить структурный «профиль» клиентов, который выявляется на основе анализа социально-экономических характеристик инвесторов в качестве взаимосвязанных переменных (возраст, пол, местожительство, гражданское положение, уровень образования, социальный статус, используемый дистрибутивный канал для подписки на акции фондов, программа инвестирования: аккумулированная или в форме единовременного взноса).

Таким образом, подобная методология позволяет классифицировать инвесторов с точки зрения поведенческого и социально-экономического профиля, что является одним из приоритетных направлений маркетинговых исследований организаций, оказывающих финансовые услуги.

Таблица 1

Прогнозируемый доход потенциального клиента

	Количество опрошенных	Процент от общего числа опрошенных, %	Процент от общего числа ответивших, %
Менее \$600	26	19,1	20,3
\$600-800	10	7,4	7,8
\$800-1000	19	14,0	14,8
\$1000-1500	33	24,3	25,8
\$1500-2000	21	15,4	16,4
\$2000-2500	9	6,6	7,0
\$2500-3000	4	2,9	3,1
Более 3000	6	4,4	4,7
Итого ответивших	128	94,1	100,0
Не ответили	8	5,9	
ИТОГО	136	100,0	

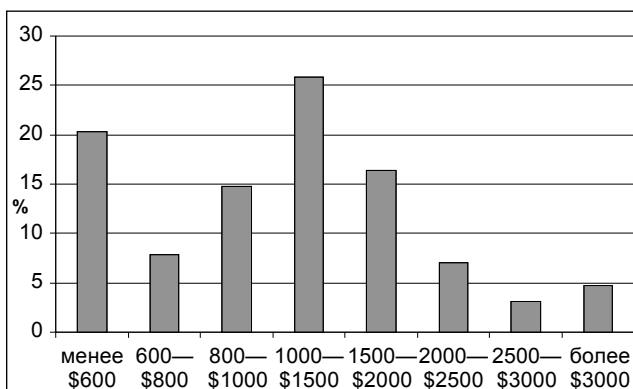


Рис. 1. Распределение уровня дохода потенциального клиента

Повышение стратегической и организационной роли финансового консалтинга должно базироваться на эффективном использовании новой информационной технологии. В основе современного финансового консалтинга лежит стратегия максимального удовлетворения потребностей клиентов, которая, в свою очередь, приводит к существенному повышению рентабельности деятельности финансовых институтов.

В отношениях между управляющими компаниями и клиентами используются три типа информации:

Макроинформация, которая находится в распоряжении специалистов по маркетингу, включает данные о возрастных, профессиональных и прочих характеристиках всех клиентов. Эта информация используется службами маркетинга для анализа существующего портфеля активов и для разработки новых продуктов и услуг.

Микроинформация, включает различные характеристики клиента, его поведение и привычки. Такая информация может накапливаться в компьютере сотрудника управляющей компании, который использует ее для персонализации отношений с клиентом.

Мезоинформация, занимающая промежуточное положение между названными выше категориями,

представляет собой информацию общего характера, которая позволяет осуществлять сегментирование клиентов по отдельным критериям, определять их свойства (атрибуты), качества и т. д.

Развитие и совершенствование баз данных о клиентах проводились с помощью маркетинговых технологий сбора информации на выставке «Финансовый Супермаркет» и интернет-анкетирование.

Целью проведения исследований было изучение факторов, влияющих на выбор управляющей компании и моделирования персонального «профиля» клиента.

В процессе исследования были проанализированы следующие факторы: возраст потенциального клиента, социальный статус, уровень доходов, пол, предпочтение информационных источников, уровень знания ПК.

Как показало исследование, потенциальный потребитель финансовых продуктов представляет собой человека с высшим образованием, часто экономическим либо техническим. С большой вероятностью, потенциальный клиент на рынке коллективных инвестиций занят в бизнесе, имеет представление о состоянии российской экономики и российского рынка ценных бумаг в частности.

Согласно исследованию, чтобы потенциальный клиент мог вкладывать часть своих сбережений в ПИФы, его доход должен составлять от 1000 до 2000 долларов (табл. 1, рис. 1).

Интересно, что 26 респондентов считали, что доход может быть менее 600 долларов в месяц. Отмечая данный пункт, респонденты указывали на то, что доход может быть любым, «даже меньше 600 долларов». Что же касается пола потенциального клиента компаний рынка коллективных инвестиций, то можно сказать, что преимущественно это мужчина в возрасте от 41 до 55 лет (табл. 2, рис. 2).

Таблица 2

Распределение потенциального клиента по полу

	Количество опрошенных	Процент от общего числа опрошенных, %	Процент от общего числа ответивших, %
Мужчины	96	70,6	70,6
Женщины	40	29,4	29,4
ИТОГО	136	100,0	100,0

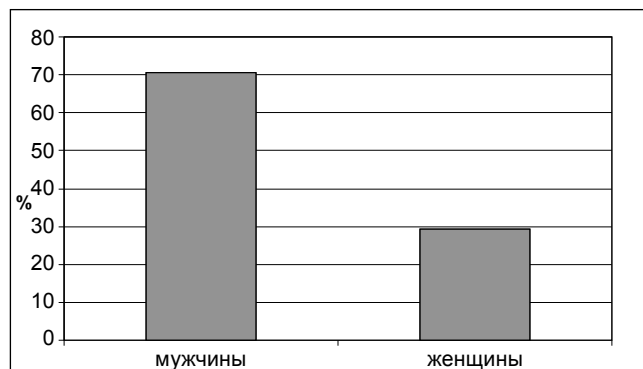


Рис. 2. Распределение потенциального клиента по полу

В исследовании приняли участие 29 респондентов в возрастной группе от 41 до 55 лет (21,3%). 24 респондента были в возрасте от 21 до 25 лет (17,6%). Следующая возрастная группа — респонденты в возрасте от 26 до 30 лет. В анкетировании приняло участие больше людей в возрастной группе старше 56, чем в возрастной группе от 18 до 20 (табл. 3, рис. 3).

Таблица 3

Распределение потенциального клиента по возрасту

	Количество опрошенных	Процент от общего числа опрошенных, %	Процент от общего числа ответивших, %
18-20	9	6,6	6,6
21-25	24	17,6	17,6
26-30	23	16,9	16,9
31-35	21	15,4	15,4
36-40	15	11,0	11,0
41-55	29	21,3	21,3
56 лет и старше	15	11,0	11,0
ИТОГО	136	100,0	100,0

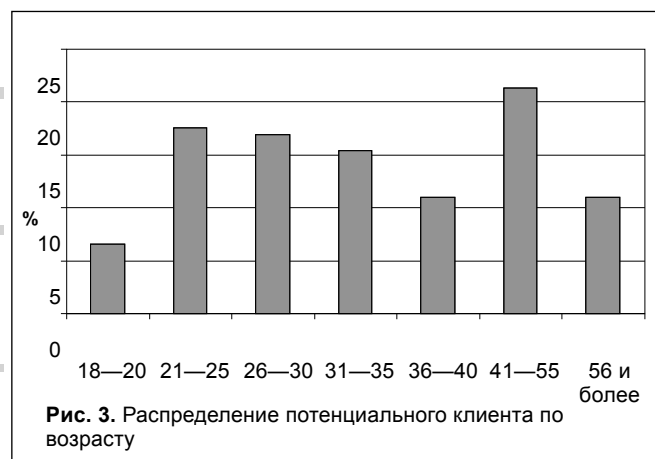


Рис. 3. Распределение потенциального клиента по возрасту

Кроме того, потенциальный клиент умеет использовать новые информационные технологии, в т.ч. компьютер и Интернет (наличие e-mail для обратной связи). Определено, что он обладает свободными средствами для вложения в ПИФы и занимает определенную должность. Наибольшее количество респондентов (28) попали в категорию «менеджер», что составило 20,6%. Такое же количество респондентов указало «другие» должности: «служащий», «врач», «агент». 26 респондентов указали должность «менеджер среднего звена» (19,1% от общего числа анкет). Респонденты на руководящих должностях заполняли анкету в 12 случаях — 8,8% от общего числа анкет (табл. 4, рис. 4).

Согласно проведенным исследованиям потенциальные клиенты управляющих компаний рынка коллективных инвестиций предпочитают интернет-источники, затем специализированный журнал «Финанс.», далее в порядке убывания следуют «Популярные финансы», Smart Money.

Таблица 4

Распределение потенциального клиента по занимаемой должности

	Количество опрошенных	Процент от общего числа опрошенных, %	Процент от общего числа ответивших, %
Директор/Руководитель	12	8,8	9,2
Руководитель среднего звена	26	19,1	19,8
Бухгалтер	6	4,4	4,6
Менеджер	28	20,6	21,4
Юрист	2	1,5	1,5
Индивидуальный предприниматель	15	11,0	11,5
Студент	14	10,3	10,7
Другое	28	20,6	21,4
Итого ответивших	131	96,3	100,0
Не ответили	5	3,7	
ИТОГО	136	100,0	

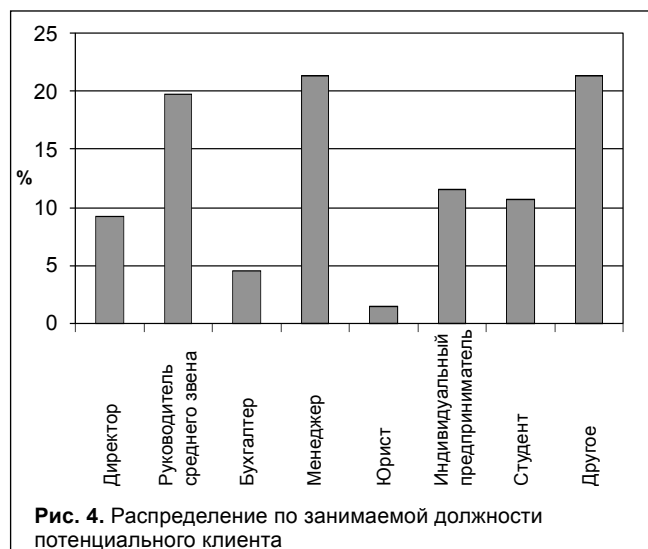


Рис. 4. Распределение по занимаемой должности потенциального клиента

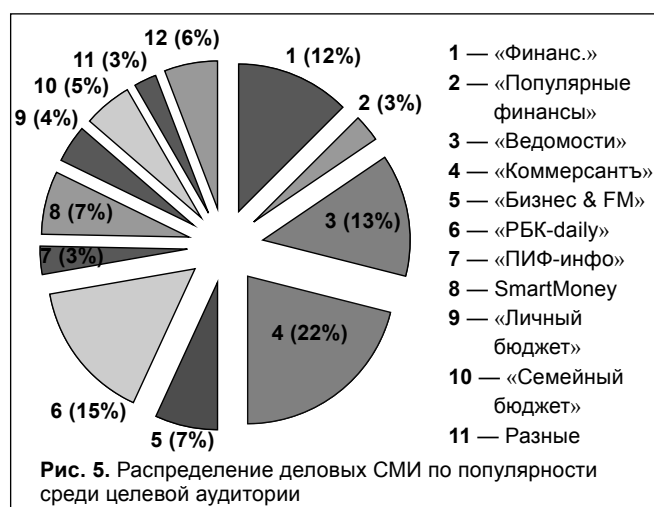
Эти данные коррелируются с данными, полученными при формировании портрета потенциального клиента посредством интернет-анкетирования. Интернет-анкетирование позволило провести более детальный анализ характеристик клиента и его предпочтений. По результатам данного анкетирования наиболее популярным источником получения актуальной финансовой информации из печатных изданий являются газеты «Коммерсантъ», «Ведомости» и «РБК-daily». Среди журналов лидерами выступают: журнал «Финанс.», «Smart Money», «Личный бюджет» (рис. 5).

Проведена сегментация потенциальных клиентов по степени их знания фондового рынка и умения инвестировать. Результаты исследований представлены в таблице 5 и на рисунке 6.

Таблица 5

**Распределение потенциального клиента
по степени знания фондового рынка**

Участники фондового рынка	Количество	%
Треjder	44	6,69
Профессиональный инвестор	23	3,50
Начинающий инвестор	248	37,69
Только знакомлюсь с работой на фондовом рынке	290	44,07
Не знаю, что такое фондовый рынок	53	8,05
ИТОГО	658	100,0



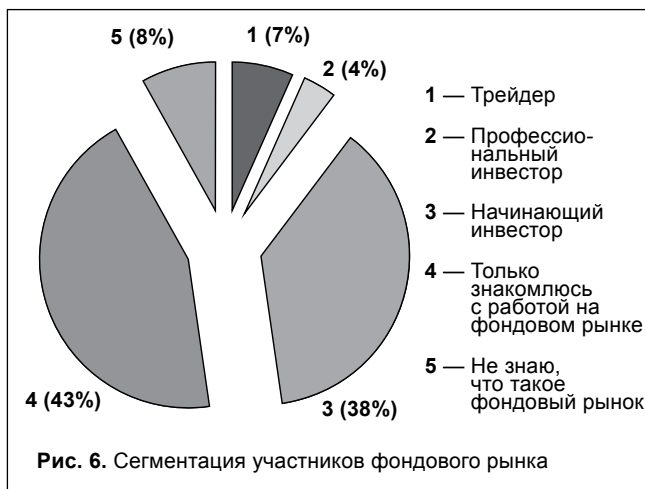
Российский институт коллективных инвестиций функционирует сравнительно недавно, поэтому результаты исследований вполне закономерны: основная масса респондентов не знает, что такое фондовый рынок или только знакомится с ним. Данная категория граждан является высокоперспективным сегментом при грамотной маркетинговой технологии, ориентированной на каждого конкретного потребителя финансовых услуг.

Интернет-анкетирование подтверждает результаты анкетирования, проведенного на выставке «Финансовый Супермаркет» в области распределения потенциального клиента по возрасту (табл. 6. рис. 7).

Таблица 6

Распределение потенциального клиента по возрасту

Возрастная группа	Количество	%
Моложе 18 лет	4	0,67
18-20	17	2,87
21-25	131	22,09
26-30	135	22,77
31-35	104	17,54
36-40	59	9,95
41-55	106	17,88
Старше 56 лет	37	6,24
ИТОГО	593	100,00

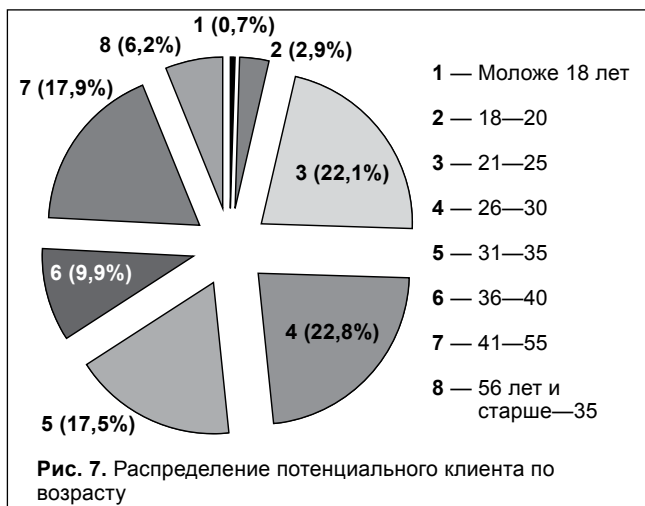


Как показали исследования, профессиональная деятельность потенциальных инвесторов весьма разнообразна. Среди них встречаются художники, домохозяйки, охранники, рабочие, инженеры, музыканты, врачи, преподаватели, однако большинство респондентов относятся к руководителям среднего звена и менеджерам (табл. 7, рис. 8).

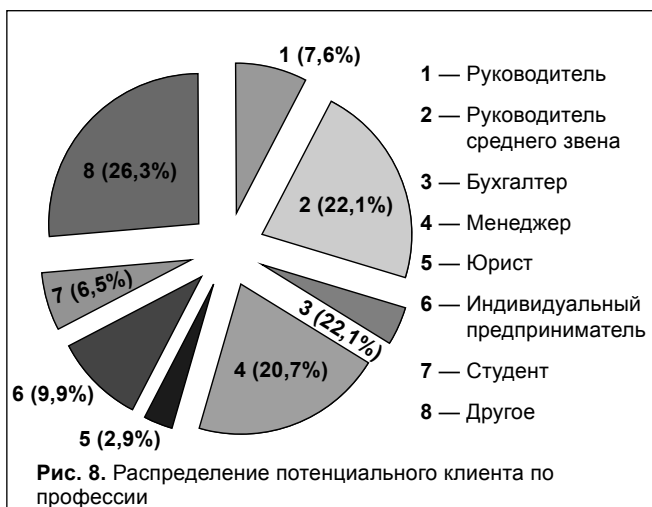
Таблица 7

Распределение потенциального клиента по профессии.

Профессиональная деятельность	Количество	%
Директор/Руководитель	45	7,64
Руководитель среднего звена	130	22,07
Бухгалтер	24	4,07
Менеджер	122	20,71
Юрист	17	2,89
Индивидуальный предприниматель	58	9,85
Студент	38	6,45
Другое	155	26,32
ИТОГО	589	100,0



Система управления качеством клиентоориентированных услуг коллективных инвестиций требует адаптации и систематизации сетей дистрибуции и продажи продуктов коллективных инвестиций к новым потребностям клиентов.



Одним из наиболее значимых решений в области клиентоориентированных финансовых услуг является использование новых технологий управления отношениями с клиентами, например, системы CRM (Customer Relationship Management). Эта новая технология вызывает существенные изменения в классической концепции организации и эксплуатации информационных систем. Пока же большинство ныне действующих информационных систем не дают полного представления даже об идентифицированном клиенте. Единый («синтетический») подход к клиенту отсутствует, что не позволяет составить о нем полное и реальное представление. Часть ценной информации об отношениях клиента с компанией не включается в память информационной системы, будучи рассеянной в информационных службах различных каналов продаж. Между тем современный маркетинг требует полной и реалистичной, а не фрагментарной информации о клиенте. Разработана модель сбора данных для моделирования профиля потенциального клиента (рис. 9).

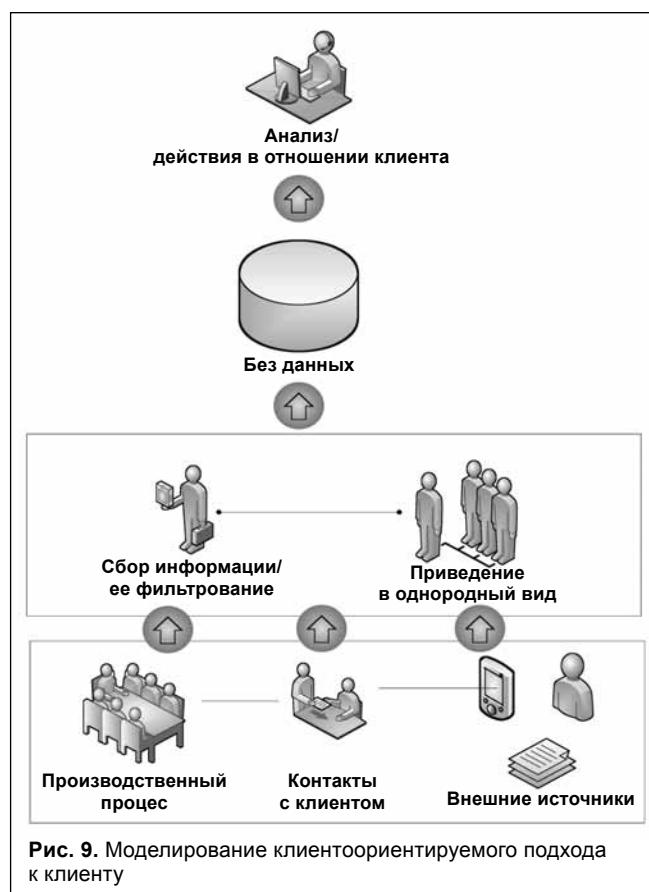
Любые контакты и сделки с клиентом должны вноситься в базу данных («запоминаться»), в которой уже содержатся данные о клиенте, полученные в ходе маркетинговых исследований. Причем новые данные должны поступать в информационную систему не автоматически (немедленно), а определенными наборами (потоками) после их обработки и необходимого контроля.

Система управления качеством создания клиентоориентированных услуг предполагает также изменение рабочих мест служащих финансовых организаций, осуществляющих непосредственные контакты с клиентами, децентрализацию функций финансового маркетинга и изменения в организации и использовании баз данных о клиентах.

Исследования, выполненные на базе инвестиционной группы «КОМПАНИЯ», показали, что новая организация процесса управления отношений с клиентами и оснащение рабочих мест отдела продаж, осуществляющих контакты с клиентами, позволяют сотрудникам не только вести диалог с клиентом и автоматически генерировать те или иные операции, но и управлять рекламной кампанией (т. е. предлагать клиенту новые услуги)

в рамках маркетинга «каждому клиенту — отдельный продукт» (one to one). При этом информация о профиле (социально-демографическом, профессиональном и др.) клиента и об истории его коммерческих отношений с компанией поступала на экран компьютера, что помогло сотруднику принимать необходимое решение.

Рабочее место обеспечивало предоставление всем клиентам одинаково высокого уровня услуг, что предполагало: персонализацию услуг; содействие в поиске запрашиваемых документов и операций; помощь в осуществлении процесса инвестирования; управление и контроль над информацией о клиенте и управление связями между клиентом и организацией. Сотрудники отдела продаж являлись не только пользователями базы данных о клиентах, но и выполняли функции сбора соответствующей информации.



Чтобы извлекать максимально полный доход от информации о клиенте, определенным образом структурированная база данных о клиентах должна постоянно анализироваться и дополняться, по крайней мере по трем направлениям:

- возможности все более глубокого сегментирования клиентов — например, по их ожиданиям или по уровню цен на используемые ими услуги;
- моделирование структурного «профиля» клиентов, например, по их социально-демографическим характеристикам; это предполагает постоянный сбор информации о клиентах, начиная с неформальной регистрации различных событий в их жизни (например, данных об изменении их гражданского состояния, о

крупных расходах на приобретение предметов длительного пользования и т. д.) и до создания автоматизированной картотеки;

- моделирование будущего поведения клиентов, позволяющее опередить конкурентов и добиться положительного ответа клиента на предложение компаний приобрести новый финансовый продукт; особую роль при этом играет информация о «жизненном цикле» клиента, которая дает возможность предугадать изменения в его поведении в области приобретения основного и дополнительного жилья, автомобиля и т. д. и предложить ему соответствующую услугу.

Для того чтобы «повысить внимание» к покупателю, в маркетинге используется рыночная сегментация. По мере развития сегментации рынка процесс выделения сегментов перестал, в большинстве случаев, основываться на демографических и ситуационных критериях. Появились более точные модели разделения рынка, основанные на жизненных стилях потребителей, ценностях, предрасположенностях и особенностях принятия решений о покупке.

Процесс сегментации рынка на протяжении долгого времени являлся началом маркетинговой деятельности, в том числе — изучения потребителей. В маркетинге взаимоотношений понятие сегментации расширяется. Общепринятый подход по разделению потребителей на однородные гомогенные группы перерастает в организационные знания, которые требуют от компании более детального понимания потребительских нужд и потребностей не только в рамках каждого конкретного сегмента, но в большей степени индивидуальностей.

Литература:

1. Вавулин Д.А. Постатейный комментарий к Федеральному закону «Об инвестиционных фондах». — М.: Юстицинформ, 2009.
2. Здоревенин В.В. Хедж-фонды. Инвестиционная деятельность и оценка ее эффективности. — М.: ГУ ВШЭ, 2009.
3. Абрамов А. Инвестиционные фонды. Доходность и риски, стратегии управления портфелем, объекты инвестирования в России. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009.



Институт ИТКОР

Совместный проект



Издательский дом
«Экономическая газета»

Издание авторских монографий

Мы гарантируем:

- СКОРОСТЬ. Необходимый вам тираж издается в течение 30 дней
- КАЧЕСТВО. Монографии оформляются с выполнением всех требований для научных изданий

**ВАШ УСПЕХ -
В ВАШИХ
РУКАХ!**

Контактная информация:

✉ 125319, Москва,
ул. Черняховского, 16
☎ 8(499)152-18-23,
8 (903)122-51-20
@ monograph@itkor.ru,
melcaseo@mail.ru
www.itkor.ru

Мы предлагаем:

- присвоение международного кода ISBN
- допечатная подготовка: редактирование, корректура, верстка
- печать
- обязательная рассылка в Книжную палату РФ
- проведение независимого рецензирования научных работ

Снижение расходов — эффективная мера управления в условиях кризиса компании

Халил Р.,

аспирант кафедры экономика народного хозяйства Московского авиационного института

Сокращение расходов — эффективный механизм, который позволяет управлять компанией в условиях кризиса. В статье приводятся различные виды классификации расходов, предлагаются способы их сокращения, уточняется связь между звеньями системы затрат компании.

Ключевые слова: антикризисные меры, расходы, потери от брака, себестоимость, управление компанией.

Decrease in charges — an effective measure of management in conditions of crisis of the company

Khalil R.,

Graduate faculty «Economy of the national economy», The Moscow Aviation Institute

Reduction of charges — the effective mechanism which allows to operate the company in conditions of crisis. In article various kinds of classification of charges are resulted, it is offered ways of their reduction, connection between parts of system of expenses of the company is specified.

Keywords: anti-recessionary measures, charges, losses from a spoilage, the cost price, management of the company.

Недопущение кризисной ситуации — важный элемент в системе управления компаний.

Ни для кого давно не секрет, что снижение издержек организации является эффективным мероприятием по управлению организацией в условиях кризиса, а одним из важных отделов работы всего предприятия является экономическая служба. Именно правильно выбранная политика экономии позволит предприятию не только выжить в период нестабильного состояния или финансового кризиса, но и развиваться, повышать свой потенциал. На чем именно и каким образом экономить, какие расходы допустимы и при каких условиях, а какие нужно свести к нулю, какой классификации затрат

придерживаться — решение этих вопросов ложится на планово-экономический отдел, на руководство предприятия.

Чтобы найти пути рационализации расходов, необходимо проанализировать последние. А также выстроить систему расчетов — на что и в каком процентном соотношении затрачиваются средства предприятия. Подобное структурирование поможет выяснить, насколько рентабельно производство в целом или отдельные его пункты (например, изготовление одного вида продукции), повысить производительность труда, эффективность работы, поспособствует решению задач управления компанией в условиях кризиса.

Чтобы получить себестоимость единицы товара, суммируются расходы подготовительной деятельности, расходы на сырье, транспортировку, деятельность производства, на трудовые ресурсы (в том числе, управленческое звено) и дальнейшую реализацию товара. Затем эта сумма делится на общий объем произведенной и реализуемой продукции.

Важно учитывать, что все слагаемые имеют свои подпункты (делятся на составляющие). Каждое такое звено — это отдельная статья расходов. Соответственно, на каждую составляется своя смета. Недопустимо взаимозаменять суммы, затраченные на разные статьи. Нельзя, например, перекрывать превышение затрат на заработную плату покупкой дешевого сырья.

Рассмотрим, какие же структурные единицы входят в вышеперечисленные слагаемые.

— Расходы на подготовительную деятельность.

Включают в себя затраты на составление проекта, разработку новых технологий изготовления той или иной продукции, настраивание оборудования в соответствии с новой потребностью, производство пробных образцов — в том числе возможного брака. Эти расходы будут списываться в течение, максимум 24 месяцев работы. Правда, предприятием они должны планироваться заранее. И если удастся свести потери на брак к минимуму — это стимулирует снижение стоимости продукции.

Как грамотно считать потери от брака? Первое действие: стоимость испорченного изделия плюс стоимость работ по его исправлению. Второе: полученное значение минус стоимость брака (цена допустимого его применения), минус те суммы денежных средств, которые выплачивает виновный в производстве брака — работник предприятия или недобросовестный поставщик сырья. Полученное значение и является денежным эквивалентом потери от брака.

— Расходы на деятельность производственную и управленческую.

Состоят из следующих пунктов:

а) затраты на использование и содержание производственного инвентаря, станков, другого оборудования, в том числе на профилактику и необходимый ремонт, замену инвентарных единиц, не пригодных для дальнейшей эксплуатации. Обустройство рабочего места сотрудника.

б) расходы цеховые — это и затраты, связанные с содержанием, ремонтом помещений, и те, что приходится нести при проведении опытов и испытательных мероприятий, и расходы на деятельность по охране труда. Если случаются простои в работе, наносится ущерб каким-либо объектам — эти убытки также отнесут к цеховым расходам. Какие-то из вышеперечисленных цеховых расходов можно корректировать — например, стараться избежать простоя. Другие существуют независимо от грамотного управления. Допустим, арендная плата производственных помещений будет оставаться, скорее всего, неизменной. Во всяком случае, изменение подобных расходов не в компетенции управляющего производством. Можно, правда, пересмотреть систему производственной недвижимости в целом: так ли выгодно

арендовать, например, складские и производственные помещения при вероятности кризиса на предприятии в каждом конкретном случае? Или целесообразнее затратить единовременно крупную сумму на покупку недвижимости, тем самым сэкономить и выгодно вложить средства?

— Расходы на трудовые ресурсы.

К ним относятся заработная плата и другие выплаты сотрудникам, налоги и отчисления. Суммы заработных плат звена управления относят к величине постоянной, не переменной (наряду с командировочными, затратами на коммунальные услуги, электроэнергию. Так как все эти расходы не зависят от объема производимой продукции).

В целом, три этих пункта расходов имеют немаловажное значение. И в анализе нужно проводить как общую их оценку, так и оценку отдельных статей. И только после этого попытаться найти, за счет чего можно снижать расходы, то есть на чем экономить.

Доподлинно известно, что содержание кадрового состава управленческого звена имеет большое значение для общих расходов. На втором месте — неизбежность ремонтных мероприятий. На третьем — замена инструментов, которые быстро изнашиваются.

— Расходы на сырье.

Конечно, нельзя сократить эти расходы за счет приобретения сырья и материалов более низкого качества. Но и здесь есть пути некоего, пусть небольшого в процентном отношении, сокращения. Можно, например, пересмотреть систему работы с поставщиками. Договориться о возможных скидках или рассрочках платежей. Пусть скидочная система будет гибкой — зависит от объемов покупаемого сырья или от сезона (в сезон максимальных продаж предприятие может себе позволить высокие затраты на закупку, а в несезон — необходима максимальная экономия). Порой бывает выгодно сотрудничество с конкурентными компаниями — можно осуществлять совместные закупки у поставщика, в результате чего будет увеличен общий объем, и вырастет вероятность получить скидку. Не удастся прийти к консенсусу с постоянным партнером? Стоит задуматься о смене такового. Возможно, новые развивающиеся компании пойдут навстречу. И в целях увеличения собственных объемов продаж, предложат предприятию-покупателю более выгодные условия работы, чем старый поставщик. По возможности необходимо корректировать расходы и на доставку сырья и материалов, их хранение.

— Расходы на реализацию.

Их составляющие — расходы на изготовление тары, транспортировку готовых изделий до места назначения, работа фасовщиков, грузчиков.

Следует отметить, что все эти затраты не являются производственными расходами и вряд ли будут величиной постоянной. Амплитуда изменения зависит от объемов производства, габаритов и веса продукции в готовом виде.

В некоторых случаях нельзя забывать и еще о некоторых статьях расходов. Например, может потребоваться гарантийное обслуживание или ремонт изделий.

И все-таки за счет чего, помимо уменьшения брака и удешевления путей реализации, можно снизить расходы производства?

За счет усовершенствования алгоритма производственных действий — то есть ставить деятельность на поток, четко выверять смены рабочих. Также за счет преобразования инвентарной части производства и контролирующих органов.

Сокращение кадров, неэффективно выполняющих свои обязанности, тоже поможет в решении задач экономики.

Управленческая ячейка коллектива может быть усовершенствована за счет рационального начисления зарплат, возможно, уменьшения штатных единиц.

В целом, анализируя расходы предприятия, идти можно двумя путями. Первый — исследовать источники расходов. Второй — их факторы.

Если расходы можно снизить, повлияв на издержки производства — это источники.

Если же издержки производства изменяются под давлением экономических, технических условий — речь идет о факторах.

Так, например, предприятие сократило издержки на сырье или материалы, на электроэнергию, на административно-хозяйственные нужды или на реализацию товара — значит, оно использовало источники снижения расходов. А когда произошло увеличение степени производства, усовершенствование системы производственных отношений, рост производительности труда и объема выпускаемой продукции — на расходы повлияли факторы снижения.

Безусловно, две эти составляющие взаимосвязаны. Ведь высокий уровень производства и труда как раз и приводит к снижению расходов — закупленное сырье не будет уходить на брак (или уйдет в меньшем количестве), удастся сократить заработную плату — зачем платить двум сотрудникам за среднюю работу, когда выгоднее заплатить одному, но за отличную (если оставить только рабочих, чья производительность труда высока). Снижение же затрат на материал помимо снижения закупочной цены, может быть достигнуто путем сокращения количества издержек производства, брака, отходов. Но чтобы производство могло стать безотходным — опять же нужны соответствующие технологии!

Как уже говорилось, снижение себестоимости (издержек) ведет к сокращению расходов в целом.

Обозначим процент стоимости материальных затрат — Ум, процент снижения расходов на сырье jH, процент роста закупочной цены на сырье — jц. Можно рассчитать процент понижения объема расходов (СИМ), исходя из тех величин, которые обозначены выше. Расчет будет следующий:

$$\text{СИМ} = (1 - jH \times jц) \text{Ум} \times 100.$$

Число издержек производства может быть сокращено путем уменьшения расходов живого труда (то есть непосредственного труда рабочих в процессе производства) и увеличения темпов роста производительности труда.

По следующей формуле рассчитывается размер уменьшения затрат при увеличении производительности труда.

$$\text{СИЗп} = (1 - jзп : jпт) \times \text{Узп} \times 100$$

Здесь процент роста производительности — jпт, процент роста заработных плат — jзп. В себестоимость, как известно, входит оплата труда сотрудников. Ее процент от общей себестоимости товара — Узп.

Еще один способ анализа себестоимости продукции в целом — это контроль за изменением себестоимости отдельного вида производимого товара за определенный период — отчетный (индивидуальный индекс себестоимости.) Расчеты эти применяются при многокомпонентном производстве. То есть предприятие выпускает не один элемент продукта, а несколько разных.

Реальная величина произведенной за отчетный период продукции будет оценена с точки зрения фактической ее себестоимости. Второе действие — продукция оценивается по плановой начальной стоимости.

Но, как показывает практика, предприятия стараются обогащать ассортимент продукции, выпускать новые, разнообразные ее виды, соответственно, изменяя технологии. И если за отчетный период брать один год и сравнивать затраты на отдельные (одни и те же) виды продукции, получается, в следующем году, эти расчеты уже невозможно будет применить — по причине ввода новых, изменения старых единиц продукции.

Поэтому более целесообразно разделить полную себестоимость всей товарной группы на стоимость одного вида продукции по оптовой стоимости организации.

Вышеперечисленные способы расчетов могут способствовать не только сокращению расходов производственного предприятия, но и употребляться в процессе планирования начальной стоимости.

Сегодня внутрипроизводственные факторы играют ведущую роль в уменьшении затрат деятельности компаний. Внедрение современных мер в деятельность организации важный момент снижения риска возникновения кризисной ситуации, правильное управление компанией. Передовой метод работы производства, организованность, систематизирование деятельности тоже позволит понизить расходы.

Так, японский метод Just-in-time, что в переводе означает «точно в срок», постепенно внедряется в производство по всему миру. Суть этой концепции в том, чтобы сократить время процесса изготовления и передвижения товара от одного пункта в другой (например, от станка к станку на заводе), исключить простои, связанные с ожиданием поступления новой партии. Как только завершается выпуск одной группы товара на данном оборудовании, сразу поступает новая группа для обработки. Чтобы была достигнута абсолютная четкость движений, все действия должны быть заранее точно спланированы. Но эта система кроме планирования требует и жесткого контроля. Зато она позволяет сократить издержки на хранение, транспортировку материалов, на реализацию как производителю, так и его контрагентам, что, безусловно,

поможет максимально безболезненно пережить кризис на предприятии в случае его возникновения.

Правда, если система производства не повысила свой уровень производительности до абсолютной минимализации дефектов, данный метод будет применить затруднительно. Поэтому, например, в Японии работников стимулируют к более жесткому и ответственному самостоятельному контролю качества, плюс внедряют автоматы, проверяющие качество товара. В итоге, расходы на брак снижаются. У данного метода работы выявляются и свои подсистемы. Внедрение подобных модернизированных систем в работу предприятия, наряду с другими усовершенствованиями труда, — это действенные антикризисные меры.

В разных странах испытали и оценили преимущества системы Just-in-time, почувствовали, насколько слаженная работа помогает экономить расходы.

Специалисты экономических отделов работают и над классификацией всех расходов (это тоже, своего рода, антикризисные меры), чтобы сокращать издержки — важно предварительно выстроить систему расчетов.

Например, расходы принято делить на переменные и постоянные. Считается, что переменные издержки можно и нужно сокращать, постоянные не зависят от объемов проделанной работы.

Если пересмотреть подобное деление и все затраты отнести к классу переменных, соответственно, задача менеджмента предприятия будет в их сокращении.

Как вариант — можно разделить подсчеты расходов на разные виды продукции. Или, наоборот, создать общую систему калькуляции. Важно, чтобы расчетная система была гибкой и динамичной, усиливалась в случае возникновения такой необходимости.

Таким образом, сокращение расходов — эффективный механизм, который позволяет управлять компанией в условиях кризиса, поскольку в любое время, а особенно, в условиях кризиса, меры, направленные на экономию расходов компании, необходимы для правильного управления.

Литература

1. Дворец Н.Н., Чернышева Н.Е. Практика антикризисного управления // Справочник экономиста» 2011. — № 6 (96). Июнь
2. Морозов С. Точно вовремя (Just-in-time) на малых предприятиях. 10.05.2011.
3. Петухов Д.В. Антикризисное управление. Учебный курс (учебно-методический комплекс).: Москва. 2010.
4. Козенкова Т.А., Нитецкий В.В., Суглобов А.Е. Практикум по аудиту и финансовому менеджменту: Учебное пособие для вузов. — М.: КноРус, 2007.
5. Козенкова Т.А. Методы налогового планирования в группе компаний: Монография. — М.: Маркетинг, 2008.
6. Якутин Ю.В. Интегрированные корпоративные структуры в рыночной экономике России. Научные труды ВЭО России. — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2009.

ЭЖ
ЮРИСТ

ЦЕНТР ЮРИДИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ



Реклама

Ведение арбитражных процессов

- ◆ Хозяйственные споры
- ◆ Налоговые споры
- ◆ Корпоративные конфликты

Ведение гражданских дел

- ◆ Трудовые споры
- ◆ Жилищные споры
- ◆ Наследственные дела

Юридические консультации

Тематические семинары

☎ (499) 156-76-56, (499) 152-63-41, подробности на сайте www.GAZETA-YURIST.ru

Механизм взаимодействия субъектов национальной инновационной системы России

Суглобов А.,

д.э.н., профессор кафедры финансов и экономического анализа Московского университета МВД России

Мацкевич Д.,

к.э.н., преподаватель кафедры финансов и экономического анализа Московского университета МВД России

В статье рассматриваются субъекты национальной инновационной системы, представленные в виде государства, частнопредпринимательского сектора, а также сектора высшего образования. Определяются отношения, возникающие в процессе взаимодействия субъектов национальной инновационной системы России.

Ключевые слова: инновации, национальная инновационная система, инновационная экономика.

Interaction between russian national innovative system units

Suglobov A.,

the professor of chair of the finance and the economic analysis of the Moscow university of the Ministry of Internal Affairs of Russia, doctor of Economix

Matskevich D.,

the teacher of chair of the finance and the economic analysis of the Moscow university of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Ph.D.

In article subjects of national innovative system presented in the form of the state, commercial sector, and higher education sectors are in detail considered. The relations arising in the course of interaction of subjects of national innovative system of Russia are defined.

Keywords: innovations, national innovative system, innovative economy.

В современных условиях развития отечественной экономики происходят радикальные преобразования, связанные с укреплением рыночного типа хозяйствования. При этом немаловажную роль играет развитие национальной инновационной системы России (НИС России), которая представляет совокупность национальных государственных, частных и общественных организаций и механизмов их взаимодействия, в

рамках которых осуществляется деятельность по созданию, хранению и распространению новых знаний и технологий [2].

Отношения в процессе формирования НИС России образуют сложную систему, элементы которой находятся в постоянном взаимодействии. Все стадии инновационного процесса связаны между собой: создание, распространение и потребление субъектами национального

хозяйства научно-технических, производственных, организационных и других новшеств. На всех стадиях изготавливается инновационный продукт для потребления на последующей стадии.

Эффективность инновационных процессов в экономике зависит не только от того, насколько эффективна деятельность самих экономических субъектов — фирм, научных организаций и др., но и от того, как они взаимодействуют друг с другом в качестве элементов коллективной системы создания и использования знаний, а также с общественными институтами, такими, как ценности, нормы, право.

В настоящее время идет поиск организационно-экономического механизма развития НИС России. Организационно-экономический механизм развития НИС России представляет собой совокупность элементов организации и управления инновационными процессами, находящихся в тесной взаимосвязи и взаимодействии друг с другом на всех стадиях инновационного процесса, направленных на осуществление эффективного развития НИС России, которое ведет к повышению конкурентоспособности национальной экономики и укреплению позиций на мировых рынках.

К организационной составляющей механизма относятся структуры (институты), организующие производственно-финансовые отношения, а также инструменты управляющих воздействий на перспективное развитие НИС России с целью разработки направлений ее совершенствования. Экономическими составляющими механизма устойчивого развития НИС России являются совокупность принципов реализации производственно-финансовых отношений между звеньями системы, а также инструментарий достижения параметров экономической эффективности.

Таким образом, одной из важнейших характеристик сущности НИС России является взаимодействие между ее субъектами.

Субъекты НИС России представляют совокупность разнородных, разноразмерных хозяйствующих единиц, деятельность которых направлена на создание и продвижение инновационного продукта. Ограничимся рассмотрением механизма взаимодействия субъектов в рамках указанной структуры НИС России (рис. 1).

Набор элементов, входящих в инновационную систему, не является жестко фиксированным.

От наличия и уровня развития данных субъектов зависят появление, разработка и рыночная реализация новых идей. Субъекты НИС России существуют не отдельно друг от друга, а находятся в тесной функциональной взаимозависимости.

Структура НИС представляет собой совокупность трех крупных сегментов: государственного сектора, системы образования и частнопредпринимательского сектора [4]. Рассмотрим подробно субъекты, входящие в данные сегменты.

Государственный сектор включает непосредственно государство, систему институтов, влияющих на формирование инновационной системы: законы, нормы,

правила, стандарты, государственные научные центры, научно-исследовательские институты.

Государство, как субъект НИС России, поддерживает научно-технический сектор и систему образования — источники инноваций, обеспечивает свободный доступ к результатам научных исследований в государственном секторе, создает условия для их коммерческого использования, необходимую инновационную инфраструктуру, систему подготовки квалифицированного персонала и нормативно-правовую базу для стимулирования инновационной деятельности. Оно также создает необходимые условия и стимулы для быстрой реализации научно-технических достижений, обеспечивая тем самым конкурентоспособность производимой продукции как на внутреннем, так и на мировом рынках.

Роль государства в формировании НИС также заключается в проведении инновационной политики, которая направлена на формирование таких нормативно-правовых и экономических условий, которые всемерно стимулировали бы субъекты экономической деятельности к проведению исследований, разработок, НИОКР, приобретению новых знаний и технологий, выпуску новых высококонкурентоспособных товаров и освоению производств.

Система институтов, влияющих на формирование инновационной системы: законы, нормы, правила, стандарты.

Сегодня в России только начинают разрабатываться и действовать правовые механизмы регулирования инновационной деятельности: принимаются законы, устанавливаются нормы, правила и стандарты, формируются необходимые структуры, характеризующие развитие национальной инновационной системы.

В качестве основополагающего документа в построении НИС следует отметить Стратегию развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года.

Стратегия подготовлена с учетом и в развитие положений Основ политики Российской Федерации в области развития науки и технологий на период до 2010 года и дальнейшую перспективу (письмо Президента Российской Федерации от 30 марта 2002 г. № Пр-576) и Основных направлений политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 года (утверждены письмом Правительства Российской Федерации от 5 августа 2005 г. № 2473п-П7) и призвана обеспечить комплексность и целенаправленность усилий государства, частного бизнеса и институтов гражданского общества по обеспечению динамичного и целенаправленного развития Российской Федерации в области науки и инноваций на период до 2015 года и дальнейшую перспективу [1].

Государственные научные центры, научно-исследовательские институты.

В настоящее время система государственных научных центров (ГНЦ) насчитывает более 58 организаций. ГНЦ достаточно разнородны по их месту в технологической цепочке. Есть среди них и такие как ГНЦ «Строительство», где на долю ИР приходится только 5% стоимости выполненных работ, а остальное составляют



Рис. 1. Схема взаимодействия субъектов национальной инновационной системы России

научно-технические услуги. Имеются центры, где доля ИР приближается к 50% (таких — 7). В то же время в большинстве центров (34 ГНЦ) доля ИР в стоимости произведенных работ составляет более 80%.

Многие из них относятся к сфере высоких технологий и занимают в ней такое место, что выполняемые ими фундаментальные исследования могут эффективно использоваться для создания передовых технологий. При формировании современной инновационной системы ГНЦ могут занять совершенно разные позиции. Они, например, могут выступать в качестве научно-инженерных центров, центров компетенции, индустриально-научных центров или партнеров этих узлов в сетях и кластерах [2].

Важным звеном в структуре финансирования научно-исследовательских разработок при становлении НИС России и обеспечении условий эффективного управления инновационными процессами в современной экономике стала реализация программы развития государственных научных центров. Научно-исследовательские институты, имеющие статус ГНЦ, могут рассчитывать на приоритетное бюджетное финансирование в рамках деятельности по реализации направлений Федеральной целевой программы [3].

Следующим субъектом НИС России является система образования. Она включает государственные и негосударственные учебные заведения.

Государственные и негосударственные учебные заведения являются важным сегментом НИС России в долгосрочном развитии. Среди государственных учебных заведений можно выделить образовательные учреждения, их насчитывается более 1 тысячи и национальные исследовательские университеты, их количество 32. Эти учреждения являются ключевым звеном в цепи потоков специалистов, в них осуществляется фильтрация, отбор и подготовка персонала для практически всех элементов инновационной системы.

Схемы кооперации сектора высшего образования и научно-исследовательского сектора предполагают разделение ролей субъектов и источников финансирования учебного и исследовательского процессов, но при этом обеспечивают установление тесных организационных связей между процессами, например, путем организации совместных кафедр и/или научно-исследовательских подразделений. Нужно стимулировать инвесторов в образовательные процессы, формирование приборной и технологической базы вузов путем налоговых и иных льгот.

В образовательных учреждениях осуществляется непосредственная передача скрытых знаний (tacit knowledge) из исследовательского сектора НИС в бизнес-сектор, что чрезвычайно важно для передовых инновационных технологий. Именно вокруг университетов и

НИИ возникает множество инновационных идей и как следствие — научные лаборатории, инновационные инкубаторы, технопарки, инновационные центры, малые инновационные компании.

Инновационные инкубаторы. Цель создания инкубаторов — первоначальная помощь мелким инновационным предприятиям, ученым, изобретателям и специалистам, которые хотели бы организовать собственные предприятия. Инкубатор представляет им на льготных условиях в пользование производственные и конторские помещения, обеспеченные минимальной хозяйственной инфраструктурой, доступ к научному оборудованию, фондам венчурного капитала и др. В основном российские инкубаторы сегодня представляют собой площадки безопасности, ограждающие предприятия, находящиеся на них, от агрессивной внешней среды. Срок пребывания в инкубаторе не ограничен. При международном стандарте 2–3 года они проводят здесь около 10 лет.

Инновационно-технологические центры и технопарки — эти субъекты инновационной деятельности предназначены для инкубирования малых инновационно-активных предприятий при обязательном условии их ротации, а также для размещения высокотехнологичных предприятий, способных без прямой государственной поддержки развиваться в условиях рынка. С организационной точки зрения технопарк — это участок территории, где компактно размещаются промышленные, научные предприятия и научно-производственные фирмы. С экономической точки зрения парк является территориально-производственным образованием, построенным на взаимодействии двух комплексов — инфраструктурного, генерирующего услуги, и производственного, т. е. предприятий пользователей. Дислоцируясь в парках, предприятия получают экономические выгоды, как минимум равнозначные тем, которые они могли бы получить при льготном кредитовании и других финансовых преференциях.

В настоящее время в России юридически оформлена деятельность примерно 100 технопарков. Их функция состоит в выращивании малых инновационных фирм. Прочные позиции, к примеру, имеют технопарки, существующие на базе МГТУ им. Баумана, МГУ, МИЭТ в Зеленограде. В нашей стране технопарки или научные парки, созданные при университетах, фактически выполняют функции технологических «бизнес-инкубаторов», поскольку способствуют коммерческой реализации завершенных НИОКР. Отечественные технологические и научные парки предоставляют инновационным малым предприятиям следующие услуги: аренду помещений, телефонную и телексную связь, доступ к результатам НИОКР, помощь подготовке технических проектов, обучение и подбор специалистов.

Кроме технопарков в начале 2000-х годов была создана сеть инновационно-технологических центров (ИТЦ), которые по решаемым задачам во многом пересекаются с технопарками. По данным Ассоциации инновационно-технологических центров, в России работают 53 таких центра, созданных в рамках Межведомственной программы активизации инновационной деятельности,

программ ТАСИС «Развитие науки и технологий в условиях рыночной экономики России» и «Инновационные центры и наукограды».

Малые инновационные компании являются переходным звеном между научным исследованием и серийным производством. Малые инновационные компании наиболее активны в разработке программных продуктов, лазерной техники, проведении маркетинговых исследований, в области «улучшающих» нововведений, т. е., заняты модернизацией продукции, производимой крупными предприятиями и имеющие хорошие рыночные перспективы. Малые компании, созданные специалистами вокруг и внутри научно-исследовательских институтов, занимаются как исследованиями, прикладными или фундаментальными, в зависимости от текущих потребностей, так и разработками и даже производством. Эта часть структуры ответственна за изобретение и разработку инновационного продукта, за исследование рынка, за создание малой партии и экономические испытания, заинтересованность рынка в данном продукте [6].

В России развитие малых инновационных компаний идет в весьма жестких условиях, связанных с минимальным интересом крупных российских корпораций к технологическим инновациям, отсутствием системы доступа к кредиту и венчурному капиталу, неразвитой инфраструктурой инновационной деятельности. Предполагается, что уже к 2020 году число инновационных предприятий в России вырастет в 10 раз — с 1% в общем числе малых и средних предприятий до 10%.

Частнопредпринимательский сектор включает в себя несколько главных сегментов.

Система частного финансирования науки и инноваций. Серьезным вкладом в решение проблемы финансирования является привлечение в инновационный бизнес денег крупных производственных предприятий. Но, к сожалению, большая часть промышленных предприятий пока не заинтересована в оплате (или не в состоянии оплатить) НИОКР. Изменить ситуацию могут только очень крупные покупатели инноваций из сырьевого сектора экономики. В последнее время начато несколько проектов по финансированию перспективных разработок такими компаниями, но масштабы этой деятельности пока незначительны [8].

В ряде регионов создаются гарантийные структуры и фонды, которые должны решать проблемы обеспечения займов малых предприятий в банковской системе. Успешное развитие получают также лизинговые схемы закупки высокотехнологичного оборудования малыми предприятиями.

Следует отметить также зарождающуюся систему финансирования инноваций бизнес-ангелами, которые привлекают венчурного инвестора, повышают стоимость компании, осуществляют ее продажу, возвращают затраченные средства и получают от своего вложения прибыль. В настоящее время в регионах России создано несколько объединений неформальных частных инвесторов. Их появление связано с финансово и промышленно ориентированными регионами (Москва,

Санкт-Петербург), а также субъектами Приволжского федерального округа.

Венчурные фонды. Венчур (англ. venture) — инвестиционная компания, работающая исключительно с инновационными предприятиями и проектами (стартапами). Венчурные фонды осуществляют инвестиции в ценные бумаги или предприятия с высокой или относительно высокой степенью риска в ожидании чрезвычайно высокой прибыли. Обычно такие вложения осуществляются в сфере новейших научных разработок, высоких технологий. Как правило, 70—80% проектов не приносят отдачи, но прибыль от оставшихся 20—30% окупает все убытки. Венчурные фонды в России стали создаваться в 1994 г. по инициативе Европейского банка реконструкции и развития (ЕБРР). Одновременно с ЕБРР, Международная Финансовая Корпорация также решила на участие в создаваемых венчурных структурах, совместно с некоторыми известными в мире корпоративными и частными инвесторами.

В настоящее время сформировано 7 венчурных фондов. Общий объем этих фондов — 18,983 млрд. руб. Фонды сформированы на 10 лет. Формат фондов: Закрытый паевой инвестиционный фонд.

Также в настоящее время функционируют такие венчурные фонды России, как: Российская ассоциация венчурного инвестирования, Российский технологический фонд, Уральский венчурный фонд, Национальный венчурный фонд «Грин Грант».

Венчурные компании в сфере высоких технологий. Долгое время в России практически не существовало форм венчурного бизнеса (своего или иностранного), инвестирующего в ранние стадии технологий. В 1990-х годах в основном в стране действовали американские и европейские компании. Из-за общего дефицита финансовых ресурсов и при избытке проектов они, как правило, финансировали обычные рентабельные проекты. Ситуация изменилась с 2003 г. Тогда один из крупнейших венчурных зарубежных фондов — Draper Fisher Jurvetson (DFJ) — объявил о создании дочернего российского фонда предполагаемым объемом в 50 млн. долл. Средства этого фонда были направлены на финансирование ранней стадии развития технологий.

Несмотря на успешные примеры участия зарубежных компаний в венчурном финансировании, российские компании весьма осторожны с выделением средств на венчурный технологический бизнес. Размеры российских венчурных фондов колеблются от 1 до 10 миллионов долларов на все проекты, что является явно недостаточным для долгосрочного развития, а также снижает возможности успеха и препятствует эффективному осуществлению операционной деятельности. При размере фонда, оперирующего несколькими миллионами долларов, только обеспечение нормального функционирования фонда (основной и обслуживающий персонал, офисные и транзакционные расходы) может забрать крупную долю средств, предназначенных для инвестирования. Поэтому эффективно функционирующий венчурный фонд должен иметь размеры не менее 20 миллионов долларов для инвестиций в инновационные проекты [5].

Консалтинговые агентства. Важность этих структур для обеспечения инновационной деятельности заключается в том, что инновационная деятельность имеет много специфических особенностей, знание которых приобретает только с практическим опытом. Поэтому обеспечение доступа к профессиональным консультациям представляется одним из средств повышения эффективности использования средств, направляемых на инновационное развитие. Комплексным решением многих из этих вопросов призваны заниматься центры (офисы) трансфера технологий. В настоящее время ЦТТ создаются, как правило, при крупных вузах и академических институтах. Гораздо слабее развита сеть ЦТТ в отраслевых институтах и государственных научных центрах (ГНЦ). Основной задачей ЦТТ является коммерциализации разработок, создаваемых в материнских организациях. Для решения этой задачи ЦТТ должны обладать возможностями оказания консалтинговых услуг по достаточно широкому спектру вопросов — финансовых, экономических, маркетинговых, а также часто и по внешнеэкономической деятельности.

Инжиниринговые компании (ИК). Такие компании способствуют скорейшему освоению интеллектуального капитала в реальном секторе экономики, осуществляют организацию полного цикла работ — от идеи до производства готовой продукции и ее продвижения на рынке. Инжиниринговые компании способны оказывать услуги одновременно в нескольких областях и привлекать к выполнению работ различных поставщиков оборудования, разные подрядные фирмы. Крупнейшие в России инжиниринговые компании — это Балтийская инжиниринговая компания, Северо-Западная инжиниринговая компания, инжиниринговая компания Трансстрой, инжиниринговая компания Техностройпроект и некоторые другие компании.

Крупные корпорации. Основной задачей крупных корпораций является выпуск серийной партии инновационного продукта, т. е. донесение его до массового потребителя. Они самостоятельно инвестируют средства в технологии, а также создают фонды, специализирующиеся на новых технологиях. Среди российских промышленных корпораций необходимо отметить такие, как «Газпром», «Норильский никель», «Стройтрансгаз», «ТНК», «Русал», «Лукойл», АФК «Система» и др. Каждая из корпораций ведет исследования в интересующей ее отрасли, непосредственно связанной с основным бизнесом, поддерживает соответствующие НИИ.

Среди международных корпораций можно выделить такие, как Daimler, Mobil Technology, Sun Microsystems, Silicon Graphics, Bell Labs Apple, Nintendo, они осуществляют поиск и приобретение технологий в России через свои представительства в университетах и свои официальные торговые структуры.

Также необходимо указать такие субъекты НИС России, как независимая экспертиза и потребитель.

Независимая экспертиза. Разработка, законодательное закрепление и введение в практику стандартов независимой научной экспертизы проектов и их результатов является актуальнейшей и первоочередной

задачей. Без ее решения невозможно эффективно развивать грантовый и контрактный способы финансирования науки, организовывать кооперативные процессы между государственным сектором науки и промышленностью. Без этого развитие и дальнейшее распространение существующей системы распределения финансовых ресурсов приведет к существенному росту коррупционного потенциала механизмов распределения, к росту риска превращения науки в зону «отмывания» бюджетных денег [2].

Потребитель является необходимым звеном в инновационной структуре. Каждая инновационная технология нацелена на соответствующего потребителя, это может быть государство, промышленный комплекс, массовый покупатель и др.

От наличия и уровня развития этих субъектов зависят появление, разработка и рыночная реализация новых идей. Источником идей для НИС России выступает наука, которая является ключевым звеном каждого крупного сегмента системы. Наука интегрирована в государственный сектор (ГНЦ или национальные лаборатории, Академии наук и др.), в систему образования (университетские лаборатории и технопарки), а также в предпринимательский сектор (научные центры корпорации). Новая идея, изобретение, могут появиться в каждой из этих ячеек НИС, ее апробация может последовательно или параллельно проходить в федеральной лаборатории, университетском технопарке, крупной компании,

получая, соответственно, финансовую поддержку из фондов различных министерств, от бизнес-ангелов и венчурных компаний.

Литература

1. Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года. Утверждена Межведомственной комиссией по научно-инновационной политике (протокол от 15 февраля 2006 г. № 1).
2. Голыченко О.Г. Национальная инновационная система России: состояние и пути развития. М.: Наука, 2006. 396 с.
3. Глазьев С.Ю. Перспективы российской экономики в условиях глобальных технологических сдвигов // Российский экономический журнал. — 2007. — № 1—2. — С. 20—28.
4. Иванова Н. И. Национальные инновационные системы. М.: Наука, 2002.
5. Инновационное развитие — основа ускоренного роста экономики Российской Федерации (национальный доклад). М.: Ассоциация Менеджеров, 2006. 76 с.
6. Клавдиенко В. Стимулирование инновационной активности: мировые тенденции и Россия // Общество и экономика. 2006. — № 6. — С. 130—147.
7. Проект «Инновационная Россия 2020. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года».
8. Экономика знаний : коллективная монография / отв. ред. докт. экон. наук, проф. В.П. Колесов. М.: ИНФРА-М, 2008. 480 с.



университет
**Менеджмента
и бизнес-администрирования**

**МЕНЕДЖМЕНТ
МАРКЕТИНГ
ЛОГИСТИКА**

- *Кафедра экономики и менеджмента СМИ*
- *Кафедра маркетинга*
- *Кафедра логистики и управления цепями поставок*

- Образовательные программы
- Семинары и тренинги
- Информационные и консультационные услуги
- Экспертиза

www.mba-uni.ru



ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ
«ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА»



125319, Москва, ул. Черняховского, 16. Тел.: (499) 152-09-89, 152-07-82, 152-85-39
E-mail: info@mba-uni.ru, www.mba-uni.ru

Методика прогнозирования финансовой устойчивости интегрированных предпринимательских структур

Мельцас Е.,

младший научный сотрудник Института ИТКОР

Финансовая устойчивость выступает эффектом финансовой мощности интегрированной предпринимательской структуры. В статье рассматривается методика прогнозирования и методы повышения финансовой устойчивости интегрированных предпринимательских структур.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, интегрированная предпринимательская структура, финансовые потоки, конкурентоспособность

The method of predicting the financial sustainability of integrated business structures

Meltsas E.,

Junior Researcher at the Institute ITKOR

Financial stability acts as effect of financial capacity of the integrated enterprise structure. In article is considered the technique of forecasting and methods of increase of financial stability of the integrated enterprise structures.

Key words: the financial stability, the integrated enterprise structure, financial streams, competitiveness

В мировой экономической системе все явления и процессы напрямую связаны между собой. Так, финансовая устойчивость выступает эффектом финансовой мощности интегрированной предпринимательской структуры, так как во многом оказывает влияние на конкурентоспособность данного экономического субъекта.

«Устойчивое финансовое положение предприятия является предпосылкой его конкурентоспособности, которая в свою очередь включает:

- 1) способность планировать организовывать и проводить эффективную стратегию в сферах управления активами производства и маркетинга;
- 2) способность к созданию и удержанию технологического производства над отраслевыми конкурентами;
- 3) способность к снижению затрат на обеспечение факторами производства — капиталом, рабочей силой, сырьем и материалами, энергией и т. п. на единицу продукции;
- 4) способность вести производство, результаты которого

отвечают ожиданиям потребителей в отношении цены и качества. Все это расширяет возможности предприятия, снижает его удельные затраты на финансовом, сырьевом и других рынках, отражается на цене продукции приносимой прибыли»¹.

Здесь следует пояснить определение термина «интегрированная предпринимательская структура». Под интегрированными предпринимательскими структурами необходимо понимать комплексное объединение организаций и/или индивидуальных предпринимателей, направленное на достижение единогласно выбранной цели развития путем кооперации совместных ресурсов, необходимых для ведения коллективной деятельности, которая осуществляется в интересах всех участников данного объединения.

Поскольку такие понятия как «группа компаний», «предпринимательское объединение (группа)», «интегрированная

¹ <http://www.rusnauka.com>

бизнес-структура» считаем синонимами термина «интегрированная предпринимательская структура», то необходимо остановиться подробнее на данных определениях.

Под группой предприятий понимаются независимые с юридической стороны организации, объединенные экономическими интересами, целями и задачами, благодаря чему их деятельность осуществляется в одном направлении. При этом один экономический субъект выступает в качестве организации, контролирующей деятельности вспомогательных подразделений.

И.С. Шиткина считает, что предпринимательское объединение — это «устойчивая форма интеграции, участники которой, оставаясь формально независимыми субъектами, осуществляют согласованную предпринимательскую деятельность в интересах объединения в целом²²».

В таких крупных интегрированных предпринимательских структурах как холдинги существует ряд сложностей в управлении финансовой устойчивостью хозяйствующего субъекта. И это связано с их отличительными особенностями от других видов экономических образований.

С одной стороны, интегрированные предпринимательские структуры обладают более высокой степенью финансовой устойчивости ввиду их интеграционных связей и возникающего эффекта синергии.

С другой стороны, интегрированные предпринимательские структуры более подвержены риску снижения финансовой устойчивости в результате снижения устойчивости отдельных подразделений, входящих в состав данного предпринимательского объединения. Причем возникновение данного вида риска может быть внезапным для интегрированной бизнес-структуры в результате сложностей, связанных с большими объемами деятельности.

Считаем, что в интегрированных предпринимательских структурах вопросы, связанные с методами управления финансовой устойчивостью не могут ограничиваться только группировкой или систематизацией информации о составе и структуре капитала и расчетом на базе имеющегося материала показателей финансовой устойчивости, но и в обязательном порядке должны осуществляться мероприятия по планированию и прогнозированию финансовых потоков организации, то есть для предупреждения кризисного финансового состояния интегрированной предпринимательской структуры необходимо своевременное осуществление необходимых средств по предупреждению нежелательных изменений структуры капитала.

В связи с этим рассмотрим возможности и целесообразность использования различных методов определения финансовой устойчивости, применяемых в современной экономической практике.

В качестве методов измерения и прогнозирования финансовой устойчивости выступают:

— *горизонтальный анализ, который производится путем выявления отклонений финансовых величин отчетного периода от финансовых показателей базового периода, в качестве которых могут выступать финансовые величины как предыдущего, так и планового периода, а также средние статистические показатели;*

— *вертикальный (структурный) — расчет финансовой устойчивости путем определения влияния каждого отдельного финансового показателя на итоговую сумму;*

— *трендовый осуществляется с помощью построения трендового графика, который представляет собой базовую «тенденцию динамики финансовой устойчивости, очищенную от случайных явлений и индивидуальных особенностей отдельных периодов», что позволяет прогнозировать финансовую устойчивость в будущих периодах;*

— *сравнительный определяется методом сравнения финансовых коэффициентов организации с показателями конкурентов, средними показателями по данной отрасли и общеэкономическими данными. Главным преимуществом данного метода является возможность оценить состояние организации по отношению к другим участникам рынка. Даже если показатели финансовой устойчивости организации не уступают показателям конкурентов, но намечается отрицательная тенденция, следует обратить особое внимание на данный прогноз, так как это не замедлит сказаться на будущем предприятия не в лучшую сторону;*

— *факторный — система определения и установления уровня влияния сопряженных факторов на итоговый результат деятельности.*

Однако данные методы не лишены недостатков. Так, горизонтальный, вертикальный и трендовый анализы определяют только изменения, выдавая готовые результаты, не выявляя причин итоговых изменений. Сравнительный анализ является более информативным методом определения финансовой устойчивости, однако для его осуществления необходима достоверная информационная база, которая в России на данный момент отсутствует.

При планировании финансовой устойчивости интегрированных предпринимательских структур возникают определенные трудности, в частности,

существование достаточно большого разнообразия методов планирования и прогнозирования финансовой устойчивости, результаты, проведения которых могут различаться. В этом случае выбор метода осуществляется в связи с поставленными целями.

Поскольку для внешних субъектов рынка информация об организации ограничена, то выбор метода прогнозирования упрощается за неимением необходимых данных. В этом случае прогноз финансовой устойчивости будет производиться на основе имеющейся достоверной информации, применимой к данному конкретному методу. Для внутренних пользователей выбор метода расчета финансовой устойчивости заметно расширяется, и в этом случае определяется целями и задачами, которые организация стремится достигнуть. Так, например, если целью проведения анализа финансовой устойчивости было выявление темпов развития организации, то необходимо применять горизонтальный анализ, если же целью является прогноз финансового положения предприятия в будущем, то рекомендуется проводить трендовый анализ.

Любой прогноз является труднореализуемой задачей, поскольку возникновение внешних факторов трудно предсказать, особенно на долгосрочную перспективу.

²² Холдинг: правовое регулирование и корпоративное управление / Шиткина И.С. Волтерс Клувер, 2006. — 648 с.

Если в организации налажены устойчивые отношения, то есть не изменяющиеся на протяжении длительного времени, экономические отношения с контрагентами, то это может не только оцениваться в положительную сторону, поскольку это может означать, что в организации не проводится сравнительный анализ и в случае возникновения непредвиденных обстоятельств организация не сможет решить возникшие проблемы в оперативном режиме.

При прогнозировании финансовой устойчивости должен учитываться ряд объективных факторов, влияющих на результаты деятельности интегрированных предпринимательских структур.

Поскольку финансовая устойчивость является комплексной характеристикой, то на ее состояние оказывают влияние многообразные факторы:

- положение экономического субъекта на рынке товаров и услуг, степень его конкурентоспособности;
- производство и реализация недорогих товаров с высоким уровнем спроса;
- уровень экономического потенциала субъекта предпринимательской деятельности;
- подвластность от внешнего экономического окружения;
- взаимодействие экономического субъекта с несостоятельными или недобросовестными дебиторами;
- действенность производственно-хозяйственных мероприятий;
- другие аналогичные факторы.

Внешними факторами, влияющими на финансовую устойчивость интегрированной предпринимательской структуры могут быть:

- изменения в процессах ценообразования;
- снижение уровня производства;
- изменение экспортно-импортной политики государства, политическая нестабильность;
- инфляционные процессы.

К внутренним факторам, определяющим величину финансовой устойчивости можно отнести:

- соответствие между размерами оборотных и внеоборотных средств;
- величина и структура издержек предпринимательского образования;
- степень профессионализма персонала бизнес-структуры.

Из этого вытекает предположение, что устойчивость интегрированной бизнес-структуры в финансовом отношении — результат своевременного выявления факторов внешнего финансового окружения и грамотного управления внутренними факторами, оказывающими непосредственное влияние на изменение финансовой устойчивости.

Другим методом повышения финансовой устойчивости интегрированных предпринимательских структур является организация эффективного функционирования денежных потоков. Грамотная организация финансовых потоков интегрированной предпринимательской структуры является залогом финансовой устойчивости, предпосылкой получения высокого уровня прибыли, результатом прочного финансового равновесия.

Как и в любой финансовой структуре, интегрированное предпринимательское объединение имеет конкретную схему движения финансовых потоков: все денежные потоки концентрируются в основном центре, после проведения контрольных мероприятий за величиной входящих финансовых потоков, определения финансового результата, происходит их последующее распределение.

Так как интегрированные предпринимательские структуры имеют сложную организацию своей структуры, то ключевой особенностью ее деятельности является достижение синергии в деятельности головной организации и структурных подразделений интегрированной предпринимательской структуры, что заключается в следующем:

- во-первых, поскольку интегрированные предпринимательские структуры включают как головное предприятие, координирующее деятельность филиалов и подразделений, то важным принципом перемещения денежных потоков является согласованность действий всех структурных подразделений, что, в свою очередь, достигается путем постановки единых целей и задач. При этом цели и задачи должны быть сформулированы таким образом, чтобы учитывались интересы не только головной организации, но и всех структурных подразделений. Отсутствие заинтересованности даже единственного участника может привести к разбалансированности деятельности всего предпринимательского образования;
- во-вторых, интегрированная предпринимательская структура при определении финансовой устойчивости должно ориентироваться только на точную и достоверную информацию, поскольку если неправильный расчет финансовой устойчивости на текущий момент может не оказать существенного влияния на положение организации, то недостоверность этих данных на долгосрочный период времени может привести не только к неблагоприятной ситуации на предприятии в будущем, но и к банкротству группы компаний. Важную роль в этом процессе имеет непротиворечивость действий филиалов.

Любое предпринимательское объединение будет финансово устойчивым только в том случае, если его продукция или оказываемые услуги будут удовлетворять потребностям товарного рынка, а его деятельность соответствовать основным требованиям, предъявляемым на современном этапе развития экономики.

Литература

1. Козенкова Т.А. Особенности формирования финансовых отношений в интегрированных структурах. — М.: Дело и Сервис, Консультант бухгалтера, №9, 2006.
2. Козенкова Т.А., Нитецкий В.В., Суглобов А.Е. Практикум по аудиту и финансовому менеджменту: Учебное пособие для вузов. — М.: КноРус, 2007.
3. Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 296 с. — (Высшее образование).
4. Холдинг: правовое регулирование и корпоративное управление / Шиткина И.С. — Волтерс Клувер, 2006. — 648 с.
5. Якутин Ю.В. Интегрированные корпоративные структуры в рыночной экономике России. Научные труды ВЭО России. — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2009.

Сущность финансовой логистики в холдингах

Сваталова Ю.,

финансовый директор, ЗАО ИД «Экономическая газета»

Важную роль в достижении холдингом поставленной стратегической цели играет проведение единой финансовой политики. Автором статьи рассмотрена сущность создания системы управления финансовыми потоками логистической системы группы компаний.

Ключевые слова: финансовая логистика, логистическая система, финансовый поток, холдинг.

The essence of financial logistics in the holding companies

Svatalova Y.,

Financial Director of ZAO «Economic Newspaper»

An important role in achieving the strategic goal set by the holding is conducting a single monetary policy. The author of the article discussed the essence of a system of cash flow management systems logistics group of companies.

Key words: financial logistics, logistics system, cash flow, holding.

В экономике развитых стран на протяжении последних десятилетий отмечается активное развитие интеграционных процессов и структуризации больших групп предприятий в различные объединения, связанные единой логистической системой. Не утрачивая юридической самостоятельности, участники группы имеют общую цель, для достижения которой осуществляют согласованную деятельность путем объединения капиталов, материальных и нематериальных ресурсов, установления производственных и технологических связей.

Особенности, присущие холдингам как форме предпринимательского объединения, требуют построения логистической системы, охватывающей ресурсные потоки всех участников объединения и обеспечивающей экономический контроль со стороны головной компании над деятельностью группы. Поскольку участники холдинга осуществляют деятельность, направленную на достижение общей цели развития группы, в процессе управления ресурсными потоками необходимо выстраивать систему целей каждого участника объединения с учетом определяющей роли стратегии группы в целом.

Важную роль в достижении холдингом поставленной стратегической цели играет проведение единой финансовой политики, осуществление которой не возможно без создания системы управления финансовыми потоками логистической системы группы компаний. Организация управления консолидированными финансовыми потоками является важной задачей, поскольку путем воздействия на финансовые отношения участников группы достигается обеспечение экономического контроля со стороны головной компании, что относится к основополагающим

признакам холдингового объединения. Особенностью логистического подхода к управлению финансовыми потоками в холдинге является управление потоками компаний как единым целым, по единым для всей логистической системы критериям, что позволит повысить уровень взаимодействия и координации звеньев логистической сети.

Наличие большого количества элементов (звеньев) и многофакторный характер взаимодействия между ними характеризуют логистическую систему холдингов как сложную систему, при проектировании которой необходимо учитывать следующие факторы:

- управление консолидированными в результате объединения компаний ресурсными потоками и источниками их формирования;
- формирование системы управления ресурсными потоками на уровне каждого участника в отдельности и холдинга в целом;
- управление специфическими отношениями, возникающими внутри объединения между участниками холдинга для обеспечения экономического контроля со стороны головной компании;
- применение логистических методов и инструментов, обеспечивающих согласованную деятельность участников объединений в рамках достижения единой цели.

Логистическая система холдинга представляет собой сложную экономическую систему, состоящую из совокупности элементов, взаимосвязанных в едином процессе управления ресурсными потоками, консолидированными для целей согласованной предпринимательской деятельности участников объединения.

Характерная для современного этапа экономического развития тенденция роста конкуренции между производителями товаров и услуг требует повышения гибкости логистических систем, выраженной в способности компании к увеличению объемов инноваций, повышению скорости вывода на рынок новых качественных товаров и удовлетворению растущих требований покупателей в более короткие сроки. Кроме того, в условиях финансового кризиса важное значение для деятельности компаний имеет устойчивость функционирования системы.

Гибкость логистической системы холдинга и ее устойчивость обеспечиваются за счет внедрения в деятельность компании концепции, методов и инструментов финансовой логистики, что позволяет достичь:

- *повышения оборачиваемости денежных средств, минимизации кассовых разрывов, сокращения логистического цикла;*
- *сокращения постоянных и переменных логистических издержек в результате сокращения логистического цикла;*
- *повышения способности компании к удовлетворению требований покупателей за счет увеличения ассортимента и номенклатуры продукции, повышения скорости реагирования на покупательский спрос, гибкой ценовой политики;*
- *повышения уровня технологичности компании в результате выработки инвестиционной стратегии развития;*
- *обеспечения стабильности деятельности в условиях негативных экономических тенденций и повышения эффективности бизнес-процессов.*

Эффективная система логистики холдинга позволяет своевременно и адекватно реагировать на постоянно изменяющиеся политические, экономические, технологические и иные факторы внешней среды. Внедрение концепции финансовой логистики позволит гармонизировать внутренние и внешние бизнес-процессы, повысить эффективность деятельности отдельных компаний и холдинга в целом, сократить общие затраты и снизить себестоимость продукции, оптимизировать ресурсные потоки, что позволит повысить качество обслуживания потребителей, расширить рынок сбыта и укрепить положение на рынке. Таким образом, ключевые резервы повышения эффективности логистических систем заключены в управлении финансовыми потоками.

Являясь частью логистической науки, финансовая логистика на сегодняшний момент является наименее изученной ее частью, что обусловлено, во-первых, широтой и неоднозначностью толкования сущности логистики в целом, и, во-вторых, исторически малым периодом применения данного направления логистики в сфере экономики.

Нам представляется целесообразным дать следующее определение: финансовая логистика — это наука об управлении финансовыми потоками, находящимися в единстве и взаимозависимости с материальными, информационными и другими потоками логистической системы, с целью обеспечения их оптимального движения для достижения целей экономической системы. В качестве потоков логистической системы мы предлагаем понимать целенаправленное движение материальных, нематериальных, информационных и человеческих ресурсов логистической системы,

обусловленное их возникновением, преобразованием и поглощением.

К материальным ресурсам относится совокупность предметов и средств труда, используемых в основном и вспомогательном производстве (сырье, материалы, полуфабрикаты, комплектующие изделия и запасные части, топливо, энергия, оборудование и приборы, готовая продукция, отходы производства), основные и оборотные средства предприятия, инвестиции. В результате выполнения ряда логистических операций совокупность материальных ресурсов образует соответствующий материальный поток, который в широком смысле следует рассматривать как процесс перемещения активов не только в материальной (товары, основные средства, сырье, материалы), но и в нематериальной форме (услуги, нематериальные активы, расчеты).

В качестве нематериальных ресурсов может рассматриваться совокупность активов компании, создающих ее конкурентное преимущество и способствующих укреплению доверия потребителей. К числу таких активов относятся деловая репутация компании, исключительные права на технологии и разработки в виде патентов, лицензий, авторских прав, а также знания, используемые при функционировании систем логистики (в управлении запасами, организации и управлении транспортировкой, складским хозяйством, грузопереработкой, упаковкой, в организации информационного и финансового сопровождения материальных логистических потоков).

Движение различных видов ресурсов логистической системы взаимосвязано между собой. Так, движение финансовых ресурсов сопутствует движению материальных ресурсов при совершении различных логистических операций. Например, при отгрузке товаров покупателю генерируется финансовый поток, связанный с осуществлением денежных расчетов между покупателем и продавцом за реализованную продукцию. Рассматриваемые при совершении данной логистической операции потоки, как правило, не синхронны во времени движения (по условиям договора между продавцом и покупателем может быть предусмотрена форма расчетов авансом или оплата в определенные сроки после момента отгрузки товара), однако финансовый поток является производным от товарного потока и неотделим от него. Движение финансовых ресурсов возникает при расчетах с поставщиками и подрядчиками по приобретению сырья, материалов, комплектующих и оборудования, при расчетах с контрагентами по оплате услуг грузоперевозки, хранения и страхования грузов, при расчетах с кредиторами по привлечению заемных средств и пр. Любая логистическая операция влечет возникновение определенных издержек у производителя. Таким образом, движение финансовых ресурсов возникает при осуществлении действий между участниками логистической цепи, направленных на возмещение издержек процессов производства, дистрибуции и сбыта, привлечение средств из источников финансирования, возмещение денежных средств за реализованную продукцию и услуги покупателям.

Учитывая фактор взаимосвязи логистических ресурсов, финансовый поток в логистической системе представляет собой движение финансовых средств, возникающее по поводу формирования, перемещения и потребления логистических ресурсов.

Являясь производными материальных потоков, финансовые потоки в то же время служат для финансового обеспечения ресурсных потоков, способствуя их движению в необходимых объемах, в нужные сроки, в нужное время. Финансовый поток в логистике рассматривается как «направленное движение финансовых средств, циркулирующих в логистической системе, а также между логистической системой и внешней средой, необходимых для обеспечения эффективного движения определенного товарного потока»¹.

Множество видов логистических операций, направленность движения ресурсных потоков, формы расчетов обуславливают многообразие видов финансовых потоков в логистической системе холдинга. Классификация финансовых потоков, охватывающая процессы формирования, накопления и распределения ресурсов, способствует определению наиболее эффективных способов управления логистическими финансовыми потоками.

При рассмотрении финансовых потоков в качестве объекта управления финансовой логистики, взаимосвязанного с движением ресурсов логистической системы, наиболее значимыми, на наш взгляд, являются следующие классификационные признаки финансовых потоков логистической системы холдинга: отношение к логистической системе, направление движения, источник образования, отношение к логистическому ресурсу, отношение к логистической операции, форма расчетов, периодичность формирования, область движения, срок прохождения, ликвидность ресурса.

Движение финансовых ресурсов за пределами конкретной логистической системы образует внешний финансовый поток. Внутренний финансовый поток протекает внутри логистической системы и обусловлен движением различных ресурсов в процессе выполнения ряда логистических операций.

Внешние финансовые потоки образуются в результате взаимодействия предприятий, входящих в холдинг, с различными субъектами хозяйственного процесса, являющимися внешними по отношению к группе:

- с поставщиками, заказчиками, покупателями, продавцами и прочими контрагентами по поводу производства и реализации продукции, услуг, работ (не являющимися участниками объединения);

- с органами государственной власти в лице налоговых, таможенных, правоохранительных, антимонопольных, судебных органов, органов по контролю за рынком ценных бумаг, федеральных, региональных и местных органов власти;

- с кредитными и страховыми организациями, инвестиционными и негосударственными пенсионными фондами и другими финансовыми институтами (не являющимися участниками объединения).

Внутренние финансовые потоки логистической системы холдинга являются специфическими финансовыми потоками, возникновение которых обусловлено совокупностью внутрихолдинговых отношений. Внутренние финансовые потоки протекают между дочерними компаниями и между головной и дочерними компаниями.

Таким образом, в логистической системе холдинга следует разделять виды финансового потока в зависимости от области их движения, к которым относятся: финансовые потоки

дочерней компании, финансовые потоки головной компании, финансовые потоки бизнес-процесса, финансовые потоки бизнес-единицы, консолидированные финансовые потоки.

По отношению к логистическому ресурсу финансовые потоки подразделяются на потоки финансовых ресурсов, сопутствующие движению основных фондов и сопутствующие движению оборотных средств предприятия. Учитывая различную степень способности того или иного актива предприятия быть реализованным на рынке с максимальной скоростью и наименьшими издержками, финансовые потоки в логистической системе следует подразделять по степени ликвидности ресурса, которому они сопутствуют. Также целесообразно выделять финансовые потоки, связанные с логистическими операциями в результате текущей деятельности хозяйственных субъектов (закупки сырья, материалов и пр., производство, распространение и сбыт продукции), и финансовые потоки, отражающие процессы перераспределения активов, инвестиции и долгосрочные вложения капитала.

Важное значение имеет деление потоков по направлению движения финансовых ресурсов: приток финансовых ресурсов по отношению к логистической системе образует положительный финансовый поток, отток финансовых ресурсов — отрицательный поток. Следует отметить, что движения материального и финансового потоков имеют диаметрально противоположную направленность. Так реализация продукции со стороны предприятия — продавца влечет выбытие материального ресурса в виде готовой продукции, которое, в свою очередь, обуславливает приток финансовых ресурсов в виде денежных средств со стороны предприятия-покупателя при расчетах по договору купли-продажи. Соответственно, оплата денежных средств поставщику за материалы, требуемые для производства продукции, влечет отток финансовых ресурсов, сопутствующий поступлению оборотных активов предприятия — покупателя. Чистый денежный поток — разница между положительным и отрицательным денежными потоками, т. е. между поступлением и расходованием денежных средств и является важнейшим результатом финансовой деятельности предприятия, оказывающим влияние на его финансовую устойчивость.

Для повышения эффективности использования ресурсов очень важна временная характеристика финансового потока, определяющая время его перемещения. На время движения финансового потока оказывает влияние согласованный в договоре порядок расчетов между продавцом и покупателем, предусматривающий сроки, периодичность и форму осуществления расчетов.

Финансовые расчеты между контрагентами могут осуществляться как в виде денежных расчетов в наличной и безналичной форме (расчеты наличными денежными средствами через кассу предприятия и расчеты по счетам в банке платежными поручениями, платежными требованиями, инкассовыми поручениями, документарными аккредитивами), так и в виде взаиморасчетов (зачет долговых обязательств по бартеру, расчеты долговыми ценными бумагами). Способы финансовых расчетов между предприятиями играют важную роль в повышении эффективности финансового обеспечения предприятия, способствуя скорости движения материального потока.

Для обеспечения движения материальных ресурсов могут привлекаться финансовые ресурсы, образованные не только

¹ Учеб. пособие/Под ред. Л.Б.Миротина и В.И. Сергеева. — М.: ИНФРА-М, 2000. — С. 21

за счет собственных средств предприятия (капитал, прибыль, фонды), но и за счет заемных источников финансирования (кредиты банков, займы юридических и физических лиц, кредиторская задолженность перед поставщиками и подрядчиками). Источник формирования финансовых ресурсов определяет такую важную характеристику финансового потока в логистической системе как стоимость потока, то есть затраты на его обслуживание.

Основной задачей управления финансовыми потоками в логистических системах является согласованное движение финансовых ресурсов, выраженное в подборе объема, стоимости и времени привлечения финансовых ресурсов под соответствующие параметры других ресурсов. С точки зрения финансовой логистики прогрессивность хозяйственных систем достигается не столько наращиванием их материально-технической базы, сколько совершенствованием обеспечения финансовыми ресурсами. Управление финансовыми потоками позволит обеспечить компаниям холдинга требуемый уровень выпуска продукции и услуг за счет полного и своевременного обеспечения производства ресурсами из оптимальных источников финансирования.

Анализ движения ресурсов логистической системы показывает, что различные финансовые потоки взаимосвязаны не только с материальными потоками, но и между собой. Например, денежные средства, направленные в качестве инвестиций на расширение производственных мощностей предприятия, возвращаются в составе финансового потока в виде выручки от реализации. Планирование и расчет оптимальных параметров финансовых потоков позволяют минимизировать общие издержки, возникающие в логистической системе, повысить уровень рентабельности и финансовой устойчивости предприятия.

Основными задачами управления финансовыми потоками в логистической системе являются:

- *формирование достаточного объема финансовых ресурсов для обеспечения материальных потоков логистической системы;*
- *синхронизация движения ресурсов в логистической системе, обеспечение постоянного баланса ресурсных потоков;*
- *оптимизация денежного оборота, ускорение оборачиваемости ресурсов;*
- *обеспечение платежеспособности и финансовой устойчивости экономической системы, выраженной в возможности своевременно погашать текущие обязательства и накапливать резервы для осуществления будущих расходов и инвестиционных вложений;*
- *повышение доходности логистических операций и снижение издержек на их осуществление, повышение рентабельности функционирования всей логистической системы в целом;*
- *обеспечение наиболее эффективного распределения и использования финансовых ресурсов по всем направлениям деятельности.*

«Управление потоками можно считать эффективным, если оно позволяет решать в автоматическом режиме основные производственно-хозяйственные задачи предприятия. К ним относятся: согласование производственных и финансовых планов, установление необходимого уровня запасов,

объемов и сроков требуемых ресурсов. Через воздействие на потоки можно обеспечивать логистическую систему финансовыми и материальными ресурсами, осуществлять привлечение и возврат денежных средств, их распределение по направлениям использования»².

К функциям управления финансовыми потоками в логистической системе следует отнести разработку:

- *системы управления основным и оборотным капиталом, контроля за соответствием параметров ресурсных потоков;*
- *оптимального бюджета движения денежных потоков, системы контроля за исполнением бюджетных показателей;*
- *системы контроля и управления дебиторской и кредиторской задолженностью;*
- *финансовой политики в части привлечения заемного капитала;*
- *инвестиционной политики хозяйствующего субъекта;*
- *системы оценки эффективности управления финансовыми потоками в логистической системе.*

В условиях влияния финансового кризиса на происходящие процессы интеграции и концентрации собственности особого внимания требует решение задачи совершенствования системы управления финансовыми потоками в группе компаний, направленного на повышение качества корпоративного управления, повышение финансовой устойчивости и максимизацию синергетического эффекта объединения. Для реализации данной задачи необходим поиск наиболее эффективных логистических форм организации процесса управления финансовыми потоками группы компаний.

Создание логистического механизма рационального распределения функций управления финансовыми потоками в системах, сетях и цепях предпринимательской группы холдинга позволяет обеспечить баланс интересов участников этого объединения в части повышения эффективности, управляемости и сохранения разумной степени автономии, способствует эффективности холдингов как многоуровневых и многоцелевых структур.

Литература

1. Основы логистики: Учеб. пособие / под ред. Л.Б. Миротина и В.И. Сергеева. — М.: ИНФРА-М, 2000.
2. Моисеева Н.К. Экономические основы логистики: Учебник. — М74М.: ИНФРА-М, 2008. — 528 с. — (Высшее образование).
3. Покараева Н. Финансовая логистика: вчера, сегодня, завтра // Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция (РИСК). — 2009. — № 2.
4. Якутин Ю.В. Управление проектом развития холдинговых отношений в интегрированных корпоративных структурах: Учебное пособие / Ю.В. Якутин — М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2003.
5. Козенкова Т.А. Управление финансами интегрированных структур. Монография. ИКФ «Каталог». — М., 2006.
6. Винслав Ю., Германова И. Холдинговые отношения и правообеспечение их становления в России и СНГ // Российский экономический журнал. — 2001. № 4.

² Н.Г. Покараева Финансовая логистика: вчера, сегодня, завтра // Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция (РИСК). — 2009. — № 2.

Принятие стратегических решений в промышленных корпорациях на основе нечетких множеств

Астакхов А.,

*д.э.н., профессор кафедры финансового менеджмента,
Всероссийского заочного финансово-экономического института*

Доброва К.,

д.э.н., доцент кафедры производственного менеджмента и маркетинга Московского авиационного института

Рассмотрены пути решения задачи управления рисками при диверсификации бизнес-портфеля инновационных корпораций.

Ключевые слова: стратегические решения, инвестор, корреляция, уровень риска.

Technique of acceptance of strategic decisions in innovative industrial corporations on the basis of indistinct sets

Astakhov A.,

Chair «Financial management», professor, All-Russia correspondence financial and economic institute

Dobrova K.,

Chair «Industrial management and marketing», senior lecturer, Moscow aviation institute

In article ways of the decision of a problem of management are considered by risks at a diversification of a business portfolio of innovative corporations.

Keywords: Strategic decisions, the investor, correlation, a risk level.

При производстве в инновационной корпорации нескольких продуктов (что может быть обусловлено желанием руководства корпорации диверсифицировать бизнес в стратегической перспективе, производить одновременно продукцию военного и гражданского назначения) возникает задача управления портфелем бизнесов или бизнес-портфелем. В этой ситуации, как правило, возникает большое количество неопределенных ситуаций, которые необходимо учитывать при принятии стратегических решений. В настоящее время существует достаточное количество методических инструментов для

решения этой проблемы. Одним из них являются нечеткие множества.

Рассмотрим ситуацию, когда руководство инновационной корпорации как держатель портфеля бизнесов управляет им, руководствуясь определенными стратегическими и тактическими соображениями и приоритетами. С одной стороны, руководство корпорации старается максимизировать консолидированную доходность, в том числе за счет одновременного производства военной и гражданской продукции. С другой стороны, оно фиксирует предельно допустимый риск

неэффективности выбора своих бизнесов, то есть риск возможных убытков.

Для определения минимального значения эффективности портфеля можно использовать различные ориентиры. В частности, если инвестор приобретает казначейские обязательства США с купоном 1,5% годовых, то считается, что его риск в этом случае равен нулю (при этом не рассматриваются системные риски, связанные с крахом денежного рынка США, с любыми иными событиями глобального порядка).

Таким образом, если доходность бизнес-портфеля корпорации оказалась ниже 1,5% годовых за период владения, можно говорить о ситуации неэффективного портфельного выбора. В принципе, существует возможность использования в качестве критерия неэффективности портфельного выбора любой другой процентной ставки, и чем выше эта ставка, тем агрессивнее стратегия корпорации, тем более руководство склонно к риску во имя максимума ожидаемой прибыли от управления бизнес-портфелем.

Как известно, классической моделью портфельного управления является модель Марковица. Сущность ее заключается в следующем. Пусть бизнес-портфель отраслевой корпорации содержит N стратегических бизнес-единиц по видам продукции, каждая из которых характеризуется следующими параметрами:

начальной ценой W_{i0} приобретения или создания бизнеса перед помещением его в портфель;

числом рыночных сегментов n_i в бизнес-единицах;

начальными инвестициями S_{i0} в данный портфельный сегмент.

Тогда:

$$S_{i0} = W_{i0} \times n_i.$$

Здесь случайная величина рыночной стоимости бизнеса (включающая выплаты дивидендов) может иметь нормальное распределение с параметрами

$$(W_{i0} \times (1+r_i), S_i),$$

где:

r_i — ожидаемая доходность бизнес-единицы;

S_i — стандартное отклонение дохода от среднего дохода отраслевой корпорации.

При этом сам портфель характеризуется:

суммарным объемом портфельных инвестиций в момент времени t — S_t ;

корреляционной матрицей $\{r_{ij}\}$, коэффициенты которой характеризуют связь между доходностями i -й и j -й бизнес-единицы;

долевым ценовым распределением бизнесов в портфеле $\{x_i\}$, причем для исходного портфеля выполняются следующие условия:

для начального периода:

$$x_{i0} = \frac{S_{i0}}{S_0}, \quad \sum_{i=1}^N x_{i0} = 1;$$

для текущего периода:

$$x_{it} = \frac{S_{it}}{S_t}, \quad \sum_{i=1}^N x_{it} = 1.$$

Значение коэффициента r_{ij} определяется по формуле коэффициента парной корреляции:

$$\rho_{ij} = \frac{n \sum r_i r_j - \sum r_i \sum r_j}{\sqrt{\left[n \sum r_i^2 - \left(\sum r_i \right)^2 \right] \left[n \sum r_j^2 - \left(\sum r_j \right)^2 \right]}}$$

Таким образом, портфель описан системой статистически связанных случайных величин с нормальными законами распределения. Тогда, согласно теории случайных величин, ожидаемая доходность портфеля в определенный момент времени t находится по формуле:

$$r_t = \sum_{i=1}^N x_{it} r_{it},$$

а стандартное отклонение портфеля (разброс доходностей от среднекорпоративного значения) s , характеризующее степень риска портфеля, определяется по формуле:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^N x_i x_j \rho_{ij} \sigma_i \sigma_j}.$$

Задача управления таким портфелем имеет следующее описание: определить вектор $\{x_{it}\}$, максимизирующий целевую функцию r_t вида (1) при заданном ограничении на уровень риска s , оцениваемый по формуле (2):

$$\{x_{opt}\} = \{x\} \mid r \rightarrow \max, S = \text{const}.$$

При этом необходимо отметить, что в подходе Марковица к портфельному выбору под риском понимается не риск неэффективности инвестиций, а степень колебаний ожидаемого дохода по портфелю, причем как в меньшую, так и в большую сторону. Можно без труда перейти от задачи вида (3) к задаче, где в качестве ограничения вместо фиксированного стандартного отклонения выступает вероятность того, что портфельная доходность окажется ниже заранее обусловленного уровня.

Подход Марковица, получивший широкое распространение в практике управления портфелями, тем не менее, имеет следующие модельные допущения, плохо согласованные с реальностью описываемого объекта — мирового и особенно современного российского рынка.

1. Слабость гипотезы о статистичности случайных процессов. Классическая теория вероятности констатирует статистичность случайных событий в тех условиях, где имеет место статистическая однородность выборки событий. Например, если проводятся испытания надежности однотипных радиоэлектронных устройств, находящихся в однотипных условиях, тогда требование статистической однородности соблюдено. Если же часть этих устройств помещается в иной климатический режим (как это и впрямь имеет место в ходе реальных испытаний оборудования), то статистическая однородность

событий отказов пропадает. Такая же ситуация складывается и на реальном рынке.

В России корпорация, наблюдаемая 10 лет назад, и та же корпорация сегодня — это два различных объекта наблюдения. Изменилось рыночное окружение корпорации и, соответственно, изменилась ее рыночная позиция: она могла расширить рынок по видам своей продукции или, наоборот, снизить уровень продажи.

Соответственно, риск убытков по конкретной стратегической бизнес-единице падает или растет, но причина этих колебаний внешняя. Она не имеет прямого отношения к корпорации, не свойственна ей. Это точно так же, как риск простуды зависит не только от жизнеспособности организма человека, но и от температуры воздуха, влажности.

Поэтому нельзя при исследовании бизнес-единицы говорить о статистической однородности, нельзя говорить о статистичности случайного процесса доходности бизнеса. И таким образом, нельзя говорить о статистической вероятности того или иного события, связанного со случайной величиной дохода по конкретному виду бизнеса, при классическом понимании вероятности.

Если же речь идет о субъективных (аксиологических) вероятностях, то введение этих вероятностей должно быть предварено специальным обоснованием (исследованием информативности контекста свидетельств об изучаемом объекте, экспертным опросом и т. д.). Когда вероятностная субъективная оценка производится единственным экспертом, риск субъективности и ошибочного прогноза существенно возрастает. Фактически, применяя субъективные вероятности, эксперт отказывается от частотного понимания вероятности и вкладывает в это понятие собственные субъективные ожидания, которые могут быть существенно искажены оглядкой на предысторию колебаний дохода по данному виду бизнеса.

В случае смены рыночных ориентиров эта предыстория перестает быть показательной. Например, в связи с глобальным планетарным потеплением перестает быть актуальной для прогнозов многолетняя статистика суточных температур, собранная в предшествующий потеплению исторический период.

2. Корреляция как натяжка. Раз нет статистичности случайных процессов дохода по бизнес-единице, то нет и статистической связи между этими случайными процессами. Когда коэффициенты корреляции задаются константами, предполагается, что раз и навсегда известен характер причинно-следственной связи между доходами двух бизнес-единиц.

В рыночных условиях характер рассматриваемой причинно-следственной связи не может быть описан одним экспертом с достаточным уровнем точности, а лишь с той или иной степенью приближенности. Гораздо больше достоверности содержится в мнениях эксперта, когда он вместо чисел употребляет лингвистически нечеткие высказывания с той или иной степенью оттеночной уверенности.

Сюда можно отнести высказывания типа: «сильная положительная связь», «весьма сильная отрицательная связь», «относительно сильная положительная связь»,

«слабая отрицательная связь», «связь, скорее, слабая положительная, нежели нейтральная» и т. п. Неопределенность здесь носит двумерный характер: с одной стороны, это нечеткость в описании самой ситуации, а с другой неуверенность эксперта при дифференциации нескольких ситуаций.

Лингвистически нечеткое описание связей случайных процессов в условиях существенной информационной неопределенности — это способ для эксперта выражаться предельно четко там, где налицо разительный дефицит четкости. Как трансформировать полученное нечеткое описание в качественный прогноз дохода по портфелю бизнесов?

Указанные замечания по модели Марковица обуславливают необходимость внесения коррективов если не в саму модель, то в исходные допущения к ней. Сняв допущение о статистической природе случайных процессов, можно перейти к альтернативному способу учета информационной неопределенности относительно будущего состояния рынка по каждому бизнесу, входящему в портфель. В этом случае целесообразно применить нечетко-множественный подход.

Поскольку доход по бизнесу во многом случаен, его точное значение в будущем неизвестно, а вероятностное описание такой случайности не вполне корректно, то в качестве описания доходности бизнеса наиболее уместно использовать треугольные нечеткие числа, моделируя экспертное высказывание следующего вида: «Доходность бизнеса по завершении срока владения ожидаемо равна \bar{r} и находится в расчетном диапазоне $[r_1, r_2]$ ».

В этом случае эксперт отказывается от вероятностного описания доходности, отсекает слабозначимые случайные исходы с двух сторон от ожидаемого значения \bar{r} (вероятность таких исходов при нормальном распределении не равна нулю) и формирует расчетный коридор, в котором ожидается уровень доходности бизнеса. При этом за \bar{r} эксперт принимает либо наиболее ожидаемое, либо среднее значение доходности в расчетном коридоре.

Функция принадлежности нечеткого числа имеет треугольный вид, если степень субъективной уверенности эксперта в отношении доходности равна нулю за пределами расчетного коридора значений доходности, а максимум этой уверенности, равный единице, достигается в точке \bar{r} . Эксперт убежден, что \bar{r} заведомо попадет в любой расчетный коридор доходности, как бы ни менялись границы этого коридора.

Способ описания ожидаемой доходности в форме нечеткого числа автоматически снимает все проблемы, сопряженные с учетом связи бизнеса по тенденциям. Это объясняется тем, что если доходность конкретного бизнеса — треугольное нечеткое число, а доходность портфеля — линейная комбинация доходности компонентов, то результирующий вид доходности портфеля также известен.

Пусть $\underline{r} = (r_{1i}, \bar{r}_i, r_{2i})$ — доходность i -го бизнеса — треугольное нечеткое число. Тогда доходность по портфелю, равная

$$\underline{r} = \left(r_{\min} = \sum_{i=1}^N x_i r_{1i}, \bar{r} = \sum_{i=1}^N x_i \bar{r}, r_{\max} = \sum_{i=1}^N x_i r_{2i} \right),$$

также является треугольным нечетким числом. Вывод, что линейная комбинация треугольных нечетких чисел есть треугольное нечеткое число — это известный результат теории нечетких множеств.

Пусть $r^* = \text{const}$ — критическое значение доходности портфеля. Если фактическое значение доходности r окажется ниже r^* , то считается, что стратегия деятельности и выбора продуктов была разработана с ошибками.

Как известно, степень риска убытков по конкретному бизнесу в предположении, что показатель экономического эффекта бизнеса — треугольное нечеткое число. Для целей управления целесообразно зафиксировать $\bar{r} = \text{const}$ — требуемый уровень ожидаемой доходности портфеля. Варьируя вектором $\{x_i\}$, можно добиться минимума риска инвестиций. Получим:

$$\{x_{\text{opt}}\} = \{x\} \mid b \rightarrow \min, r = \bar{r}.$$

Эта задача является двойственной задачей нелинейного программирования. Ее можно трансформировать в следующую задачу:

$$\{x_{\text{opt}}\} = \{x\} \mid r \rightarrow \max, b = \text{const}.$$

Задача (2.6) подобна задаче (2.3), только в качестве фактора риска (линейного ограничения в форме равенства) выступает не стандартное отклонение портфеля, а степень риска убытков по бизнесу или неэффективности выбора бизнеса. На основе сформулированных выше основных принципов управления портфельным риском на базе нечеткой модели можно проанализировать применение данного подхода на конкретном примере.

Пусть бизнес-портфель инновационной корпорации состоит из двух стратегических бизнес-единиц (СБЕ1 и СБЕ2) со следующими параметрами: доходность — 8% и 12% соответственно, расчетный коридор СБЕ1 и СБЕ2 — [7,2%, 8,8%] и [9,6%, 12,4%] соответственно. Доля СБЕ1 в портфеле меняется от 0 до 50%, доля СБЕ2 — от 100% до 50% соответственно. Критическое значение доходности портфеля составляет $r^* = 11\%$. Результаты оценки риска убытков по бизнес-единицам при перераспределении их долей в портфеле приведены в таблице.

Таблица

Определение риска двухсегментного портфеля с граничной ставкой $r^*=11\%$ годовых

№ п/п	Доля СБЕ1	Доля СБЕ2	Ожидаемая доходность портфеля	Нижняя граница доходности	Верхняя граница доходности	Степень риска
1	0,0	1,0	12,0%	9,6%	14,4%	0,109
2	0,1	0,9	11,6%	9,4%	13,8%	0,190
3	0,2	0,8	11,2%	9,1%	13,3%	0,339
4	0,3	0,7	10,8%	8,9%	12,7%	0,670
5	0,4	0,6	10,4%	8,6%	12,2%	0,854
6	0,5	0,5	10,0%	8,4%	11,6%	0,959

Зависимость «риск — ожидаемая доходность» по портфелю представлена на рисунке 1, а зависимость степени риска от доли низкодоходных бизнесов в портфеле представлена на рисунке 2.

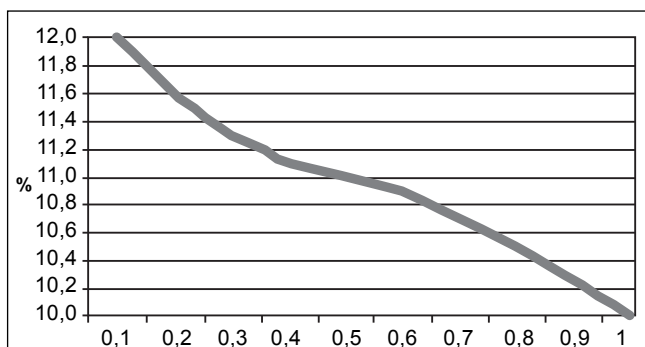


Рис. 1. Зависимость «риск — доходность»

Вполне ясно, что с ростом доли низкодоходного бизнеса в портфеле, даже несмотря на то, что расчетный коридор по СБЕ 1 более узок, нежели расчетный коридор по СБЕ 2, падает ожидаемая доходность портфеля в целом — и, соответственно, растет риск убытков и неэффективности портфельного выбора.

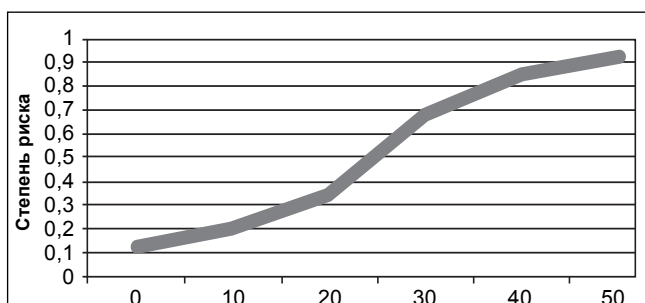


Рис. 2. Зависимость «структура портфеля — степень риска»

В целях задачи управления риском, если зафиксировать ограничение по ожидаемой доходности портфеля на уровне, например, 11,2%, то, в соответствии с (2.5), минимум риска такого портфеля составит 34%. Этот минимум достигается, когда доля СБЕ 1, по данным таблицы 2.6., составляет 20%. В альтернативной постановке задачи (2.6), когда фиксируется риск, оптимизируется ожидаемая доходность. Так, при фиксации риска на уровне 19%, максимум доходности достигается, когда доля СБЕ 1 в портфеле составляет 10%. В рассмотренном примере для упрощения ситуации намеренно исключены допущения о надежности бизнеса, то есть фактор риска срыва обслуживания кредиторской и дебиторской задолженностей инновационной корпорации.

Применение нечетких множеств при учете исходной неопределенности относительно доходов по бизнесам — весьма перспективное направление анализа эффективности бизнесов при разработке стратегии деятельности. Руководство инновационной корпорации при использовании этого подхода избавлено от необходимости формировать вероятностные прогнозы на весьма шаткой информационной основе, когда поведение бизнесов в условиях неопределенности

рынка не обладает характером статистических случайных процессов. Достаточно сделать допущение о расчетном коридоре, в котором ожидаемо колеблется будущий доход по бизнес-единице. При этих простейших допущениях, как правило, удается оценить степень риска неэффективности выбора бизнеса и выполнить мероприятия по минимизации этого риска. Другим направлением использования теории нечетких множеств при управлении инновационной корпорацией является определение приоритетных направлений бизнеса для целей корпоративного управления. В данном случае может быть использован дифференцированный подход к управлению бизнесами отраслевой корпорации¹.

Таким образом, можно заключить, что существует набор принципов и методов, в соответствии с которыми могут разрабатываться стратегические решения,

повышающие эффективность деятельности инновационной корпорации. При этом необходимо отметить, что в рамках отраслевой корпорации допустима определенная диверсификация, позволяющая повысить долю отраслевого рынка, занимаемую самой корпорацией. В этой связи, одним из главных конкурентных преимуществ инновационной корпорации становится умение реализовать сформированные стратегические решения.

Литература

1. Птускин А.С. Нечеткие модели и методы в менеджменте. М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2008.

¹ Птускин А.С. Нечеткие модели и методы в менеджменте. М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2008.

Российский конкурс «Лучшая экономическая кафедра»

Объявлен конкурс «Лучшая экономическая кафедра — 2011». Конкурс организован Вольным экономическим обществом России (ВЭО России) совместно с Международной Академией менеджмента (МАМ) при поддержке Комитета по образованию Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Комитета по науке и наукоемким технологиям Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации, Издательского дома «Экономическая газета».

Цель конкурса — содействие формированию международного уровня экономического образования в России и совершенствование учебно-методической, научно-исследовательской, воспитательной деятельности в высших учебных заведениях.

Задачами конкурса являются:

- ✓ выявление лучших экономических кафедр вузов России;
- ✓ распространение эффективного опыта подготовки экономических кадров в системе высшего образования;
- ✓ получение объективной информации о степени соответствия деятельности кафедры, участвующей в конкурсе, российским стандартам качества подготовки кадров и международным требованиям;

✓ информирование общественности (в том числе преподавателей, абитуриентов и их родителей) о лучших выпускающих экономических кафедрах вузов России;

✓ привлечение работодателей и инвесторов к участию в подготовке высококвалифицированных специалистов, соответствующих современным мировым требованиям, по экономическим и управленческим программам высшего профессионального образования;

✓ интеграция российской высшей школы в мировое образовательное пространство и повышение авторитета российских вузов на мировом рынке труда.

В оргкомитет и жюри конкурса входят известные ученые, представители федеральных органов государственной власти, общественных объединений, руководители Российской академии наук, ведущих научных институтов, предприятий и организаций страны.

Российский конкурс «Лучшая экономическая кафедра» играет важную роль в экономической жизни современной России, что позволяет утверждать: этот конкурс стал ежегодным традиционным форумом эффективного обмена опытом вузов, открытого диалога по совершенствованию качества экономического образования в России, повышению уровня подготовки квалифицированных профессиональных специалистов.

Приглашаем кафедры принять участие в Российском конкурсе «Лучшая экономическая кафедра — 2011».

На сайте www.iuecon.org размещена подробная информация о Российском конкурсе «Лучшая экономическая кафедра — 2011» и условия участия.

Контакты оргкомитета конкурса:
Вольное экономическое общество России
125009, г. Москва, ул. Тверская, д. 22а.

Тел.: (495) 609-07-60, 609-07-66
факс: (495) 694-02-83, 699-02-28
e-mail: iue@iuecon.org, inform@iuecon.org

Переход на аутсорсинг. Как избежать ошибок и минимизировать риски при работе с провайдером

Рыбкина Е.,*директор по маркетингу и развитию бизнеса, Intercomp Global Services*

В данной статье рассмотрены основные ошибки при реализации аутсорсинговых проектов. Даны практические рекомендации по построению отношений с компанией-провайдером.

Ключевые слова: аутсорсинг, поставщик аутсорсинговых услуг, SLA.

Transition to outsourcing. How to avoid mistakes and minimize the risk to work with providers

Rybkina E.,*Director of Marketing and Business Development, Intercomp Global Services*

This article discusses common mistakes when implementing outsourcing projects. Practical recommendations on building relationships with the company-provider.

Keywords: outsourcing, a provider of outsourcing services, SLA.

В дословном переводе термин «аутсорсинг», уже хорошо знакомый на российском рынке и без трансляции, означает «передача чего-либо стороннему исполнителю». Менталитет отечественных предпринимателей, сложившийся из стереотипа «все свое лучше держать у себя», в сочетании с низким проникновением аутсорсинга в российскую бизнес-среду в целом, оказал серьезное влияние на то, что услугами аутсорсинга пока еще пользуется небольшое число компаний. Особенно явно данная тенденция проявляется на рынке аутсорсинга бизнес-процессов. Серьезную ноту сомнения в целесообразности использования аутсорсинга вносит еще и негативный опыт работы с провайдером, через который прошли отдельные компании, в свое время решившиеся стать пионерами в адаптации новой бизнес-модели. Так, обжегшись на молоке,

некоторые стали дуть на воду, исключив аутсорсинг из своих бизнес-планов на ближайшее будущее. В данной статье мы постараемся разобраться в основных причинах неудач аутсорсинговых проектов и показать, что важно знать для того, чтобы сделать такой проект успешным.

Немного о заблуждениях

Наша компания, Intercomp Global Services, — первый провайдер услуг аутсорсинга финансовых и кадровых процессов на российском рынке. В своей работе с заказчиками нам приходится и проводить большую просветительскую работу о том, как выстраивать аутсорсинговый проект, и развеивать большое количество заблуждений, связанных с пока еще недостаточным пониманием модели аутсорсинга среди российских компаний. Чтобы проиллюстрировать некоторые из этих заблуждений, возьмем в качестве примера

проект по аутсорсингу расчета заработной платы и бухгалтерского учета.

«Аутсорсинг — отдал и забыл». Руководство заказчика часто считает, что аутсорсинг предполагает полное устранение из передаваемого стороннему исполнителю процесса, в то время как на самом деле такой проект требует полной вовлеченности заказчика на всех этапах.

«Провайдер сам во всем разберется». Провайдер не может в достаточной мере знать учетную политику компании, все используемые алгоритмы расчета — а это необходимо для внедрения необходимых изменений и перевода процесса на аутсорсинг.

«Данные могут предоставляться в любом виде». В рамках обслуживания заказчик передает провайдеру большое число исходных документов — счетов, отчетов и т. п., — которые должны пересылаться с использованием единого стандарта передачи данных, чтобы минимизировать риски неправильной интерпретации полученной информации и, следовательно, ошибок в расчетах и отчетности.

«Мы лучше знаем как «это» работает». Передача функции на аутсорсинг всегда предусматривает ее трансформацию в соответствии с практиками и методологиями провайдера. Но бывают случаи, когда заказчик требует от провайдера выполнения функции в том виде, в котором она реализуется у него, думая, что это оптимальный вариант. В результате это приводит к проблемам в проекте.

«Аутсорсинг — угроза конфиденциальности». У профессионального провайдера услуг существуют серьезные политики безопасности, предполагающие несколько уровней защиты информации — договорные отношения и SLA, внутренние процедуры (разграничение прав доступа, соглашения с сотрудниками) и технологии (криптография, защищенные протоколы передачи и хранения данных), что позволяет надежно защитить информацию клиента. Не секрет, что максимальную угрозу в плане утечки информации для компании представляют ее собственные сотрудники, а не внешний провайдер.

Кто обычно виноват в провале аутсорсингового проекта?

Проанализировав как мировой опыт, накопленный участниками глобального рынка аутсорсинга и нашедший свое отражение в целом ряде аналитических материалов, так и опыт молодого российского рынка аутсорсинга, мы постарались классифицировать основные причины неудач аутсорсинговых проектов. Примечательно, что эти причины практически не имеют локальной специфики и типичны для всех аутсорсинговых проектов.

Слабая поддержка со стороны сотрудников организации

Думаем, многим знакомы ситуации, когда решение о переходе на аутсорсинг вызывает сопротивление внутри компании — как со стороны руководства, так и рядовых сотрудников. Если говорить о финансовом аутсорсинге, примером может послужить главный бухгалтер, который в связи с переводом на аутсорсинг ряда бухгалтерских процессов не хочет потерять свой авторитет в компании, или

же персонал бухгалтерии, который боится лишиться своих рабочих мест, или же сотрудники компании в целом, которым теперь придется общаться с колл-центром провайдера по вопросам своей заработной платы, а не со специалистами собственной кадровой службы. Таких примеров много, результат один — сопротивление вплоть до саботажа.

Недостаточная проработка плана по переходу на аутсорсинг

Ошибки, совершенные на раннем этапе перехода на аутсорсинг, — как на стороне заказчика, так и провайдера, — также способны нанести урон аутсорсинговому проекту. Эти ошибки чаще всего связаны с недостаточным анализом существующих процессов, нехваткой правильного понимания задач по переходу на аутсорсинг, отсутствием детального плана выполнения подготовительных работ, отсутствием четкого круга лиц, вовлеченных в процесс коммуникации на момент перехода на аутсорсинг и в дальнейшей регулярной работе. Все это приводит к тому, что проект не приносит ожидаемых результатов, сроки выполнения операций срываются, а стороны просто не могут договориться между собой.

Неграмотно оформленные сделки по аутсорсингу

С каждым годом российский рынок аутсорсинга становится более цивилизованным, и понятие SLA (англ. Service Level Agreement, рус. Соглашение об уровне оказания услуг) уже знакомо большинству компаний. Тем не менее, именно отсутствие четко прописанных в SLA двусторонних обязательств часто приводит к конфликтам по результатам оказания услуг вплоть до расторжения аутсорсингового контракта. Ответственность двух сторон с самого начала должна быть строго регламентирована.

Недостаточное управление проектом

Бывают случаи, когда передавая процесс на аутсорсинг, заказчик перестает контролировать его результаты, оставляя все на провайдера и забывая о том, что контроль — это основная функция заказчика в проекте. Именно контроль и анализ полученных данных позволяет совершенствовать проект и получать ожидаемый экономический результат.

Избыточное давление на провайдера

В практике встречаются случаи, когда заказчик начинает оказывать давление на провайдера по трем основным «болевым» точкам: снижение цены, расширение пакета услуг или изменение уровня ответственности. Причем, это может происходить на всех стадиях проекта — от выбора провайдера до развития решения — и приводить не только к конфликтам, но и к понижению качества оказания услуги со стороны провайдера. Результат — недовольство обеих сторон.

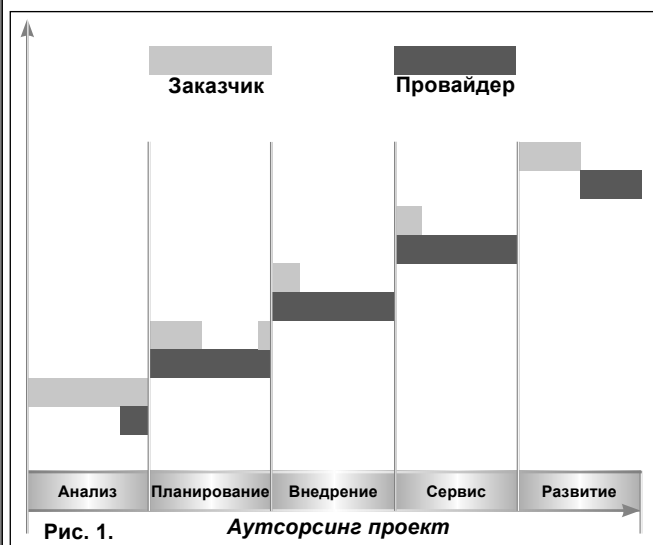
Совместная работа — залог успеха

Опыт показывает, что успех проекта по переходу на аутсорсинг может быть обеспечен только при тесном взаимодействии обеих сторон — заказчика и провайдера — на всех этапах реализации аутсорсингового проекта.

Классический аутсорсинговый проект включает в себя несколько фаз, каждая из которых предполагает участие и заказчика и провайдера в той или иной степени (рис. 1). Рассмотрим каждую из них в отдельности.

Этап 1. Анализ.

Этап анализа предваряет начало любого аутсорсингового проекта. На нем существенная роль отводится



заказчику, который должен проанализировать существующие процессы, определить направления их оптимизации, подготовить стратегию перехода на аутсорсинг и сформулировать задачи к будущему партнеру. В классической интерпретации аутсорсингового проекта этот этап практически не предполагает участия провайдера, он выполняется или самим заказчиком или привлеченным партнером-консультантом в области финансовой трансформации. Тем не менее, стоит отметить, что роль консультанта способен также выполнять провайдер, который имеет большой опыт в области оптимизации процессов и может помочь правильно определить задачи и предложить пути их решения.

Для проведения этапа анализа может быть использована принятая на Западе методология (рис. 2).

Наконец, после того как заказчик сформировал понимание того, какие процессы он готов вывести на аутсорсинг и какие задачи должен решить данный проект, можно переходить к выбору аутсорсинг-провайдера.

Этап 2. Планирование.

Правильный выбор провайдера еще не является залогом успешной реализации проекта. Не менее важна разработка четкого пошагового плана перехода на аутсорсинг. Этап планирования аутсорсингового проекта, ключевую

роль в котором играет провайдер, обычно включает в себя несколько фаз:

Исследование и анализ внутренних процессов и операционной среды заказчика на предмет определения возможностей провайдера в данном проекте, применимости методологии провайдера и его систем, определения объема необходимых изменений и оценки рисков.

Подготовка плана перехода на аутсорсинг, включая: определение ответственных лиц, как со стороны провайдера, так и заказчика для взаимодействия в рамках проекта; подготовку сотрудников; разработку необходимых процедур; создание карты трансформации процессов.

Согласование необходимых процедур и операций, включая объем и состав работ (score of work), модель оказания услуги, соглашение об уровне оказания услуг (SLA).

Результатом планирования должна являться разработка соглашения об уровне обслуживания — SLA. Этот документ крайне важен, так как именно он закрепляет фундаментальные элементы проекта: разделение зон ответственности, нормативы работы, алгоритмы взаимодействия, ответственность сторон в случае нарушения условий соглашения.

Этап 3. Развертывание решения.

По сути, данный этап находится под управлением провайдера, который отвечает за техническое развертывание решения. Но следует отметить, что заказчик также играет существенную роль, прежде всего, осуществляя работу со своими сотрудниками и проводя необходимые действия по подготовке их к работе по новой модели. Здесь речь идет как о внутренних финансовых подразделениях, так и о сотрудниках компании в целом. Это позволяет существенно смягчить возможную негативную реакцию на нововведения в компании. Также участие заказчика крайне важно при подключении и интеграции необходимых технических систем для обмена данными, а также для обеспечения эффективных коммуникаций.

Говоря о роли провайдера, на данном этапе он полностью отвечает за техническую часть по развертыванию решения, при этом обеспечивая проверку данных заказчика, предоставляемых для загрузки. Нередки случаи, когда проверка данных выявляет неточности в предыдущих расчетах (в случае аутсорсинга расчета заработной платы)

КРАТКАЯ ПАМЯТКА ПО ВЫБОРУ АУТСОРСИНГ-ПРОВАЙДЕРА

Вопросы к потенциальному провайдеру:

- Возможность оказания услуг в требуемом масштабе и по необходимой модели (показатель: наличие технических решений)
- Наличие опыта обслуживания клиентов аналогичного профиля (показатель: рекомендации клиентов)
- Профильность бизнеса провайдера (показатель: мотивация и наличие ресурсов для обеспечения максимального результата)

Критерии выбора потенциального провайдера:

- ✓ Четкость договорных отношений, обязательств и ответственности (SLA)
- ✓ Страховка профессиональной деятельности
- ✓ Четкость внутренних процессов и методологий работы
- ✓ Меры по обеспечению непрерывности обслуживания
- ✓ Меры по обеспечению конфиденциальности информации
- ✓ Наличие сертификатов соответствия стандартам качества



или ошибки в отчетности (в случае аутсорсинга бухгалтерских услуг), что требует корректировки результатов расчета или данных за предыдущие периоды.

Финальным этапом внедрения аутсорсингового решения являются тестовые прогоны, а в ряде случаев, например, при передаче на аутсорсинг расчета заработной платы, — фаза параллельного сервиса, когда на протяжении периода (обычно, месяца) расчет выполняется одновременно сотрудниками провайдера и заказчика, после чего результаты сверяются, и при их совпадении проект выходит в производственную фазу — на этап регулярного обслуживания.

Этап 4. Регулярное обслуживание и Этап 5. Развитие решения

Отдельное внимание хотелось бы уделить развитию аутсорсингового решения, которое, по сути, идет параллельно с этапом регулярного обслуживания. Критически важным фактором для дальнейшего успешного взаимодействия является контроль результатов оказания услуги, причем со стороны как заказчика, так и провайдера. Рядом провайдеров активно используется практика, когда заказчик имеет выделенного менеджера, который контролирует ход проекта, помогает решить проблемы в случае их возникновения, а также постоянно информирует о новых сервисных и технологических возможностях провайдера. Также эффективным инструментом является регулярный опрос удовлетворенности клиентов, позволяющий выявить слабые места и расширить возможности обслуживания. Со своей стороны заказчик также контролирует результаты сервиса и формирует новые задачи для провайдера в области оптимизации отдельных участков работы или корректировки существующих договоренностей. Следствием постоянного мониторинга проекта со стороны заказчика также является необходимое изменение процедур, устранение слабых мест и дальнейшая оптимизация процессов. Именно благодаря такому совместному взаимодействию аутсорсинговый проект развивается и приносит ожидаемую отдачу.

Дешево хорошо не бывает

В заключение хотелось бы отметить один важный момент, связанный со стоимостью услуг аутсорсинга. Бесспорный факт, подтвержденный различными исследованиями как на российском, так и на западном рынке, заключается в том, что сокращение затрат является основной причиной перехода на аутсорсинг и главным ожиданием от взаимодействия с аутсорсинг-провайдером. Очевидно, что преимущество провайдера состоит в том, что он может выполнять функцию дешевле, чем сама компания, — за счет

методологий, процедур, специализированных технологических решений. Тем не менее, не стоит забывать, что гонка за «дешевизной» аутсорсинговых услуг может негативно сказаться на их качестве.

Аутсорсинговый проект должен быть выгоден не только заказчику, но и самому провайдеру, обязанностью которого является оказывать услугу качественно и эффективно, но при сохранении своего уровня доходности. При этом провайдер не должен экономить на развитии инфраструктуры, поддержании режима непрерывности бизнес-процессов, привлечении высококвалифицированных кадров.

Все мы понимаем, что предоставление услуг аутсорсинга имеет под собой коммерческую основу. Именно поэтому, если провайдер предлагает вам услуги по цене ниже рынка, это повод задуматься, что за этим стоит. Недостаточно квалифицированный или нелегальный труд? Отсутствие технологических решений? Стоит ли вообще доверяться такой компании?

Конечно, экономия — это серьезный аргумент в пользу аутсорсинга, тем не менее, не стоит забывать, что преимущества от работы с провайдером лежат в гораздо более широкой плоскости:

- сокращение рисков за счет разделения ответственности между провайдером и заказчиком;
- получение необходимой гибкости для поддержки изменения масштабов бизнеса, независимость от собственного штата;
- преимущества удаленного обслуживания, особенно для территориально распределенных компаний с большой филиальной структурой.

Важно помнить, что аутсорсинг не сводится к схеме «отдал и забыл», а подразумевает долгосрочные партнерские отношения, построенные на взаимном уважении и доверии. Важно не только очень внимательно и ответственно отнестись к выбору потенциального провайдера, но и обеспечить необходимое двустороннее управление всеми процессами по переходу на аутсорсинг, внедрение решения и его дальнейшее развитие. Если это будет сделано, то аутсорсинг быстро принесет ожидаемые результаты.

Литература:

1. J. Brian. Heywood Outsourcing Dilemma, The: The Search for Competitiveness First Edition
2. www.intercomp.ru/publications

Место России на глобальном рынке аутсорсинговых услуг

Кириллова А.,

ведущий научный сотрудник Института ИТКОР

Активное использование глобального аутсорсинга, как инструмента менеджмента привело к тому, что на мировой карте мира появились страны — лидеры по предоставлению данного вида услуг. Шансы России занять лидирующие позиции в данном сегменте рынка ранее оценивались как очень высокие. Однако на данный момент Россия не входит в число стран — поставщиков аутсорсинговых услуг. Автор статьи рассмотрены основные причины сложившейся ситуации и даны рекомендации по выработке новой стратегии развития для аутсорсинговых компаний, планирующих выход на международный рынок.

Ключевые слова: аутсорсинг, международная конкуренция, ИКТ.

Russia's place in the global outsourcing market

Kirillova A.,

Senior Fellow, Institute ITKOR

Annotation: The extensive use of global outsourcing as a tool of management has led to what is on the world map of the world appeared the country — the leaders in providing these services. Russia's chances to take the lead in this market segment previously assessed as very high. However, at this moment, Russia is not among the countries — suppliers of outsourcing services. The author of the article describes the main reasons for this situation and made recommendations to develop a new strategy for outsourcing companies planning to enter the international market.

Keywords: outsourcing, international competition, ICT.

Вторая половина XX века и начало XXI в мировой экономике характеризовались стремлением компаний уменьшить свои риски, снизить издержки, оптимизировать бизнес-процессы и повысить эффективность.

Управление бизнесом сегодня требует от менеджеров принятия сложных и нестандартных решений. Наряду с экономическим и финансовым кризисом, имевшим место в недавнем прошлом, увеличилась конкуренция на внутренних и международных рынках. Нестабильность экономической и политической ситуации в мире также вносит свои коррективы в конкурентную борьбу внутри рынков. Именно конкуренция заставляет менеджеров активно использовать все доступные сегодня механизмы технологического прогресса, привлекать более квалифицированную рабочую силу, внедрять инновации и искать оптимальные пути развития компании с целью максимальной защиты бизнеса от внешних и внутренних негативных факторов.

Во многом данные процессы обусловлены глобализацией мировой экономики. С одной стороны, глобализация

— неотъемлемый элемент развития современной экономики, с другой — сопряжена с рисками, когда стираются общемировые (политические) границы, а на первый план выходят границы экономического влияния отдельных корпораций. Это приводит к тому, что усиливается конкуренция как на внутреннем, так и на мировом рынках. На сегодняшний день экономика любой страны сильно зависит от экономических процессов, протекающих в мировом сообществе. Чисто национальные компании уходят в прошлое. Все больше компаний становятся международными. И как только бизнес выходит за пределы границ одного государства, то он старается максимально использовать новые возможности в конкурентной борьбе. В нынешних условиях конкурентоспособности можно достигнуть лишь концентрацией усилий компании на ключевых сферах деятельности. Достигнуть этого помогает использование аутсорсинга.

Термин «аутсорсинг» появился в научной литературе относительно недавно и произошел от английского

Таблица 1

Причины использования глобального аутсорсинга [6]

№ п/п	Причина	Доля фирм, %
1	Более низкие цены зарубежных источников	74
2	Наличие зарубежных изделий, отсутствующих внутри страны	49
3	Ориентация фирмы на мировые рынки	28
4	Передовые технологии зарубежных источников	26
5	Более высокое качество товаров/услуг	25
6	Обострение мировой конкуренции	19
7	Развитие иностранного инвестирования	17
8	Удовлетворение встречной торговли или местных требований	17
9	Возможность лучшего сервиса	8

«Outsourcing», что дословно означает внешний источник или использование чужих ресурсов. Следует отметить, что до сих пор не существует единого легитимного определения аутсорсинга. Вот только несколько из них:

Аутсорсинг — это приобретение существенного количества промежуточных компонентов у внешних поставщиков [1].

Аутсорсинг — это передача внутренних функций компании на поддержку внешней фирме за определенную плату.

Аутсорсинг — сокращение или отказ от собственного бизнес-процесса, обычно неключевого (непрофильного) и/или не прибыльного для компании и передача его специализированным компаниям, что позволяет сконцентрироваться предприятию на его основной деятельности [2].

Аутсорсинг — передача стороннему подрядчику некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса компании [3].

Аутсорсинг — это способ оптимизации деятельности предприятия за счет передачи непрофильных функций внешним специализированным компаниям [4].

В Постановлении Росстата от 27 июля 2006 года № 42 «Об утверждении статистического инструментария для организации статистического наблюдения за деятельностью в области науки, инвестиций и труда на 2007 год» под аутсорсингом понимается передача ряда функций и бизнес-процессов специализированному подрядчику.

Примерно такой подход управления предприятием предложил порядка 80 лет назад Генри Форд: «Если есть что-то, что у нас не получается делать лучше и дешевле чем у наших конкурентов, то нет смысла это делать; мы должны эту работу передать тем, кто ее выполнит с заданно лучшим результатом» [5].

Журнал Wired в «Энциклопедии новой экономики» определил аутсорсинг как новую стратегию управления: «Заниматься не тем, что можешь сделать лучше всего, а тем, что можешь купить выгоднее всего». Оба этих утверждения полностью отвечает теории ключевых компетенций.

С точки зрения глобальных рынков, страны также начинают специализироваться на предоставлении определенного набора услуг.

Истоком разделения стран на те, которые используют услуги стран-аутсорсеров и те, которые являются странами-провайдерами, послужила концепция глобального аутсорсинга.

Учитывая процессы глобализации, при правильном использовании, аутсорсинг становится мощным инструментом в конкурентной борьбе. Он более всего способствует оптимальному использованию возможностей международного разделения труда. Аутсорсинг наиболее эффективен для компаний, которые географически расположены таким образом, что могут использовать в своей работе разницу часовых поясов. Таким образом, достигается реализация непрерывного производственного процесса. По информации аналитической компании Gartner до 25% традиционных рабочих мест в сфере IT в 2010 году были перенесены из развитых стран в развивающиеся. При изучении 149 фирм были выявлены причины использования глобального аутсорсинга. Данные опроса представлены в табл. 2.

Глобальный аутсорсинг является формой организации бизнеса в международном масштабе и отражает процессы экономической глобализации. Либерализация торговли и сферы услуг, глобализация, связанное с ней свободное движение технологий, ноу-хау и продуктов труда людей формируют новую среду современного бизнеса. По словам директора General Electric, «по-настоящему глобальная компания-это та компания, которая использует интеллект и ресурсы из всех уголков мира».

Типичным примером глобального аутсорсинга является офшорное программирование, которое составляет значительную часть общего объема рынка IT-аутсорсинга. Сегодня активными поставщиками ресурсов на рынок офшорного программирования стали Индия, Китай, Мексика, Ирландия и страны Восточной Европы, в том числе и Россия.

Вышедший в 2008 году отчет BCG об аутсорсинге показывает, что за период 2002—2007 гг. темпы роста объема услуг аутсорсинга составляли примерно 15% по

Таблица 2

Города — лидеры по объему предоставленных услуг аутсорсинга в 2010 г.

Место	Город, страна	Регион
1	Бангалор, Индия	Южная Азия
2	Мумбаи, Индия	Южная Азия
3	Дели, Индия	Южная Азия
4	Манила, Филиппины	Юго-Восточная Азия
5	Ченнай, Индия	Южная Азия
6	Хайдарабад, Индия	Южная Азия
7	Дублин, Ирландия	Западная Европа
8	Пуна, Индия	Южная Азия
9	Себу, Филиппины	Юго-Восточная Азия
10	Шанхай, Китай	Восточная Азия
33	С.- Петербург, Россия	Восточная Европа
46	Москва, Россия	Восточная Европа
63	Н. Новгород, Россия	Восточная Европа
97	Новосибирск, Россия	Восточная Европа

всему миру. На протяжении последних четырех докризисных лет рынок продолжает уверенно расти, показывая динамику около 15—20% в год. По оценкам аналитической компании Horses for Sources (HfS), в 2010 год объем рынка составил 939 млрд долларов. Существенный коррективы в динамику развития рынка аутсорсинга (особенно в России) внес экономический кризис 2008 г. В 2009 году, в труднейший экономический период, глобальный рынок аутсорсинга вырос лишь на 5%, в России темпы роста составили 10%. По данным Gartner, объем рынка ИТ-аутсорсинга в регионе EMEA в 2009 г. достиг почти 91 млрд долларов, а в России — 1 млрд долларов. В 2010 г. рынку ИТ-аутсорсинга в России удалось преодолеть отметку 1 млрд. долл. По данным аналитиков объем рынка составил порядка 1 млрд 30 млн долл. Ожидается, что в 2011 году динамика роста увеличится и рынок ИТ-аутсорсинга сможет достичь 1 млрд 300 млн долл. По прогнозам Forrester Research, мировой рынок ИТ-аутсорсинга в 2011 году достигнет 254 млрд долл. и составит более 15% глобального рынка ИКТ (информационно-коммуникационных технологий).

При этом если рассмотреть страны-лидеры глобального аутсорсинга, то здесь лидерство у Южной Азии. По данным агентства Global Services в 2010 г. больше всего услуг по аутсорсингу предоставили г. Бангалор (Индия), Мумбаи (Индия), Дели (Индия).

Как видно из таблицы, абсолютным лидером по предоставлению услуг аутсорсинга является на данный момент Индия. Для крупных корпораций передача больших участков своих вспомогательных бизнес-процессов в Бангалор или Шанхай является обычной практикой. В начале 90-х годов прошлого века это было обусловлено более дешевой рабочей силой, что давало экономию от 20 до 40% от затрат самой компании. Со временем,

аутсорсинговые центры, находящиеся в развивающихся странах накопили достаточный опыт, капитал и объем интеллектуальной собственности, чтобы стать локомотивом для развития экономики этих стран.

Китай, например, работает на улучшение бизнес-климата в стране, проводит реформы в области интеллектуальной собственности и предоставляет налоговые льготы для прямых иностранных инвестиций.

Как сообщил вице-мэр Шэньяна Ян Ячжоу, Шэньян одним из первых в КНР приступил к развитию аутсорсинга программного обеспечения и информационных услуг. В 2009 году валютные выручки от экспорта программного обеспечения в Шэньяне составили 430 млн долл., увеличившись на 66,8% по сравнению с прошлым годом.

Таким образом, объем работ перемещается туда, где он выполняется эффективнее и с наименьшими затратами. Процесс глобализации открыл новые горизонты для аутсорсинга и сделал несущественным признак географического расположения компаний.

Среди важных факторов, позволяющих странам конкурировать на рынке глобального аутсорсинга следует отметить:

— *наличие квалифицированной рабочей силы. Индия, например, находится на втором месте по объему англоговорящего персонала. Ежегодно в престижные университеты всего мира поступает большое число индийских студентов, которые после окончания обучения возвращаются на Родину. В самой Индии расположено 250 университетов и 10500 колледжей.*

— *знание иностранного языка, в частности, английского. Например, сервисный центр компании NOL в Шанхае предлагает персонал, говорящий на 17 мировых языках;*

— высокую мотивацию сотрудников. Здесь с одной стороны сильны традиции воспитания, а также стоимость рабочей силы, увеличивающаяся производительность труда и необходимость высокого качества конечного продукта;

— благоприятную политику, проводимую государством. Налоговые льготы, развития законодательства в области интеллектуальной стоимости, инвентаризация. Создание специальных индустриальных зон;

— улучшение в телекоммуникационной инфраструктуре и снижение цен в данной области, повышение доступности дешевых, но эффективных интернет-технологий.

Все это привело к тому, что индийским компаниям — Tata Consultancy Services, Infosys Technologies, Wipro Technologies, Satyam Computer Services и HCL Technologies — принадлежит 40% индийского рынка аутсорсинга. И они начинают соперничать с компаниями масштаба IBM Global Services, EDS, CSC или Accenture. И эта тенденция отражает серьезные структурные изменения в мировой экономике.

Россия традиционно считалась страной, которая наравне с Китаем способна конкурировать с Индией за звание лидера по объему предоставления аутсорсинговых услуг. 7 часовых поясов, выгодное географическое расположение, относительно дешевая рабочая сила. Однако сегодня России не удалось включиться в полном объеме в гонку за лидером. Внутренний рынок растет, но если посмотреть в разрезе крупных сделок и долгосрочных контрактов, то их практически нет. Аутсорсинг требует заключения длительных контрактов и значительных инвестиций, что в условиях общей экономической нестабильности в стране и дорогих кредитных ресурсов сводит на нет попытки отечественных аутсорсеров включиться в глобальные аутсорсинговые процессы.

Российская Федерация по-прежнему находится в пятом десятке (47-е место) стран по уровню развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Доля ИКТ в ВВП составила 4,6%.

По данным агентств Berkeley Research Group и Communicea Россия занимает 3-е место (после Малайзии и Чили) по ресурсоориентированности экономики. В рейтинг Всемирного экономического форума Россия занимает 77-е место в рейтинге стран по уровню развитию информационных технологий в 2010—2011 гг. Всего в рейтинге ВЭФ исследовалось 138 стран.

Однако Россия опередила по уровню развития все другие страны СНГ, включая Белоруссию (52-е место), Молдавию (57-е), Украину (62-е) и Казахстан (68-е). Также Россия обошла Румынию, Болгарию, Черногорию, Турцию, Малайзию, Бразилию и Мексику. По уровню развития информационного общества Россия оказалась ниже таких стран, как Саудовская Аравия, Катар, Венгрия, Чехия, Словакия и Польша, а также членов бывшего СССР Латвии, Литвы и Эстонии, ныне входящих в состав Евросоюза.

В рамках исследования были выявлены основные проблемы в области ИКТ, характерные для России. К ним

относятся: неразвитый рынок (118 место), законодательное регулирование (111 место), низкие уровни готовности к использованию ИКТ и непосредственного использования ИКТ со стороны бизнеса и госсектора.

Данные опроса, проведенного in4media, говорят о том, что сегодня большинство (более 60%) опрошенных представителей поставщиков услуг не считают важным выход российских компаний на зарубежные рынки. Тем не менее, почти 40% так или иначе позитивно высказались о необходимости и возможности зарубежной экспансии. Из них только около 10% безусловно считают, что зарубежная экспансия необходима для дальнейшего развития российских компаний.

Таким образом, сегодня для многих российских поставщиков услуг ИТ-аутсорсинга выход на международные рынки не является приоритетной задачей. Тому есть две причины. С одной стороны, потенциал российского рынка — огромен, и необходима большая работа по развитию реализации этого потенциала. С другой — для успешной зарубежной экспансии необходима серьезная конкурентоспособная технологическая экспертиза, соответствие международным стандартам, сертификация персонала, а также крупные кейсы успешных аутсорсинговых контрактов. С этим пока в России — определенный дефицит. Тем не менее, учитывая геополитическое положение России, крупнейшие российские поставщики имеют возможность начать экспансию услуг аутсорсинга в страны СНГ (в первую очередь — в Белоруссию, Украину, Казахстан) уже в самое ближайшее время.

Подводя итог вышесказанному, следует отметить, что России уже не достигнуть показателей по эффективности, качеству и стоимости услуг, которые предлагают своим клиентам страны, находящиеся на вершине рейтинга глобального аутсорсинга. Учитывая сложившуюся бизнес-практику и общую ситуацию в экономике, России целесообразно сосредоточиться на предоставлении услуг аутсорсинга для стран СНГ и бывших союзных республик. Также необходимо развивать государственную поддержку аутсорсингового центра, инвестировать в инновации и создавать благоприятный экономический климат как в размерах отдельно взятых регионов, так и страны в целом.

Литература

1. Bloomberg Financial Glossary.
2. Черноусов Е.В. Анализ рынка логистических провайдеров — зарубежный опыт // Менеджмент в России и за рубежом № 6 / 2002.
3. www. Wired.com
4. <http://www.datafort.ru/content/rubr72/rubr-728.asp>
5. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие. 2-е изд. -М.: ИНФа-М, 2009
6. Birou L.M. and Fawcett S.E. International Purchasing: Benefits, Requirements and Challenges // International Journal of Purchasing and Material Management. P 34.

Возможности адаптации зарубежного опыта преподавания учебной дисциплины «Корпоративные финансы» в российских вузах

Лысова Н.,
генеральный директор ОАО «ВНИЭРХ»,
к.э.н., доцент Финансовой академии при Правительстве Российской Федерации

В статье раскрывается вопрос преподавания тех или иных экономических дисциплин. Автором проведено исследование основ зарубежного корпоративного права существующего законодательства Российской Федерации, а также опыта преподавания финансовых дисциплин и анализа используемой литературы по корпоративным финансам.

Ключевые слова: преподавание, экономические дисциплины,
«Финансы предприятий» и «Корпоративные финансы».

Possibilities of adaptation foreign experience of teaching discipline «Corporate Finance» in Russian universities

N. Lysova,
General Director of VNIERH, PhD, Associate Professor of Finance Academy

The article deals with the issue of teaching of various economic disciplines. The author studies the foundations of a foreign corporate law of the existing legislation of the Russian Federation, as well as experience in teaching financial subjects and analysis of literature used in corporate finance.

Keywords: teaching, economic discipline, «Finance companies» and «Corporate Finance»

В процессе выполнения данной работы были исследованы учебные программы 2007—2008 гг., представленные на официальных сайтах, содержание и методы преподавания отдельных финансовых дисциплин девяти зарубежных вузов, в том числе в США: Гарвардский университет, Гавайский университет в Маноа, Йельский университет, Университет Нью-Йорка, Школа бизнеса Така в Дартмаусе, Колледж Беркли, Маунт Халиоки Колледж (Массачусетс); в Великобритании — Университет Оксфорда и Университет Лондона; в Канаде — Университет Британской Колумбии. В целях

решения заявленных статьей задач рассмотрено содержание научных и учебных изданий на английском языке по указанной тематике, предлагаемых преподавателями к использованию в рассмотренных выше университетах.

Следует отметить, что курсы «Корпоративные финансы» и «Финансовый менеджмент» преимущественно преподаются на магистерских программах — курсах MBA. Содержание курса, методика преподавания являются авторской разработкой преподавателя, поскольку официально утвержденных стандартов и учебно-методических

комплексов, в частности, система образования США не предусматривает.

1. Анализ учебных программ, содержания и методов преподавания отдельных финансовых дисциплин зарубежных вузов

В Гарвардском университете (Harvard University)¹ на программе MBA курс «Финансы» преподается в течение двух семестров. В первом семестре оценивается роль финансов в функционировании компании и воспитывается понимание того, как финансовые решения могут формировать стоимость. При этом изучаются: основные аналитические инструменты и принципы корпоративных финансов, функции современных рынков капитала и финансовых институтов, стандартные техники анализа, включая бюджетирование капитала, дисконтированную оценку денежных потоков, анализ рисков. Во втором семестре курс «Финансы» фокусируется на трех основных предметах принятия решений:

Как оценить комплексные инвестиции?

Как сформировать и реализовать финансовые политики фирмы?

Как объединять многие финансовые решения, стоящие перед фирмой?

Курс «Корпоративный финансовый менеджмент» представляет собой продвинутый курс в корпоративных финансах для топ-менеджеров (CFO), нацеленный на развитие аналитических навыков при принятии финансовых и инвестиционных решений. Курс включает изучение пяти основных модулей: 1. Введение и основные популярные темы лекций. 2. Реальные опционы. 3. Управление обязательствами и риском. 4. Проектное финансирование. 5. Слияния, поглощения и корпоративная реструктуризация.

Курс «Функциональные и стратегические финансы» разработан и преподается лауреатом Нобелевской премии в области экономики 1997 г. Р.К. Мертоном. В рамках курса предлагается: изучение финансовой науки и финансового инжиниринга в области управления глобальных финансовых институтов, рынков и финансовых систем, рассмотрение динамики институциональных изменений и формирования финансовых продуктов и финансового обслуживания, изучение быстрых изменений окружающей среды финансовой системы, развитие инструментов ценообразования деривативов и риск менеджмента, портфельного анализа и рисков.

Предшествующими курсами являются «Инвестиционный менеджмент», «Рынки капитала», «Корпоративный финансовый инжиниринг». В качестве литературы для изучения используется книга «Глобальные финансовые системы: функциональная перспектива» (1995) и статья «Финансовая наука и финансовый инжиниринг» из журнала «Инвестиционный менеджмент» (2005) автором которых, наряду с другими, является Р. Мертон, а также иные издания и информация из Интернета. Методика преподавания: лекции, интерактивное обсуждение лекций, 4—5 кейс презентаций студентов, использование интерактивной литературы, дискуссии, письменная работа.

Курс «Финансы предпринимательства» включает изучение вопросов структурирования различных стадий финансирования деятельности предприятий, понимание бизнес-моделей и оценку предприятий. Методика преподавания с использованием кейс-стади.

Финансовые дисциплины Гавайского университета в Маноа (University of Hawaii at Manoa)² преподаются на уровне бакалавриата и магистратуры, преподаватели преимущественно используют метод кейс-стади.

В бакалавриате, наряду с другими, преподаются следующие курсы:

— **«Проблемы финансов бизнеса»**, в котором рассматриваются финансовые принципы при принятии важных финансовых решений.

— **«Корпоративный финансовый менеджмент»**, в котором изучаются развитие и анализ современной финансовой теории, ее влияние на управленческие решения: рыночная эффективность, оценка активов, инвестиционные решения фирмы, структура капитала, дивидендная политика, цена капитала.

— **«Финансовые аспекты вновь создаваемых предприятий»**: Оценка форм организации бизнеса новых предприятий. Определение необходимых финансовых потребностей и формирование соответствующего ресурсного обеспечения. Студенты исследуют ряд финансовых ресурсов и сопутствующих вопросов оценки и формируют структуру источников средств.

В магистратуре Гавайского университета изучаются курсы:

— **«Проблемы в финансах бизнеса»**: Исследование принципов финансов и аналитической техники по финансовым проблемам.

— **«Прогрессивные темы в финансах»**: Главные текущие финансовые вопросы и проблемы. Финансовый менеджмент в Японии. Теория портфельного управления. Анализ капитальных вложений. Акции, облигации и другие современные инструменты.

— **«Международный финансовый менеджмент»**: Принятие финансовых решений в международных условиях. Анализ прямых иностранных инвестиций, экономика, бухгалтер и окружающее регулирование, включая налогообложение. Международные рынки денег и капитала. Импортное и экспортное финансирование. Управление межнациональным оборотным капиталом. Аспекты риска в международных финансах.

— **«Финансы предпринимательства»**: Определение потребности в финансировании. Применение венчурного финансирования. Оценка имущества предпринимателем и инвестором (инвесторами). Финансовые аспекты стратегического планирования. Анализ товарообменных операций с позиций альтернатив финансового выбора, гибкости и контроля. Урожайность инвестиций.

Йельский университет (Yale University)³ предлагает двухгодичную магистерскую программу со специализацией на здравоохранение и его экономику. В рамках исследовательских инициативных проектов преподавателей

¹ Сайт Гарвардского университета: www.hbs.edu

² Сайт Университета Гавайев в Маноа: www.hawaii.edu

³ Сайт Йельского университета: www.yale.edu

Йельского университета реализуются следующие проекты:

— Осуществляется исследование вопросов корпоративных финансов (корпоративное управление, корпоративный контроль, инвестиции банковской системы, вопросы глобализации).

— Изучается институциональное оформление корпоративного управления, принципы и практика эффективного корпоративного управления.

— Изучаются инновационные продукты, обеспечивающие безопасность вложений в недвижимость.

Магистерская двухгодичная программа (22 месяца) осуществляется со специализацией на исследовании вопросов регулирования, стратегии, финансов и технологий в секторе здравоохранения. Наряду с другими изучаются следующие учебные курсы:

— «Финансовый менеджмент» — содержание курса стандартное, то есть соответствует темам, излагаемым как в литературе по финансовому менеджменту, так и в российских вузах по аналогичной дисциплине.

— «Корпоративные финансы в биотехнологии», где рассматриваются вопросы, прежде всего, в сфере производства лекарственных препаратов. Курс изучается на основе чтения соответствующей литературы.

— «Финансы здравоохранения и экономика здоровья». Курс является частично лекционным (дидактическим), частично — семинарским. Студенты принимают участие в презентациях и разработке командного проекта. К преподаванию курса привлекаются практики. Используются полевые методы и проектное обучение.

Школа бизнеса Л.Н. Штерна, Университет Нью-Йорка (New York University Leonard N. Stern School of Business)⁴ предлагает программу «Корпоративный финансовый менеджмент», где изучаются следующие дисциплины:

— «**Основы финансов**». Изучаются фундаментальные принципы оценки активов с использованием современной портфельной теории и ключевые аналитические концепции: оценка стоимости денег и опционов, риска, арбитражные операции. Курс читается с использованием количественных методов оценки. Предшествующие курсы: знание основ экономики и статистики.

— «**Корпоративные финансы**». Рассматриваются общие экономические принципы и условия работы рынков и фирм, включая вопросы цены, преимуществ и недостатков размеров компаний, ценовой конкуренции, увеличения доходов фирмы с применением различных уровней цен.

— «**Международный финансовый менеджмент**». Анализ ключевых международных финансовых рынков, включая ценообразование, эффективность и институциональные характеристики рынков. Фокусирование на технике оценки мультинациональных рисков факторов доходности.

— «**Корпоративная стратегия и финансы в средствах массовой информации**». Применяется кейс-метод на основе последних данных об успешных и неуспешных проектах. Требуется непосредственное присутствие и активное участие студентов на каждом занятии.

Для докторантов проводится семинар по корпоративным финансам, который сфокусирован на текущих исследованиях проблем корпоративных финансов.

Школа бизнеса Така Университета Дартмауса (Tuck School of Business at Dartmouth)⁵ предлагает к изучению курсы:

— «**Корпоративные финансы**» с изучением основных принципов корпоративных финансов и практических инструментов принятия финансовых решений и оценки. Методика преподавания: лекции, дискуссии по теоретическим вопросам корпоративных финансов во время лекций и решение бизнес кейсов.

— «**Продвинутый курс корпоративных финансов**»: Аукционы и оптимальные механизмы продаж. Секьюритизация и структура капитала. Рост денежных средств в условиях информационной асимметрии. Студентам предлагается авторский курс преподавателя, разработанный в 2005 г., лекционный материал по курсу и раздаточный материал «Эмпирические корпоративные финансы». Метод преподавания и изучения: дискуссии в классе, кейс метод. Студенты должны выполнить два эмпирических мини-проекта и один семестровый проект.

Бакалавриат Колледжа Беркли (Berkeley College)⁶ предлагает к изучению следующие курсы:

— «**Принципы финансов**», где изучаются финансовая организация и финансовая деятельность бизнеса, включая финансовый анализ, планирование и контроль, бюджетирование и прогнозирование, краткосрочное и долгосрочное финансирование. Требуемый предшествующий курс — «Бухгалтерский учет».

— «**Продвинутый курс финансового менеджмента**»: Анализ различных концепций корпоративных финансов, включая инвестиционные критерии, использующие техники и инструменты: NPV, IRR, риск и доходность, цена капитала и долгосрочная финансовая политика, краткосрочное финансовое планирование и управление. Требуемый предшествующий курс — «Принципы финансов».

Маунт Халиоки Колледж, Массачусетс (Mount Holyoke College)⁷ в рамках изучения курса «Корпоративные финансы» исследует аналитические инструменты для оценки деятельности корпораций на основе учебного пособия, разработанного для студентов преподавателем этого курса. Преподаватель отмечает, что это не «сухой» курс, поскольку лекции сопровождаются дискуссиями, ответами на вопросы преподавателя, решением кейсов и участием в симуляции. Предыдущие кейсы включали изучение деятельности компаний: Enron, WorldCom, Microsoft, Dell, Amazon.com, Haier, and WalMart. Студенты должны быть готовы к использованию Интернета для обновления информации.

Университет Оксфорда, Великобритания (University of Oxford)⁸ в рамках программы MBA по финансам предлагает изучение курса «Корпоративные финансы», где рассматриваются следующие вопросы:

⁵ Школа бизнеса является старейшей в США (создана в 1900 г.). По опубликованному рейтингу «Forbes» является школой номер 1 в США. — Сайт: www.tuck.dartmouth.edu

⁶ Сайт Колледжа Беркли: www.berkeleycollege.edu

⁷ Сайт Маунт Халиоки Колледж: <http://www.mtholyoke.edu>

⁸ Сайт Университета Оксфорда: <http://www.sbs.ox.ac.uk>

⁴ Сайт Нью-Йоркского университета: <http://www.stern.nyu.edu>

— финансирование, оценка и корпоративное управление фирмой;

— изучаются ключевые компоненты финансовых решений фирмы и деятельности на финансовых рынках, включая вопросы секьюритизации, кредитной и дивидендной политик, процессы слияний, корпоративной реструктуризации и финансовой неустойчивости.

Методика преподавания: количественный тренинг в области финансов на основе изучения и знания теоретических принципов финансов, групповые дискуссии, использование Интернета. Затем слушатели выбирают 5 курсов из предлагаемых 12 для более углубленного изучения различных финансовых тем.

Другая программа MBA предназначена для финансов высшего (топ) уровня, которые в случае успешного ее завершения получают диплом по «Финансовой стратегии». В рамках программы изучаются 4 модуля: «Стратегический менеджмент», «Финансы 1», «Финансы 2», «Система контроля в управлении».

Курс «Финансы 1» отвечает на вопрос: «Как организация должна использовать свои финансовые ресурсы?» Рассматриваются: Модель CAPM. Корпоративная диверсификация. Риск-менеджмент. Корпоративное управление.

Курс «Финансы 2» должен дать ответ на вопрос: «Как корпорация может увеличить денежные средства?» Вопросы к изучению: Анализ структуры капитала и ее влияние на стоимость корпорации. Изучение связей с риск-менеджментом и рынками капитала.

Методика преподавания и изучения финансовых курсов: дискуссии. Магистранты предоставляют отчет по индивидуальному проекту (не менее 10000 слов), который формируется на основе данных организации или сектора, где работает обучающийся.

Курс «Корпоративные финансы» преподается в Университете Лондона (University of London)⁹, с которым Финансовая академия при Правительстве РФ имеет непосредственные контакты в области образования. В рамках курса изучаются: принципы корпоративных финансов, оценка финансовых и инвестиционных решений, выбор структуры капитала и ее влияние на стоимость фирмы, дивидендная политика и ее влияние на стоимость фирмы, слияния и поглощения.

Базовая литература — книга авторов Росс, Вестерфилд, Джэйффе «Корпоративные финансы» (2005). Методика преподавания: традиционный курс лекций на основе раздачи текстов. Студенты должны выполнить две письменные работы и одну экзаменационную работу.

Университет Британской Колумбии (University of British Columbia — UBC)¹⁰ расположен в г. Ванкувере, Канада и по отдельным рейтингам входит в 30 известнейших вузов мира.

Полная программа MBA финансы включает следующие модули для изучения: «Корпоративные финансы», «Структура капитала», «Бюджетирование капитала», «Слияния и поглощения», «Анализ секьюритизации», «Инвестиции», «Опционы и фьючерсы», «Риск-менеджмент», «Портфельные стратегии», «Портфельные тактики», «Финансовый инжиниринг»,

«Секьюритизации фиксированного дохода», «Эмпирические финансы», «Финансовое моделирование».

Для изучения практически всех модулей предлагается использовать базовую книгу авторов Брейли и Майерс «Принципы корпоративных финансов» (2006 г.).

Методики преподавания и изучения курсов различаются и включают:

— «**Корпоративные финансы**» — лекции, дискуссии, решение проблемных задач.

— «**Структура капитала**» и «**Бюджетирование капитала**» — кейс-стади, дискуссии в классе, лекции, формирование команд. Предшествующие курсы: «Корпоративные финансы», «Инвестиции».

— «**Слияния и поглощения**» — лекции, кейсы, письменные работы, презентации, работа в группах над M&A Pitchbook. Предшествующие курсы: «Корпоративные финансы», «Инвестиции».

— «**Финансовый инжиниринг**» — лекции, существенное количество кейсов, групповой проект.

— «**Эмпирические финансы**» предполагает изучение следующих вопросов: Количественные техники финансовых решений. Динамика возврата вложенных средств. Использование CAPM и АРТ для определения ставки дисконтирования. Оценка чистых денежных потоков. Оценка фондов. Элементарные симуляционные техники. Курс основан на знании и умении использования программы Excel. Методика преподавания: лекции, групповой и индивидуальный проект.

— «Финансовое моделирование» предполагает изучение финансовых моделей для решения практических проблем инвестиций и корпоративных финансов.

Используются материалы преподавателя и кейсы с сайта Гарвардской бизнес-школы.

Методика преподавания: чередование лекций и решения кейсов, письменный групповой кейс, групповая презентация кейсов, письменный индивидуальный кейс. Предшествующий курс — «Эмпирические финансы».

В целях решения заявленных статьей вопросов проведен обзор научных и учебных изданий на английском языке по указанной тематике, предлагаемых преподавателями к использованию в рассмотренных выше университетах, а также дополнительно имеющихся в наличии в библиотечных фондах Университета Британской Колумбии (Канада).

В частности, в книге «История корпоративных финансов» авторов Баскин и Миранти¹¹ (1997) раскрыты теоретические основы формирования данного направления финансовой науки (в том числе, теории Кейнса, Шумпетера и др.), рассмотрены вопросы теории финансовых рисков (Кендэлл, Миллер, Модильяни), теории капитала и дивидендной политики, в том числе современные, а также вопросы стратегического планирования и интеграции финансовых и операционных императивов, финансовой реструктуризации.

Книга профессоров З. Боди (Бостонский университет) и Р.К. Мертона (Гарвардский университет) «Финансы»¹²

⁹ Сайт Университета Лондона: www.cefins.ac.uk

¹⁰ Сайт Университета Британской Колумбии: <http://www.ubc.ca>

¹¹ Baskin, P.J. Miranti, Jr. A History of Corporate Finance: Cambridge University press, 1997. — 350 p.

¹² Z. Bodie, R. C. Merton. Finance (Preliminary Edition). — USA: Prentice-Hall, Inc., 1998. — 442 p.

состоит из 6 частей: 1. Финансы и финансовая система. 2. Время и ресурсное распределение. 3. Оценка. 4. Риск менеджмент и портфельная теория. 5. Оценка деривативов и непредвиденных требований. 6. Темы в корпоративном финансовом менеджменте. Книга переведена на русский язык и предлагается в качестве базового учебника при подготовке специалистов по программе MBA¹³.

Пятое издание книги профессоров А.А. Гроппелли и Е. Никбахта «Финансы»¹⁴ представлено 21 разделом, объединенных в десять блоков: Введение. Оценка (время и риск). Введение в инвестиционную политику: бюджетирование капитала. Инвестирование, финансирование и принятие решений о дивидендах. Инвестиционные решения, основанные на финансовых деривативах. Краткосрочные и долгосрочные источники капитала. Введение в финансовый анализ. Управление оборотным капиталом. Анализ финансовой отчетности. Специальные темы.

В седьмом издании книги «Принципы корпоративных финансов»¹⁵ авторов Р.А. Брейли (Лондонская Школа бизнеса) и С. К. Майерс (Школа менеджмента Массачусетского технологического института) представлено 11 частей: 1. Оценка. 2. Риск. 3. Практические проблемы в бюджетировании капитала. 4. Финансовые решения и рыночная эффективность. 5. Дивидендная политика и структура капитала. 6. Опционы. 7. Долговое финансирование. 8. Риск — менеджмент. 9. Финансовое планирование и краткосрочное управление. 10. Слияния, корпоративный контроль и управление. 11. Заключение.

Книга переведена на русский язык и рекомендована Министерством общего и профессионального образования РФ в качестве учебника для студентов экономических специальностей вузов.¹⁶

Пятое издание книги «Основы корпоративных финансов» авторов С. Росс и др. (2005)¹⁷, по мнению ее авторов, включает современные темы финансового менеджмента в Канаде, в т.ч.: Финансовая отчетность и долгосрочное финансовое планирование. Оценка будущих потоков денежных средств. Бюджетирование капитала. Риск и возврат инвестиций. Цена капитала и долгосрочная финансовая политика. Краткосрочное финансовое планирование и менеджмент. В книге также рассматриваются специальные темы корпоративных финансов: международные корпоративные финансы, лизинг, слияния и поглощения, деривативы и корпоративные финансы.

«Демистифицированные корпоративные финансы» Троя А. Адаира¹⁸ была впервые издана в 1964 г. и переиздана в 2006 г. Книга включает 5 разделов. В первом (введение) автор раскрывает понятие корпоративных финансов с позиций существующей в США формы организации бизнеса — корпораций, а также содержание основных

финансовых документов и коэффициентного анализа деятельности компаний. Вторая часть касается основ оценки денежных потоков. Третья — оценки облигаций, акций и принятия решений при оценке инвестиционных проектов. Четвертый раздел посвящен оценке соотношения риск-доходность и цены капитала. Пятый включает изучение «продвинутых» тем корпоративных финансов: оценка будущих денежных потоков, сценарный анализ и анализ чувствительности, оценка опционов.

Книга Л. Реннебуга, П. Давхуэса и др. «Продвижение вперед в корпоративных финансах и в оценке активов» (2006)¹⁹ содержит современные темы по четырем разделам: 1. Корпоративная реструктуризация. 2. Корпоративное управление. 3. Структура капитала и оценка стоимости. 4. Оценка активов и монетарная экономика. Второе издание из серии «SCHAUM'S OUTLINE» к книге Дж. Шима и Дж. Сигэла «Теория и проблемы финансового менеджмента»²⁰ содержит краткое описание теории, «открытые» тесты, решенные проблемы и задачи, а также четыре экзаменационных задания по рассматриваемым 19 разделам финансового менеджмента, включающим: введение в финансовый менеджмент, финансовый анализ, финансовое прогнозирование, планирование и бюджетирование, управление оборотным капиталом, краткосрочное финансирование, оценка денежных средств, доходы и их оценка, бюджетирование капитала (включая лизинг), бюджетирование капитала в условиях риска, цена капитала, финансовый рычаг и структура капитала, дивидендная политика, условия кредитования и лизинга, долгосрочные заимствования, привилегированные и обыкновенные акции, поручительства, конвертируемое обеспечение, опционы и фьючерсы, слияния и поглощения, финансовая несостоятельность и реорганизация, мультинациональные финансы.

Книга предназначена для изучения курсов: «Управленческие финансы», «Корпоративные финансы», «Финансовый менеджмент» и «Финансы бизнеса». Авторы книги отмечают, что она представляет собой теорию и практику корпоративных финансов и может быть использована как для 2-х и 4-х годичных программ колледжей (уровень бакалавриата), так и на MBA-программах.

В рассмотренных выше книгах темы и разделы, а также представленные в них модели и методы (в т.ч. касающиеся разработки дивидендной политики, управления ценой и структурой капитала, прогнозирования банкротства и т.д.) разработаны и рассматриваются с позиций финансового менеджмента компаний, котирующих свои акции на финансовом рынке.

Следует также отметить, что в библиотеке Университета Британской Колумбии (Канада) имеются работы по финансовому менеджменту, начиная с 1925 г. до 2007 г. Специализированные по отраслевому и страновому признакам работы в области финансового менеджмента стали появляться сравнительно недавно, преимущественно, начиная с 2000 г. Однако, имеются и более ранние работы, например,

¹³ Боди З., Мертон Р.К. Финансы. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. — 592 с.

¹⁴ A.A. Groppelli, E. Nikbakht. Finance. — USA: Barron's Educational Series, Inc., 2006. — 612 p.

¹⁵ R.A. Brealey, S.C. Myers. Principles of Corporate Finance. — 7th ed. — McGraw-Hill/Irwin, 2003. — 1071 p.

¹⁶ Р. Брейли, С. Майерс. Принципы корпоративных финансов. — М.: ЗАО «Олимп — Бизнес», 1997. — 1120 стр.

¹⁷ Fundamentals of Corporate Finance. / Stephen A. Ross... [et al.]. — 5th Canadian ed.: McGraw-Hill Ryerson, 2005. — 832 p.

¹⁸ Troy A. Adair, Jr. Corporate Finance Demystified : McGraw-Hill, 2006. — 275 p.

¹⁹ L. Renneboog. Advances in Corporate Finance and Asset Pricing. Elsevier, 2006. — 537p.

²⁰ Jae K. Shim, Joel G. Siegel. Financial Management. — 2nd ed.: McGraw-Hill, 1998. — 484 p.

книга М. Колтмана «Финансовый менеджмент в индустрии гостеприимства»²¹ впервые издана в 1979 г. Ее содержание включает разделы: Введение в финансовый менеджмент, где в т.ч. раскрываются цели компаний. Анализ финансовых коэффициентов. Рабочий капитал и бюджетирование денежных средств. Управление текущими активами. Управление капиталными активами. Долгосрочное, среднесрочное и краткосрочное финансирование. Цена финансирования и использование рычага. Бизнес-рост и оценка. Изучение финансовых возможностей. Франчайзинг и лизинг. Контракты и управление кондоминиумами.

Книги по данному направлению касаются финансового менеджмента отдельных государств (Китай, Монголия, Камбоджа, Пакистан, Узбекистан, Вьетнам и др.), а также специализированного финансового менеджмента по видам деятельности: для банков, колледжей и университетов, образовательных программ, финансовых институтов, правительства, больниц, железных дорог, кораблестроения, юридических компаний, организаций, связанных со спортом, индустрией гостеприимства, неприбыльных организаций, фармацевтики, малых и средних библиотек, межнациональных фирм, информационных систем, переходной экономики, работы в нестабильных условиях (в частности, экспериментальные исследования рыбного хозяйства) и т.д.

Таким образом, исследование содержания отдельных изданий, касающихся дисциплин «Финансы», «Корпоративные финансы» и «Финансовый менеджмент», позволяет сделать вывод о том, что корпоративные финансы по содержательной части представляют собой тот же набор составляющих элементов, что и дисциплина финансовый менеджмент, которая преподается в соответствии с отечественным стандартом по финансовому менеджменту и учебной литературой в российских вузах²².

В частности, содержание курсов «Финансы», «Корпоративные финансы» и «Финансовый менеджмент», преподаваемых в зарубежных вузах, мало чем отличается от вопросов тем, изучаемых в Финансовой академии при Правительстве РФ в рамках курса «Финансовый менеджмент» и соответствующих дисциплин специализации, поскольку в них рассматриваются вопросы:

- принципы корпоративных финансов;
- корпоративные инвестиции (оценка и финансирование) и бюджет капитальных вложений;
- структура капитала и ее влияние на стоимость компании;
- корпоративные источники финансирования;
- дивидендная политика и ее влияние на стоимость компании;
- международные финансы;
- управление финансовыми рисками и т. п.

Некоторые зарубежные авторы, как показал анализ соответствующей литературы, утверждают, что «Корпоративные финансы» и «Финансовый менеджмент» применительно к корпорациям — одна и та же дисциплина.

ВЫВОДЫ

Анализ преподаваемых курсов и их содержания свидетельствует о том, что в рассмотренных зарубежных вузах преподаются такие курсы, как «Финансы» (Гарвардский и Оксфордский университеты), «Корпоративный финансовый менеджмент» (Гарвардский и Гавайский университеты), «Финансы предпринимательства» (Гарвардский и Гавайский университеты), «Финансовый менеджмент» (Йельский университет и Колледж Беркли), «Корпоративные финансы» (Университет Нью-Йорка, Университет Дартмауса, Маунт Халиоки Колледж, Университет Оксфорда, Университет Лондона, Университет Британской Колумбии). В вузах преподаются также специализированные разделы финансов и финансового менеджмента в отраслевом и в международном аспектах.

Сопоставление курсов показало, что в университетах изучается либо финансовый менеджмент, либо корпоративные финансы. В отдельных случаях «Финансовый менеджмент» преподается на уровне бакалавриата, а затем на MBA-программах изучается курс «Корпоративные финансы» для какой-либо сферы экономики либо отрасли.

Как правило, в зарубежных вузах курсы читаются на базе ранее изученных дисциплин «Основы финансов» (либо «Финансы») и «Инвестиции». Предполагается знание студентами основ оценки инвестиционных проектов.

Для MBA программ могут быть добавлены дополнительно темы (иногда отдельные курсы): лизинг, проектное финансирование, корпоративная реструктуризация, слияния и поглощения, управление оборотным капиталом, трансформация ресурсов производства в продукцию с высоким уровнем добавленной стоимости и т. п.

Обобщая вышеизложенное, можно практически поставить знак равенства между курсами «Корпоративные финансы» и «Финансовый менеджмент». Таким образом, по содержательной части мы можем говорить, что между дисциплиной «Финансовый менеджмент» и «Корпоративные финансы» отличия несущественны, поэтому в перспективе преподавание дисциплины «Финансовый менеджмент» в российских вузах может осуществляться как в рамках «классического» содержания данного курса, так и развиваться в рамках специализированных, в том числе, отраслевых направлений.

Кроме того, поскольку в силу существующих международных различий законодательного, экономического, научно-технического, организационного, культурного и иного плана в российской практике не могут использоваться многие математические модели, разработанные за рубежом (в частности, разработанные в США модели прогнозирования банкротства Э. Альтмана, модели оптимизации уровня денежных средств Миллера — Орра, Баумола и др.), то следует признать целесообразным разработку отечественной теории финансового менеджмента, предполагающей возможность адаптивного, а не декларативного использования тех принципов и подходов, которые реально проверены и «работают» в отечественной экономике.

²¹ Michael M. Colman. Financial management for the hospitality industry: CBI Publishing Company, Inc. Boston, Massachusetts. 1979. — 245 p.

²² В частности, см. учебное пособие «Финансовый менеджмент»/ Под ред. проф. Шохина Е.И. — М.: ФБК-пресс, 2005.

Обучение персонала, обслуживающего сферу закупок, на примере Европейского института управления закупками

(По материалам зарубежной прессы)

Одной из важных проблем, решение которой имеет значительное влияние на развитие сферы закупок, является создание потенциала квалифицированных кадров в соответствии с европейскими и мировыми стандартами.

Для претворения в жизнь современных концепций, методов и инструментов, с помощью которых закупки становятся важным фактором повышения эффективности и конкурентоспособности фирмы, необходимы профессионально подготовленные специалисты. Для руководящих кадров, занятых в сфере закупок, аналитиков и стратегов этого процесса, диплом о высшем образовании является необходимой базой для получения более конкретных знаний из практической деятельности. Функция закупок включает в себя не только логистические проблемы. В этой сфере заняты экономисты, инженеры, специалисты в области информационных технологий.

Большой интерес представляет деятельность Европейского института управления закупками (European Institute of Purchasing Management — EIPM) в Архампсе — Швейцария, который отметил свое десятилетие.

Директор этого института профессор Бернард Грация в статье «Десятилетний опыт в управлении закупками» отмечает, что в последнее десятилетие материальное обеспечение является, несомненно, наиболее развивающейся сферой деятельности предприятий и фирм.

Международная конкуренция и стремление к увеличению прибыли — вот важные поводы для признания приоритета материального обеспечения. Современные стратегии закупок ориентированы на стоимостные факторы и направлены на оптимизацию процесса закупки, в том числе на комплексный анализ затрат, начиная от развития продукта и заканчивая утилизацией отходов, связанных с процессом закупки и переработкой поставленных материалов.

Благодаря связям экспертов по закупкам (со стороны потребителя) и поставщиков уже на этапе потока информации, связанной с концепцией и развитием продукта, можно получить преимущества, основанные на конкурентоспособности продукции на рынке.

После крупных концернов и средние предприятия приступили к реструктуризации своих подразделений материального обеспечения и к оптимизации цепей поставок.

Все чаще закупки в качестве сферы деятельности предприятия находятся в непосредственном подчинении у руководства фирмы. Поэтому отделы по закупкам нуждаются в высококвалифицированных кадрах. Менеджеры пришли к выводу, что эта функция предприятия становится соответствующим трамплином для успешной карьеры.

Европейский институт управления закупками уже в течение 10 лет занимается подготовкой профессиональных кадров для подразделений материального обеспечения. В связи с растущим спросом и заинтересованностью в высококвалифицированных кадрах в сфере закупок EIPM разработал специальную программу обучения. Она включает в себя использование программы MBA (Master of Business Administration) для создания закупочных стратегий для будущих менеджеров и усовершенствование обучения поставщиков, а также повышение эффективности модулей, формирующих структуру предприятия и сферу закупок. Европейский институт управления закупками находится близ Женевы, в бизнес-центре Archamps.

Контингент студентов представляет все европейские страны. Особенностью Института является создание международного конгломерата студентов, профессоров и фирм. Директор Института Бернард Грация отмечает, что идея усовершенствования подготовки менеджеров в международном масштабе возникла после того, как материальное обеспечение стало рассматриваться в фирмах и на предприятиях как ключевая функция и повысилась необходимость специализации кадров в этой сфере.

В сентябре 1991 году начался первый год обучения в Институте на степень MBA (Master of Business Administration) в области стратегии закупок. На эти курсы принимались кандидаты, проработавшие два-три года на руководящих должностях. Институт ведет подготовку специалистов на степень MBA совместно с одной из авторитетных европейских школ управления в Лионе. Выпускники высших школ с начала 2001 года могут продолжить образование с целью получения степени Master in International Purchasing Management (магистр в сфере международного управления закупками).

Учитывая требования рынка, Институт предоставил возможность своим студентам получать международный диплом, не прекращая своей профессиональной деятельности.

Обучение на степень MBA в закупочной стратегии направлено на подготовку будущих руководящих кадров, задачей которых станет внедрение закупочных стратегий в соответствии с интересами и стратегией предприятия. Помимо классических переговоров ключевые элементы включают в себя: стратегию закупочных потоков (цепей поставок), стратегию аутсорсинга, т. е. выделение заданий с внешней стороны и размещение их у производителей, управление партнерскими связями, новые информационные технологии и бенчмаркинг (метод использования опыта других фирм).

и предприятий с целью совершенствования собственных форм деятельности).

Курс охватывает 14 однонедельных модулей обучения в течение 18 месяцев (и даже до 3-х лет). Курс сформирован таким образом, чтобы дать возможность всем участникам оптимально выполнять профессиональные обязанности с одновременным участием в программе MBA.

Как правило, предприятия и фирмы оплачивают обучение и переезды своих сотрудников. Отдельные модули курса: управление финансами, международная экономика и бизнес, маркетинг, закупочные потоки — практика и инструменты, новые тенденции в закупках, цепи поставок и логистика. Каждый курс включает в себя 20 участников. Это позволяет обмениваться опытом и использовать нестандартные методы обучения.

Сертифицированные курсы закупок

Интенсивное обучение ведется в соответствии с требованиями профессиональной подготовки специалистов не только в области материального обеспечения. При интенсивном обучении курс делится на три однонедельных периода, реализуемые в течение 3-х месяцев. Слушателей курса готовят к тому, чтобы они смогли внедрить новые методы, концепции, тенденции, стратегии и инструменты на собственных предприятиях. Участников готовят к решению не только общих проблем, выступающих в сфере закупок, но и специфических проблем данного предприятия. По окончании программы курса каждый участник должен представить собственный проект, направленный на определенную проблематику, свойственную его предприятию.

По окончании курса выпускники получают соответствующий сертификат.

Совершенствование деятельности поставщиков

Подготовленные специально для поставщиков программы обучения и тренинга повышают их конкурентоспособность благодаря тесному взаимодействию с потребителями. Использование новейших методов для совершенствования функционирования цепи поставок повышает степень удовлетворения потребности клиентов.

Программы обучения для поставщиков рассчитаны, как правило, на 2—3 дня. Программы тренинга включают в себя такую тематику, как управление качеством, управление процессами и повышение производительности и эффективности цепи поставок.

Деятельность Института ЕГРМ распространяется и на другие области совершенствования квалификации персонала по закупкам. Институт является членом консорциума развития поставщиков (Consortium for Supplier Development Training), который сотрудничает с группой передовых европейских фирм и предприятий.

Его задачей является повышение конкурентоспособности поставщиков за счет программ по решению проблем, относящихся ко всем аспектам деятельности предприятия. Члены консорциума имеют свой подход, способный конкурировать с европейской инфраструктурой в области промышленной деятельности, отличающейся наиболее высоким уровнем и учитывающей передовые тенденции в мировой экономике.

Специалисты в области управления развитием бизнеса считают, что EIPM и предприятия должны совместно развиваться с тем, чтобы проводить общую реструктуризацию в области обеспечения и оптимизации цепи поставок. Тенденция развивается в таком направлении, чтобы по возможности быстрее включить экспертов в области закупок в операции по подготовке продукции в целях использования их опыта.

Необходимо эффективное взаимодействие также в области стратегии закупок и планирования затрат. Эти две задачи являются ключевыми.

Материальное обеспечение в настоящее время оказывает большое влияние на результаты деятельности предприятия. Такие явления, как глобализация, информационные технологии, процессы интеграции, виртуальные связи между потребителями и производителями, растущая конкуренция, непрерывные инновации, сокращение цикла продолжительности жизни изделия, к которым в последние годы должны приспосабливаться фирмы и предприятия, также оказывают большое влияние на эволюцию сферы снабжения.

Примерно 60% стоимости продукции и обслуживания образуется в процессе материального обеспечения. Это касается стоимости сырья, основных и вспомогательных материалов и оснащения машинного парка.

Период, в течение которого новый продукт с успехом попадает на рынок, может быть сокращен на 25% за счет соответственно более быстрого включения сферы снабжения и поставщиков в деятельность, связанную с фазой концепции и развития нового вида продукции. Закупки имеют гораздо большее влияние на результаты деятельности предприятия, чем все остальные операции.

В рамках деятельности предприятия, связанной с материальным обеспечением, должны быть решены проблемы управления рынком и обеспечены гарантии ограничения риска, связанного с закупочной деятельностью. О масштабе проводимого в институте обучения специалистов говорят следующие факты.

В 1999 г. более 3000 представителей крупных предприятий принимали участие в программе усовершенствования квалификации. В 2000 г. несколько сотен выпускников института получили дипломы MBA по специальности стратегии закупок. Более 10 000 менеджеров и сотрудников, занятых в сфере снабжения, прошли обучение по программе закупок в соответствии с заявленными потребностями. Следует отметить, что это были представители 27 стран.

Деятельность Европейского института управления закупками выявила ключевое значение закупки средств материального обеспечения и услуг, повышающих конкурентоспособность той или иной фирмы или предприятия. Новые концепции, методы работы и инструменты работают прежде всего на снижение затрат, связанных с закупкой этой группы средств производства.

Эффективность деятельности предприятия в значительной степени зависит от оперативности осуществления поставок. Это касается воздействия на длительность производственного цикла, соответствие современным требованиям, качество и способность к модернизации изделий. Для достижения высокой эффективности цепи поставок необходимо обеспечить тесное взаимодействие не только всех подразделений предприятия в сфере закупки, но и поставщиков, которые нередко принимают участие в операциях, связанных с подготовкой нового продукта или модернизацией изделий еще до постановки задания поставщикам.

Совершенно очевидно, что новые концепции деятельности в сфере закупки не могут быть реализованы в практической деятельности без профессионально подготовленных кадров специалистов, способных проводить аналитические исследования рынка и находить новые формы взаимодействия с партнерами. Поэтому многие ведущие фирмы стремятся к созданию центров по подготовке специалистов в сфере промышленных закупок с учетом международных тенденций.

К вопросу о создании Международного финансового центра в Москве

Тетерятников К.,

к.ю.н., советник президента ОАО «Банк ВТБ»

Создание Международного финансового центра поможет привлечь инвестиции в российскую экономику, максимально эффективно использовать потенциал фондового рынка для выполнения государственных экономических и социальных задач. Автор статьи рассмотрены общие тенденции и ключевые направления вопроса создания Международного финансового центра в Москве.

Ключевые слова: международный финансовый центр, национальный финансовый рынок, регулирование финансовых рынков.

The question of establishment of an international financial center in Moscow

Teteryatnikov K.,

Ph.D., Advisor to the President of JSC «Bank VTB»

Creation of an international financial center will help attract investment into the Russian economy, maximize the potential of the stock market for state economic and social problems. The author of the article deals with general trends and key areas for establishing an international financial center in Moscow.

Keywords: International Financial Center, a national financial market, financial market regulation.

В последние годы в России был принят целый ряд законов, которые направлены на повышение устойчивости национального финансового и валютного рынков, обеспечение регулярного мониторинга их состояния. В их числе Закон «О клиринге и клиринговой деятельности», а также поправки в Закон «О рынке ценных бумаг» и в законодательство о банкротстве.

В результате существенно улучшена система управления рисками на ключевых сегментах национального финансового рынка. В частности, сформированы правовые основы механизма, позволяющего избежать «эффекта домино» при банкротстве одного из участников сделки. Кроме того, появилась возможность оценивать системные риски на внебиржевом сегменте рынка, который

ранее вообще не регулировался, что позволит оперативно и своевременно принимать необходимые управленческие и организационные решения для минимизации указанных рисков.

Эти изменения отражают общие тенденции международного регулирования финансовых рынков, включая обязательства, которые Россия взяла на себя в рамках «Группы двадцати».

В ближайшее время на базе двух крупнейших российских бирж — ММВБ и РТС — начнет создаваться объединенная биржа России. По основным своим количественным показателям она будет в целом соответствовать уровню требований, предъявляемых к Международному финансовому центру (МФЦ), который предстоит создать

в Москве. ММВБ уже сегодня входит в десятку крупнейших бирж мира: на нее приходится более 80% оборота организованного рынка ценных бумаг в России, причем около 30% сделок на ММВБ совершается нерезидентами (на 1 декабря 2010 года суммарный объем торгов ММВБ составил 798463,44 млн. руб. что по текущему обменному курсу составляло \$25467,87 млн.

Практически согласован законопроект о центральном депозитарии. После его принятия как российские, так и иностранные инвесторы получат намного более широкие возможности для свободной торговли российскими активами, что будет способствовать развитию в России высоколиквидных рынков товаров и финансовых инструментов.

В целом подготовлен первоначальный проект поправок в налоговое законодательство, нацеленных на создание в рамках МФЦ конкурентоспособного налогового режима. В настоящее время комфортный для инвесторов режим налогообложения, включающий определенные налоговые льготы, а также упрощенный порядок вхождения нерезидентов на национальный рынок капитала является основой конкурентоспособности многих успешных МФЦ, функционирующих в развивающихся странах.

Достигнутый существенный прогресс по ключевым направлениям укрепления правовой и инфраструктурной базы российского МФЦ уже позитивно повлиял на оценки международным инвестиционным и экспертным сообществом перспектив как построения МФЦ в России, так и развития отечественного финансового рынка. В частности, в сентябрьском 2011 года рейтинге международных финансовых центров Z/Yen Group Москва поднялась на семь пунктов (переместившись на 61-е место). Наряду с этим российская столица вошла в десятку центров с так называемым растущим потенциалом. Это серьезное движение вперед.

Становление российской столицы в качестве МФЦ невозможно без кардинального повышения привлекательности Москвы как объекта инвестиций и одновременно как деловой площадки. Сегодня в столице находится большая часть ведущих национальных финансовых институтов: крупнейшие банки, страховые компании, пенсионные фонды, биржи и т. д. Через финансовую систему города проходит более 80% финансовых ресурсов страны. Кроме того, Москва является одним из ведущих городов мира по величине городского бюджета. Все это делает дальнейшую интеграцию российской столицы в мировую финансовую систему объективной необходимостью, которая в будущем может привести к значительно усилии международной роли и России в целом.

Однако для этого предстоит сделать еще очень много. В октябре 2011 года Минэкономразвития России составило список из более чем сотни показателей развития столицы, по которым будут созданы критерии оценки города как МФЦ. Любопытно, что по этим оценкам Москва занимает первые места в плане образованности населения, доступа в Интернет, охвата общественным транспортом и наличия зеленых насаждений. Но показатели финансовой деятельности, которые все-таки определяют готовность города к званию МФЦ, тянут столицу назад.

В частности, российская столица, согласно международным исследованиям, все еще значительно отстает от передовых мегаполисов планеты по таким ключевым показателям, как развитие информационных технологий и их доступность для бизнеса, удобство транспортной инфраструктуры, достаточность офисных площадей и гостиниц и т. д.

Расширение административных границ города способно придать мощный импульс для сокращения указанного отставания. В этой связи важно ускорить работу над принятием конкретного плана развития присоединяемых к Москве территорий, учитывающего как имеющийся отечественный опыт градостроительного планирования (включая негативный), так и современные зарубежные наработки. Кроме того, важную роль в развитии Москвы как МФЦ способно сыграть активное использование механизмов государственно-частного партнерства, в первую очередь в сфере реализации проектов по развитию городской инфраструктуры. В этом контексте первоочередными организационными задачами создания МФЦ, на наш взгляд, являются следующие:

- *надо четко определиться с финансовыми системами каких стран МФЦ в Москве хочет сотрудничать, с кем объединять усилия;*
- *принять совместное с руководством заинтересованных государств — потенциальных участников решение о том, на какой нормативно-правовой базе будет осуществляться деятельность МФЦ в Москве;*
- *при необходимости гармонизировать нормативно-правовые акты государств-участников в части ведения совместных финансовых и валютных операций;*
- *четко определить институциональные условия участия различных государств в работе МФЦ;*
- *начать проработку крупных транснациональных промышленно-инновационных проектов, на финансовое обеспечение которых должен в перспективе работать МФЦ и в которых крайне заинтересована Россия;*
- *провести серьезный анализ того, в чем Москва уступает ведущим мировым финансовым центрам, и только после этого разработать план мероприятий по наращиванию конкурентных преимуществ столицы в рассматриваемой области.*

Задача построения МФЦ в России, безусловно, носит долгосрочный характер. В процессе ее решения приоритетность некоторых этапов, стадий и отдельных мероприятий может меняться и корректироваться с учетом изменений в текущей конфигурации глобальной финансовой системы. В то же время надо стремиться к тому, чтобы как в процессе ее решения в целом, так и на каждом отдельном этапе обеспечить максимально конкретный алгоритм действий, четко описывающий как сами реализуемые мероприятия, так и реалистичные сроки их исполнения, а также устанавливающий конкретных ответственных лиц.

Нельзя недооценивать значимость участия России в мировом рейтинге МФЦ. Это — своего рода лакмусовая бумажка, независимая экспертная оценка результативности наших усилий по созданию центра. Было бы правильным ориентироваться на то, чтобы каждое

последующее наше мероприятие законодательского, инфраструктурного или маркетингового характера рассматривалось бы через призму его влияние на положение России в рейтинге международных финансовых центров. Этот критерий можно было бы положить во главу угла при оценке эффективности работ по созданию МФЦ.

Для достижения цели построения МФЦ в России недостаточно ограничиться решением нормативно-правовых и инфраструктурных проблем (включая создание льготного налогового режима, упрощения регистрационно-разрешительных процедур, развития биржевой инфраструктуры и т. п.). Совершенно очевидно, что это лишь часть решения главной задачи. В этой связи стратегия формирования МФЦ должна быть согласована с другими приоритетами России в финансовой сфере — позиционированием рубля как реально конвертируемой валюты, формированием мощных институтов развития. Мы должны и в этом контексте тоже выходить на качественно более высокий уровень развития финансового рынка.

Решая задачу создания МФЦ, следует подумать о прочности финансового фундамента, которым является банковская система. Можно с уверенностью утверждать, что Россия не сможет добиться финансового лидерства без опережающего развития банковской системы, а Москва не сможет стать мировым финансовым центром, не будучи глобальным банковским центром. Все страны — мировые финансовые лидеры одновременно являются и безусловными лидерами по объему активов национальных банковских систем. Так, у Англии, Германии, Франции, Японии и быстроразвивающегося Китая величина активов банковской системы кратно превышает ВВП. У России же данный показатель составляет лишь около 80%.

Одной из очевидных проблем российской банковской системы является чрезмерная распыленность активов среди множества мелких кредитных организаций. По средней величине активов банков она существенно уступает не только ведущим экономическим державам, но и странам Центральной и Восточной Европы. Это значительно снижает ее эффективность: ведь чем меньше банк, тем большую долю неработающих активов он вынужден поддерживать. Так, доля неработающих активов у банков с активами менее 10 млрд рублей (к этой категории более 80% российских банков), втрое больше, чем у кредитных организаций с активами свыше 100 млрд рублей. Банковская система РФ нуждается в укрупнении. Наиболее очевидный и логичный путь здесь — дальнейшее увеличение минимального размера банковского капитала и активизация процессов слияний и поглощений. Кроме того, в число первоочередных мер целесообразно было бы включить совершенствование нормативной базы деятельности кредитных организаций, в том числе в сфере обеспечения залоговых прав банков-кредиторов, дальнейшего упрощения процедур IPO и слияний, формирования интегрированных банковских групп.

Важное место в финансовой инфраструктуре страны должна занять национальная платежная система, имеющая в своей основе современное, комплексное и

сбалансированное правовое регулирование и использующая современные международные стандарты и технологии. Должны быть обеспечены правовые условия для регулирования деятельности организаций, являющихся операторами по переводу денежных средств, включая операторов электронных денег, в том числе при привлечении платежных агентов (субагентов), операторами платежных систем, операторами услуг платежной инфраструктуры (операционными центрами, клиринговыми центрами, расчетными центрами), а также определены требования к организации и функционированию платежных систем, порядок осуществления надзора и наблюдения в национальной платежной системе.

Еще одним важным условием для превращения Москвы в МФЦ является укрепление позиций рубля на постсоветском экономическом пространстве. С этой точки зрения было бы целесообразно приложить дополнительные усилия для придания рублю статуса расчетной, а затем и резервной валюты стран СНГ. Все необходимые предпосылки уже имеются: растущая роль рубля в региональной торговле, прочное положение российской экономики, большой объем накопленных финансовых резервов, важная консолидирующая роль России в деле создания единого экономического пространства на территории СНГ.

В числе приоритетных мероприятий общеэкономического и финансового плана с учетом текущего состояния отечественного и международного финансового рынка можно было бы выделить, в частности, следующие.

Первое. Создание условий для постепенного переноса облигационных и других заимствований крупных отечественных компаний на внутренние рынки с повышением в структуре этих заимствований доли рублевых инструментов. Крайне важной в этом плане остается задача упрощения процедуры размещения бумаг на российских площадках, снижения административных барьеров, сокращения времени выпуска ценных бумаг.

Второе. Стимулирование развития стратегически значимых, с точки зрения формирования МФЦ, сегментов рынка финансовых услуг — с использованием для этих целей ресурсов институтов развития и механизмов бюджетных целевых программ. Речь идет в первую очередь о поддержке наиболее мощных инвестиционных банков с российским капиталом, развитии рынков производных финансовых инструментов (фьючерсы, включая товарные, опционы, свопы), российских депозитарных расписок, синдицированных кредитов.

Третье. Поддержка участия российских компаний и банков на рынках стран СНГ, а также Восточной Европы, создание благоприятных условий для взаимных инвестиций. Здесь можно было бы подумать о формировании на базе ВЭБа системы поддержки прямых инвестиций российских компаний и банков на рынках стран СНГ и Восточной Европы. На государственном уровне необходима также поддержка слияния ведущих российских фондовых бирж с биржами стран ближнего зарубежья. Наконец, следовало бы приступить к формированию на базе Евразийского банка развития (ЕБРР) дееспособной системы поддержки совместных инвестиционных проектов

российских компаний и компаний стран ближнего зарубежья.

Четвертое. Развитие валютной и финансовой интеграции России и стран ближнего зарубежья, в том числе с привлечением ресурсов из официальных валютных резервов для страхования рисков такой интеграции. Здесь речь может идти, прежде всего, о поддержании постоянных прямых котировок валют стран ближнего зарубежья на отечественном межбанковском рынке, клиринге взаимных требований между ЦБ РФ и центральными банками стран ближнего зарубежья, создании совместных механизмов обеспечения финансовой устойчивости стран ЕврАзЭС. Определенные наработки в этой сфере имеются, более того, сформированы базовые элементы инфраструктуры таких совместных механизмов. В процессе их дальнейшего развития и совершенствования необходимо учитывать, в частности, имеющийся опыт функционирования зарубежных межгосударственных институтов обеспечения финансовой устойчивости, таких, например, как Европейский фонд финансовой стабильности и др.

7 июля 2010 года Президент РФ Дмитрий Медведев подписал распоряжение «О рабочей группе по созданию международного финансового центра в Российской Федерации при Совете при Президенте Российской Федерации по развитию финансового рынка Российской Федерации». Согласно этому документу, в целях координации мероприятий по созданию финансового центра в Российской Федерации была образована рабочая группа по созданию МФЦ в РФ при Совете при Президенте РФ по развитию финансового рынка Российской Федерации. Также были утверждены Положение о рабочей группе по созданию международного финансового центра в Российской Федерации при Совете при Президенте Российской Федерации по развитию финансового рынка Российской Федерации и состав этой рабочей группы (в нее вошли 24 человека, представляющие федеральное и московское правительство, Центральный банк, Государственную Думу и Совет Федерации, а также экспертное сообщество). Руководителем группы был назначен бывший глава президентских администраций Бориса Ельцина и Владимира Путина, а ныне председатель совета директоров компании «Уралкалий» А.С.

Волошин. Координация деятельности Правительства РФ, связанная с международной интеграцией, в том числе с развитием торгово-экономических отношений и содействием экономической интеграции РФ и государств — участников СНГ, и рабочей группы была возложена на первого заместителя Председателя Правительства РФ И.И. Шувалова.

Было одобрено предложение негосударственного образовательного учреждения «Российская экономическая школа (институт)» о создании центра анализа и разработок в сфере развития финансовых рынков в форме некоммерческой организации для обеспечения консультационного сопровождения деятельности по созданию МФЦ в Москве.

Вместе с тем и организационно-технические, и финансово-экономические мероприятия, о которых говорилось выше, могут дать конкретный результат только в случае создания в России благоприятного инвестиционного климата, основанного на совершенном, ясном и четком национальном законодательстве (при условии его неукоснительного соблюдения всеми сторонами). Если же климат останется непривлекательным (о чем говорит вывод из страны более 50 млрд долларов за первые три квартала 2011 года), то создание МФЦ в Москве хотя, безусловно, и даст определенный положительный эффект для российской экономики, однако вряд ли сможет радикально изменить ход социально-экономического развития России.

Литература:

1. Зверев В.А. Зачем России нужен Международный финансовый центр // «Ценные бумаги. 2009. № 5.
2. Международные финансовые центры // Методический журнал «Регламентация банковских операций. Документы и комментарии». 2010. № 6.
3. Россия как международный финансовый центр. Аналитическое исследование НАУФОР.
4. www.world-exchanges.org.

Подписка на журнал
«Финансовая жизнь»
в каталогах:

Пресса России – 42443,
Роспечать – 20447.

Подробности на сайте www.flife-online.ru

Перспективы переработки бытовой электроники в РФ. Роль государства и розничных сетей

Брыкин А.,

д.э.н., главный научный сотрудник Института ИТКОР

Семчук И.,

аспирант Института ИТКОР

Для Российской Федерации переработка и грамотная утилизация — абсолютно новое направление в области охраны окружающей среды. От того, как оно будет поддержано государством и розничными сетями зависит эффективность его развития.

Ключевые слова: электронный мусор, утилизация, розничные сети.

Prospects for recycling consumer electronics in Russia. The role of the state and retailers

Brykin A.,

Ph.D., chief researcher at the Institute ITKOR

Semchuk I.,

posr-graduate Institute ITKOR

For the Russian Federation, processing and disposal of litterate — a completely new direction in environmental protection. However, it is supported by the state and retailers determine the effectiveness of its development.

Key words: electronic garbage, recycling, retail.

Технический прогресс дошел до той стадии развития, что ООН начала выражать обеспокоенность растущим объемом электронного мусора. С одной стороны, с каждым годом увеличивается объем продаж бытовой электроники, проникающей в различные регионы через расширяющиеся сети розничной торговли. С другой стороны, ежегодно

миллионы тонн компьютеров, телевизоров, мобильных телефонов и другой бытовой электроники, содержащей токсичные вещества, не перерабатываются, а попадают на свалку, что создает угрозу окружающей среде.

По данным ЮНЕП, в Китае уже сегодня выбрасывается 2,3 миллиона тонн электронных отходов, которые

Таблица 1

Средний состав «бытового электронного мусора»

Тип	Состав	Доля в общем потоке
Телевизоры	Устаревшие и неисправные модели	67%
Бытовая электроника	Телефоны, магнитофоны, радиоприемники, видеоманитофоны и пр.	13%
Мониторы	Мониторы от компьютеров	7%
Системные блоки	Включая периферию	5%
Бытовая техника	Микроволновые печи, фены, кухонные комбайны и пр.	8%

содержат свинец, ртуть и другие токсичные вещества. Эту страну по объемам такого рода мусора опережают лишь США. Там на свалках ежегодно оказывается три миллиона тонн старых сотовых телефонов, компьютеров, телевизоров, магнитофонов, аккумуляторов и батареек.

Необходимо отметить, что для производства мобильных телефонов и персональных компьютеров ежегодно используется 3% всего золота и серебра, добываемого в мире. Соответственно, эти и другие ценные металлы просто выбрасываются. Ежегодно на свалках оказывается около 40 миллионов тонн электроники.

Та же проблема назревает и в нашей стране.

Благодаря техническому прогрессу электронные устройства стали морально устаревать гораздо раньше, чем это было несколько десятилетий назад. В результате, ненужными становятся не только сломанные изделия, но и вполне рабочие устройства. Электронные устройства превращаются в «отходы», еще не потеряв своих потребительских свойств.

Сегодня в РФ функционирует большое количество сетевых розничных структур, специализирующихся на продаже бытовой электроники. Однако в стране нет предприятий по переработке бытовых электронных приборов, и для вторичной переработки материалы вывозятся из страны или просто выбрасываются.

Перспективы развития рынка переработки бытовой электроники в РФ огромны и, с точки зрения государственного регулирования рынка, совершенно правильным выглядит стремление Правительства материально заинтересовать россиян в том, чтобы они меняли холодильники и стиральные машины старше 15 лет на новые модели.

В России неизбежно наступает время, когда приходится избавляться от старой бытовой техники, в том числе техники советского образца. Причины: потребляет много электроэнергии; моральное устаревание.

Конкретный регламент на данную тему до сих пор не создан. Однако Минэкономразвития уже запланировало за 10 лет изъять из обращения практически все архаичные бытовые приборы: 39 миллионов холодильников и 32 миллиона стиральных машин. Возникает логичный вопрос: как это сделать?

Проблемы утилизации электронных устройств и техники в РФ.

Бытовую технику и прочие электронные устройства выбрасывать на обычную свалку запрещено законом, нормы которого слишком часто игнорируются. По данным мэрии Москвы за год в столице вырабатывается до 5,5 миллиона тонн различных отходов. Так, по данным опросов москвичей, всего 9% респондентов утилизируют отработавшую свой срок бытовую электронику по правилам, 18% просто выбрасывают ее на свалку, а следовательно, нарушают закон (им грозит штраф от 1 до 2 тысяч рублей).

К сожалению, наши госорганы не считают проблему утилизации электронного мусора особо важной, а мировые компании, занимающиеся его переработкой, не считают Россию перспективным рынком из-за отсутствия логики сбора подлежащей утилизации электронной техники и регламентов по ее переработке.

Таблица 2

Средний «выход вторичных материалов» из отходов электроники

Материалы	Доля, %
Пластмасса	4,4
Стекло, содержащее свинец	16
Стекло без свинца	3,2
Печатные платы	5,9
Медесодержащие компоненты	3,3
Черные металлы	25
Годные компоненты	4,5
Прочие материалы	5,5
Отходы	13

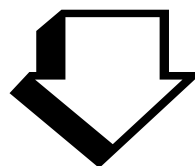
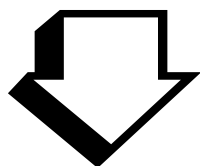
Кто должен платить за утилизацию?

США

- ✓ Производители — 38%
- ✓ Потребители — 34%
- ✓ Правительство — 15%
- ✓ Продавцы — 6%

РОССИЯ

- ⇒ 15 млрд руб. на охрану окружающей среды
- ⇒ 3 млрд руб. в поддержку программы утилизации и переработки электронного мусора
- ⇒ 3 млрд руб. производители бытовой техники и электроники



**Привлечение розничных торговых сетей
и производителей к реализации программы**

Рис. 1. Зарубежный опыт решения проблемы

В Москве, на весь огромный город, работает лишь одно предприятие, которое осуществляет переработку бытовой техники — «Экоцентр», здесь принимают на переработку списанную оргтехнику от фирм и компаний, рентгеновские снимки из поликлиник и больниц, старые кино- и фотопленки из киностудий. Когда это предприятие создавалось, его мощности были рассчитаны на переработку 500 тонн отходов в год, в данное время центр перерабатывает 2,5 тысячи тонн.

В Интернете представлено множество компаний, занимающихся вывозом и утилизацией бытовой техники за сравнительно небольшие деньги. К сожалению, большая часть этих компаний утилизацией не занимается, а просто вывозит электронный хлам на нелегальные свалки, нанося ущерб окружающей среде.

Почти все производители электроники имеют собственные программы по утилизации своих продуктов, но в России такие программы не работают, поскольку нет в российском законодательстве пункта, обязывающего фирму производителя заниматься переработкой своих товаров. В большинстве стран Европы такая программа работает.

По данным опроса, проведенного одной из экологических организаций, ненужную бытовую технику отдают нуждающимся — 24% опрошенных, хранят — 18%, отвозят на дачу — 15%.

Сейчас в Интернете есть множество сайтов, предлагающих отдать старую ненужную бытовую технику бесплатно, либо за символическую плату. Так на одном из популярнейших ресурсов, сообществе «живого журнала» *otdam_darom*, зарегистрировано уже более 25 тысяч человек! Там можно найти все что угодно: от старого системного блока до электрического самовара.

Из всего вышесказанного можно сделать определённый вывод: сегодня, чтобы избавиться от старой или ненужной вещи, проще найти того, кому бы она была нужна, чем заниматься её утилизацией.

Стоит констатировать, что условия для запуска программы утилизации и переработки электроники в России пока не созданы. Необходимая правовая база находится в стадии разработки.

Процесс утилизации бытовой техники и электроники имеет несколько аспектов:

В этих изделиях находится большое количество различных материалов. Техника проходит процесс ручной или механизированной разборки, что занимает много времени и зачастую требует специальных навыков.

Утилизация компьютеров имеет свои особенности из-за наличия в них некоторой доли драгоценных металлов.

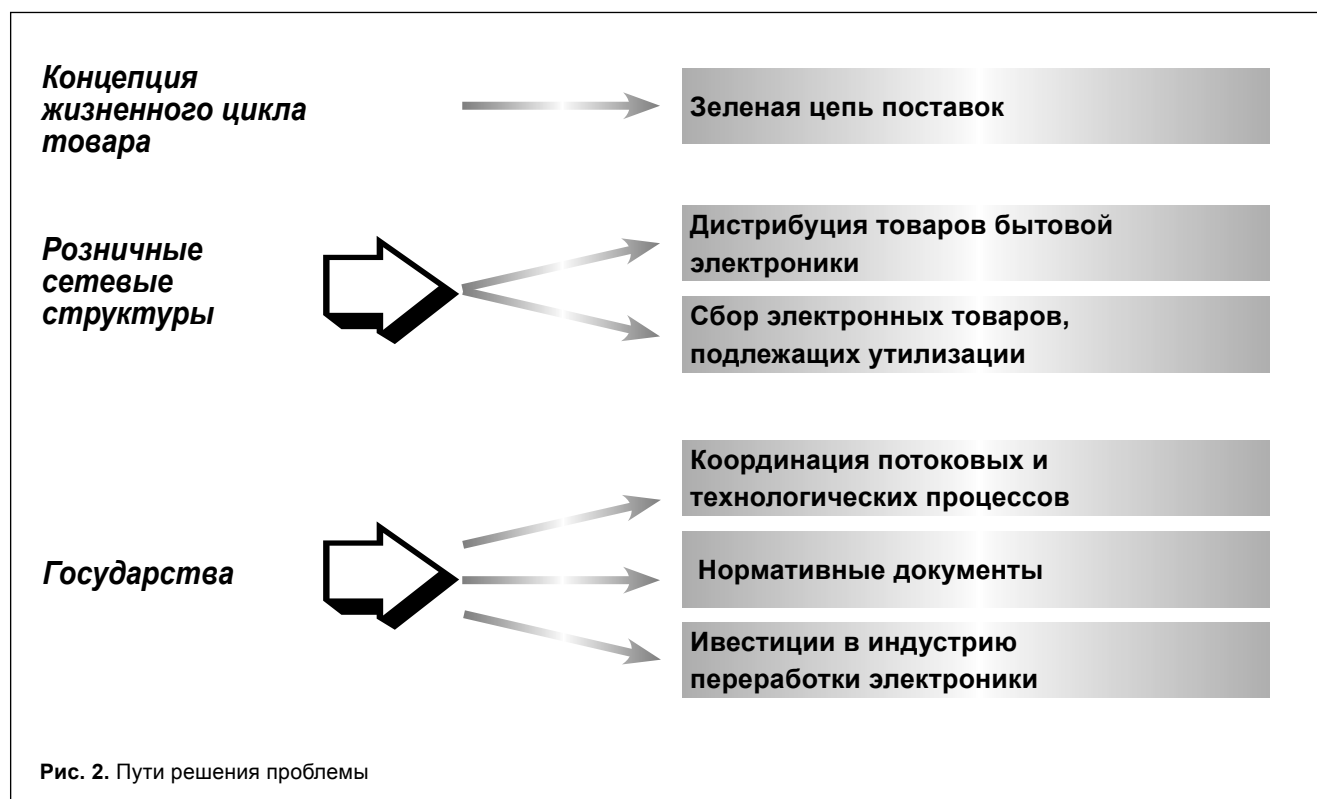
Процесс уничтожения техники регулируется разными нормативными актами и требует большой волокиты с документами.

Факторы, которые препятствуют утилизации электронной техники:

- отсутствие правовой базы;
- меры по замене изношенного оборудования в бытовом секторе не принесут больших результатов по повышению энергоэффективности. В настоящее время в структуре энергопотребления население потребляет не более 12% (10% из них потребляет бытовая техника);
- возможная незаинтересованность потребителей участвовать в программе.

Предложения

Реализовать государственную программу по утилизации электронных бытовых приборов совместно с



крупными розничными сетями и производителями по аналогии с успешно зарекомендовавшей себя программой утилизации старого автотранспорта.

Население будет за сдачу старых бытовых электронных приборов через крупные розничные сети получать право на покупку со скидкой новых моделей техники.

Стоит отметить, что без государственной помощи такой механизм лишь отчасти имеет перспективы реализации.

Например, подобная программа успешно стартовала в сети магазинов «Эльдорадо», где покупатель при сдаче устаревшей техники может получить скидку до 2000 рублей на покупку новой. Однако, если с точки зрения маркетинга данная инициатива оправдала себя и стимулировала продажи, то вопрос с утилизацией остался за скобками данной акции.

Процесс координации деятельности со стороны структур в данной сфере возглавляют Минприроды и Минэкономразвития России. Именно эти ведомства возглавили подготовку руководящих принципов, принятых Организацией экономического сотрудничества и развития (в основном это страны ЕС), по эффективному вторичному использованию и переработке устаревшей техники.

Коротко остановимся на указанных принципах. Все они базируются на концепции жизненного цикла товара. Речь идет о так называемом экологически ответственном проектировании, производстве, приобретении и вторичной переработке.

Планируется еще на стадии проектирования и продвижения на рынок бытовой электронной аппаратуры предполагать процесс ее утилизации и вторичного использования полученных отходов.

При реализации данного подхода с участием производителей, розничных продавцов и потребителей электроники формируется зеленая цепь поставок. В данной цепи именно розничные сетевые структуры являются логистическими центрами, через которые уже происходит дистрибуция товаров бытовой электроники, а в будущем должен быть налажен процесс сбора электронных товаров, подлежащих утилизации. При этом роль государства состоит в координации потоковых и технологических процессов, выраженная в нормативных документах и инвестициях в индустрию переработки электроники.

Без государственных инвестиций или преференций, стимулирующих частный капитал к инвестированию в данный промышленный сегмент, вряд ли возможно обойтись из-за специфики отходов электроники:

Помимо того, что больше половины отходов электроники — работоспособные устройства, существует и другая особенность. Отходы электроники очень часто содержат токсичные вещества: ртуть, свинец, кадмий и др. Из-за этого существует несколько концептуальных подходов к управлению отходами электроники:

- повторное использование по «скользящей схеме» (морально устаревшая техника передается в пользование более бедным школам, некоммерческим организациям, инвалидам и т. д.);
- использование отдельных годных частей;
- вторичная переработка (использование отдельных материалов в качестве вторичного сырья);
- обезвреживание токсичных компонентов.

Как потенциальный источник вторичного сырья отходы электроники представляют собой сложную и переменную по составу смесь самых различных материалов. И

хотя, в определенной степени, некоторые виды отходов электроники можно классифицировать, в общей своей массе — это полностью «разношерстная субстанция».

Технологии, позволяющие переработать электронный мусор, существуют. И хотя из отходов электроники восстанавливается около 60% полезных материалов, их стоимость в изделии составляет ничтожную часть. В конце жизненного цикла электронного изделия ценность «хайтека» падает практически до нуля и остается только стоимость материалов (цветные и драгоценные металлы, пластмасса и т. д.).

Рециклинг отходов электроники в своей основной массе убыточен, а расходы по разделению материалов превышают стоимость этих материалов.

Из-за этого в мировой практике появилась концепция равномерного распределения ответственности (распределение затрат между участниками рынка). В США был проведен опрос общественности «Кто должен платить за рециклинг электроники?». Результаты распределились следующим образом:

Производители — 38%

Потребители — 34%

Правительство — 15%

Продавцы — 6%

В Европе эта концепция была реализована в виде Директивы Европейского Парламента и Совета ЕС от 27 января 2003 году, согласно которой ответственность за утилизацию вышедшей из употребления электроники ложится на её производителей.

В конечном счете, все расходы несет потребитель, так как государство лишь назначает плательщика, с которым ему удобнее работать. Производителей гораздо меньше потребителей, а следовательно процесс сбора платежей проще и дешевле.

В 2011 году в России планируется выделить на охрану окружающей среды порядка 15 млрд. руб., что на 26,7% больше по сравнению с 2010 годом. Из 15 млрд. — 3 млрд. руб. в поддержку программы утилизации и переработки электронного мусора в Российской Федерации.

Остальные инвестиции в реализацию данной программы будут внесены производителями бытовой техники и электроники (прежде всего, для поддержания своего имиджа как компании, которой небезразличны вопросы экологии). Таким образом, ожидается вклад производителей в размере порядка 3 млрд. руб.

Совокупно эта сумма пойдет на формирование условий для создания предприятий по утилизации электронного мусора.

В России «Эльдорадо» стала первой сетью, которая проводит акцию по сбору старой бытовой техники в масштабах всей страны. Как отметил генеральный директор «Эльдорадо» Каха Кобахидзе, это масштабный и сложный, с точки зрения организации, проект, охватывающий 150 городов и свыше 20 категорий товаров.

Реализация подобного проекта требует грамотного построения логистической сети по обслуживанию розничных точек приема бытового «мусора».

Акция позволяет обновить различные виды техники, включая холодильники, стиральные машины, плиты,

ноутбуки, компьютеры, пылесосы, мелкую кухонную и другую технику и электронику. В отличие от обычного Trade in, при сдаче этих и других товаров «Эльдорадо» предоставляет скидку на покупку не только аналогичного нового устройства, но и другого товара в рамках определенной группы.

При оформлении доставки новой покупки старая крупная техника будет вывозиться бесплатно. Преимуществом также являются дополнительные услуги HiTechnic, сервисного подразделения «Эльдорадо» по профессиональной установке, настройке и подключению. Оборот HiTechnic за первый год акции вырос в два раза.

Отслужившая свой срок техника, собранная по всей России, должна передаваться на специально подготовленные транзитные склады, сортироваться и отправляться на переработку и утилизацию. За переработку отвечает специализированная сторонняя компания.

Выводы

Для Российской Федерации переработка и грамотная утилизация — абсолютно новое направление в области охраны окружающей среды.

Помимо государственной поддержки, предприятие по утилизации и переработке электронного мусора должно иметь доходную часть бюджета за счет фирм-производителей электроники и техники.

Для успешной реализации программ следует перенять опыт зарубежных стран, которые уже прошли этап внедрения и приступили к успешной реализации подобных программ.

Литература:

1. Черняк В.З. Чараев Г.Г. Бизнес-планирование. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.
2. Пальгунов П.П., Сумароков М.В. Утилизация промышленных отходов. — Москва: Издательство «Стройиздат», 1990.
3. Утилизация мобильных телефонов // Генеральный директор. Персональный журнал руководителя 2011. № 5.
4. Гринин А.С., Новиков В.Н. Промышленные и бытовые отходы. Хранение, утилизация, переработка. — Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2002.
5. Утилизация отходов, переработка отходов производства и потребления, бытовые отходы — Отходы Ру. — <http://www.waste.ru/>.
6. Google Новости Россия. — <http://news.google.ru/nwshp?hl=ru&tab=wn>.
7. Expert Online. — <http://www.expert.ru/>.
8. Магазин бытовой техники «Эльдорадо». — <http://www.eldorado.ru/>.
9. Министерство экономического развития Российской Федерации. — <http://www.economy.gov.ru/minrec/main>.
10. Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации. — <http://www.mnr.gov.ru/>.
11. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2011 год». Министерство финансов Российской Федерации. — <http://www.minfin.ru/ru/>.

ИД «Экономическая газета» и ОАО «ИТКОР» объявляют постоянно действующий международный конкурс журнала «Финансовая жизнь» студенческих и аспирантских научных статей в области финансов.

Конкурс проходит по следующим секциям:

1. Финансовый менеджмент.
2. Финансовый учет и контроль.
3. Экономическая теория.
4. Финансовая логистика.

Целевая аудитория конкурса:

- студенты, обучающиеся специальностям: «Финансовый менеджмент», «Бухгалтерский учет, анализ, аудит», «Экономика и управление на предприятии» в вузах Российской Федерации и СНГ;
- студенты и аспиранты других специальностей, проявляющие профессиональный интерес к сфере финансов.

ОБЩИЕ ПРАВИЛА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Для участия в конкурсе необходимо представить научную статью, самостоятельно выполненную и оформленную с учетом утвержденных требований.

Все статьи, отвечающие формальным требованиям и соответствующие тематике конкурса, будут опубликованы на сайте журнала «Финансовая жизнь». Все участники конкурса получают «Диплом участника».

Лучшая статья из каждой номинации по итогам квартала будет опубликована в печатной версии журнала.

ТРЕБОВАНИЯ К КОНКУРСНЫМ СТАТЬЯМ

Статьи, представленные на конкурс, должны соответствовать следующим требованиям:

- соответствие тематике конкурса,
- актуальность темы,
- соответствие правилам оформления статей.

УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ

Для участия в конкурсе необходимо отправить вложенными файлами посредством электронной почты на адрес: sales@itkor.ru, lukanina@itkor.ru:

1. Текст доклада, оформленный в соответствии с нижеприведенными требованиями.
2. Заявку на участие по предложенной форме.
3. Копию документа об оплате или реквизиты документа о перечислении в электронном виде.

В теме письма необходимо указать секцию и фамилию первого автора (например, <Секция «Финансовый менеджмент», Иванов А.В.>).

Обратите внимание: отдел обработки информации присылает уведомление о получении Вашего письма в течение двух дней! В случае отсутствия уведомления продублируйте работу или уточните вопрос о получении по указанному ниже телефону (8-499-152-18-16 или 8-499-152-86-94).

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

На конкурс принимаются статьи объемом не более 15 000 знаков, текста формата А4, набранные в редакторе MS Word. Шрифт — Times New Roman, размер кегля — 14, межстрочный интервал — 1,5, поля (верхнее, нижнее, левое, правое) — 20 мм, абзац — 10 мм.

Рабочий язык конкурса — русский.

Статьи студентов и аспирантов подаются в соавторстве с научным руководителем либо дополняются сканированной копией рецензии научного руководителя (с его подписью, заверенной печатью факультета). Также необходимо указать контактный телефон и электронный адрес научного руководителя (без этой информации работы студентов и аспирантов не рассматриваются).

Оформление заголовка статей:

1. Фамилии авторов печатать через запятую по центру строки жирным шрифтом, указать научную степень автора (например, «К.э.н. Иванов А.А.»).
2. Ниже указать место работы автора курсивом по центру, точку в конце заголовка не ставить.
3. Название статьи печатать под местом работы по центру жирным шрифтом прописными буквами, точку в конце заголовка не ставить.

Рисунки и таблицы набираются шрифтом Times New Roman 12 с одинарным межстрочным интервалом. Рисунки, диаграммы и таблицы создаются с использованием черно-белой гаммы. Использование цвета и заливок не допускается! Все рисунки и таблицы должны быть озаглавлены.

Список литературы должен содержать сведения из доступных читателям источников и быть оформлен по действующим ГОСТам. Ссылки в тексте на литературу подаются в прямых скобках [12]. Подстрочные примечания не допускаются.

Контроль на соответствие конкурсных статей формальным требованиям осуществляет Исполнительная дирекция на этапе их регистрации. Формальные требования не подлежат балльным оценкам. Статьи, не соответствующие формальным требованиям, не подлежат участию в конкурсе. Регистрационный сбор за участие не возвращается.

Дополнительная информация по участию в конкурсе может быть предоставлена по телефону: 8-499-152-18-16 или 8-499-152-86-94. Контактное лицо: Луканина Галина Владимировна.

ФОРМА ЗАЯВКИ ДЛЯ УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ

Ф. И. О. авторов, ученая степень
Название статьи
Номер и название выбранной секции
Место работы, должность
Контактный адрес в следующем формате:
ФИО получателя
Улица, № дома, № квартиры
Город
Индекс

Контактный телефон: e-mail

Регистрационный сбор за участие в конкурсе составляет 500 руб.

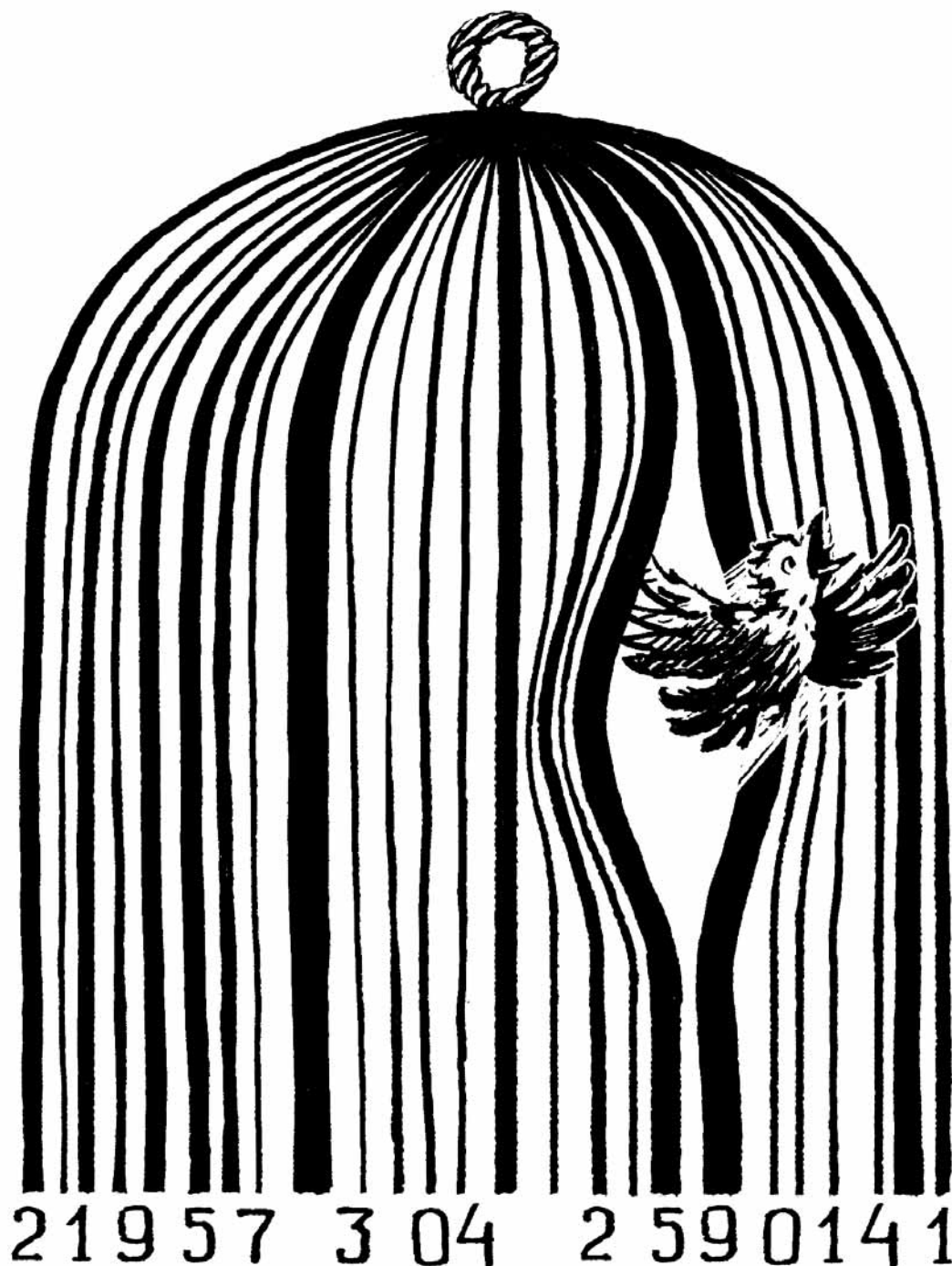
Реквизиты для зачисления регистрационного сбора за участие в конкурсе:

Перечислять оплату необходимо на расчетный счет:

АКБ «ВЕК»
р/счет 407 028 104 000 000 023 93
в АКБ «ВЕК» (ЗАО), Москва
к/счет 301 018 100 000 000 007 42
БИК 044 585 742
получатель — ОАО «ИТКОР»

Назначение платежа: взнос за участие в конкурсе на лучшую публикацию журнала «Финансовая жизнь» (указать Ф. И. О. первого автора доклада); ВНИМАНИЕ: НДС — 18%.

При неправильном заполнении графы «Назначение платежа» работа не будет считаться оплаченной!



ЭКОНОМИКА
и ЖИЗНЬ

Как работать с законами

Подписка на почте:
подписные индексы
в Объединенном каталоге
«Пресса России.
Газеты и журналы»

50180 –
для индивидуальных
подписчиков
32089 – для предприятий
и организаций

Подписка в редакции:
(499) 152-0330
(499) 152-0360
Электронная версия
www.eg-online.ru